

## Utfordringer, suksessfaktorer og lønnsomhet for innlandsfiske innen verdikjedene yrkesfiske og fisketurisme

### En kunnskapsoversikt

Marit Vorkinn, NINA  
Knut Krokann, NILF  
Svein Erik Hagen, Østlandsforskning  
Jon Museth, NINA  
Børre Dervo, NINA  
Øystein Aas, NINA



## **NINAs publikasjoner**

### **NINA Rapport**

Dette er en elektronisk serie fra 2005 som erstatter de tidligere seriene NINA Fagrapport, NINA Oppdragsmelding og NINA Project Report. Normalt er dette NINAs rapportering til oppdragsgiver etter gjennomført forsknings-, overvåkings- eller utredningsarbeid. I tillegg vil serien favne mye av instituttets øvrige rapportering, for eksempel fra seminarer og konferanser, resultater av eget forsknings- og utredningsarbeid og litteraturstudier. NINA Rapport kan også utgis på annet språk når det er hensiktsmessig.

### **NINA Temahefte**

Som navnet angir behandler temaheftene spesielle emner. Heftene utarbeides etter behov og serien favner svært vidt; fra systematiske bestemmelsesnøkler til informasjon om viktige problemstillinger i samfunnet. NINA Temahefte gis vanligvis en populærvitenskapelig form med mer vekt på illustrasjoner enn NINA Rapport.

### **NINA Fakta**

Faktaarkene har som mål å gjøre NINAs forskningsresultater raskt og enkelt tilgjengelig for et større publikum. De sendes til presse, ideelle organisasjoner, naturforvaltningen på ulike nivå, politikere og andre spesielt interesserte. Faktaarkene gir en kort framstilling av noen av våre viktigste forskningstema.

### **Annen publisering**

I tillegg til rapporteringen i NINAs egne serier publiserer instituttets ansatte en stor del av sine vitenskapelige resultater i internasjonale journaler, populærfaglige bøker og tidsskrifter.

**Norsk institutt for naturforskning**

# Utfordringer, suksessfaktorer og lønnsomhet for innlandsfiske innen verdikjedene yrkesfiske og fisketurisme

En kunnskapsoversikt

Marit Vorkinn  
Knut Krokann  
Svein Erik Hagen  
Jon Museth  
Børre Dervo  
Øystein Aas

Vorkinn, M., Krokann, K., Hagen, S. E. Museth, J., Dervo, B. og Aas, Ø. 2010. Utfordringer, suksessfaktorer og lønnsomhet for innlandsfiske innen verdikjedene yrkesfiske og fisketurisme - NINA Rapport 553. 62 s.

Lillehammer 01.02.2010

ISSN: 1504-3312

ISBN: 978-82-426-2129-0

RETTIGHETSHAVER

© Norsk institutt for naturforskning

Publikasjonen kan siteres fritt med kildeangivelse

TILGJENGELIGHET

[Åpen]

PUBLISERINGSTYPE

Digitalt dokument (pdf)

REDAKSJON

Marit Vorkinn og Øystein Aas

KVALITETSSIKRET AV

Odd Terje Sandlund

ANSVARLIG SIGNATUR

Adm. dir. Norunn S. Myklebust (sign.)

OPPDRAGSGIVER(E)

Landbruks- og matdepartementet

KONTAKTPERSON(ER) HOS OPPDRAGSGIVER

Espen Stokke

FORSIDEBILDE

Odd Terje Sandlund

NØKKEWORD

Innlandsfiske, yrkesfiske, turistfiske, verdikjeder, kunnskapsoversikt

KEY WORDS

Inland fisheries, Norway, commercial fishing, fishing tourism, value chains, state-of-the art report

#### KONTAKTOPPLYSNINGER

##### **NINA hovedkontor**

7485 Trondheim

Telefon: 73 80 14 00

Telefaks: 73 80 14 01

##### **NINA Oslo**

Gaustadalléen 21

0349 Oslo

Telefon: 73 80 14 00

Telefaks: 22 60 04 24

##### **NINA Tromsø**

Polarmiljøsentret

9296 Tromsø

Telefon: 77 75 04 00

Telefaks: 77 75 04 01

##### **NINA Lillehammer**

Fakkeltgården

2624 Lillehammer

Telefon: 73 80 14 00

Telefaks: 61 22 22 15

[www.nina.no](http://www.nina.no)

## Sammendrag

Vorkinn, M., Krokann, K., Hagen, S. E. Museth, J., Dervo, B. og Aas, Ø. 2010. Utfordringer, suksessfaktorer og lønnsomhet for innlandsfiske innen verdikjedene yrkesfiske og fisketurisme – NINA Rapport 553, 62 s.

Denne rapporten har som mål å summere opp eksisterende kunnskap og erfaringer om næringutvikling knyttet til innlandsfiske. Rapporten baserer seg i all hovedsak på en litteraturgjennomgang, der det særlig er lagt vekt på å studere ulike planer og satsningsprosjekter, og det som foreligger av evalueringer av dette. I tillegg presenterer rapporten to nye foretaksøkonomiske analyser av hhv turistfiske og yrkesfiske.

Gjennomgangen viser at verdikjedene knyttet til såvel yrkesfiske som turistfiske etter innlandsfisk har utfordringer knyttet til seg. Begge verdikjedene sliter med det vi kan kalle strukturelle og strategiske utfordringer.

For yrkesfiske er det særlig disse utfordringene som må adresseres:

- Yrkesfiske sliter med kostnader både til lønn og investeringer som gjør det vanskelig å oppnå lønnsomhet, uten løpende subsidiering
- Store volum og effektiv produksjon kan avbøte noen av kostnadsutfordringene, men relativt små høstbare kvanta i den enkelte innsjø/region og fisk av suboptimal kvalitet vanskeliggjør dette
- For potensielle yrkesfiskeentreprenører vil en vurdering av annet lønnet arbeid eller innovasjon/entreprenørskap rettet mot andre verdikjeder ofte resultere i mer rasjonell og konkurransedyktig anvendelse av kapital og arbeidskraft
- De ofte påståtte synergieffektene mellom yrkesfiske og turistfiske er sjelden å se i praksis
- De mange prosjektene og satsningene rettet mot yrkesfiske burde vært bedre evaluert og oppsummert, ikke minst for å institusjonalisere og spre den erfaring og den kunnskap som er opparbeidet

Også turistfiske etter innlandsfisk har, til tross for et betydelig bedre økonomisk potensial, utfordringer som må adresseres om en skal få til en ønsket veksttakt:

- Det er betydelig fritidsfiske etter innlandsfisk i Norge, men dette er i liten grad kommersialisert
- En kort sommersesong kan være for lite for å forrente betydelige investeringer i feks husvære alene
- Turistfiske etter innlandsfisk i Norge ligger langt bak turistfiske etter marin fisk og laks i volum og profil, og hjemmemarkedet er lite vant til å kjøpe kommersielle produkter
- Det mangler både dybde og bredde i norske turistfiske tilbud basert på innlandsfisk, selv om det finnes eksempler på både nyere og eldre bedrifter og destinasjoner der innlandsfiske er en viktig basis for sommerturismen
- De mange tiltaksprosjektene er preget av en økende erkjennelse av de sammensatte utfordringene, men allikevel opereres det med ambisiøse, dels urealistiske mål
- Prosjektene er som regel for kortvarige til realistisk å kunne nå målene de setter seg

For yrkesfiske bør det vurderes om videre satsning i utgangspunktet bør skje innenfor de ordinære tilskuddsordningene. En må også mer systematisk ta utgangspunkt i erfaringene som de siste 25 årene har skaffet til veie. Yrkesfiske vil i Norge, med dagens situasjon som høykostland og med mange alternativer for både entreprenører og lønnstagere, uansett være en svært liten virksomhet. Det må satses på høykvalitetsprodukter som kan selges for en høy pris i nærmiljøet. Produkter basert på ørret og røye synes å oppnå høyere lønnsomhet og enklere avsetning enn sikbaserte produkt, selv om Norges største og mest levedyktige fiskeanlegg (Femund Fisk) er basert på sik. Til tross for nisje- og lokalmatpreget må yrkesfiskeræringen

samtidig forsøke å samle seg og få økt volum på det fåtall foredlingsbedrifter som det vil være plass for.

Turistfiskesatsningen bør videre baseres på en klarere todelt strategi: For det første der innlandsfiske inngår som et aktivitetstilbud på linje med for eksempel turstier og skiløyper der verdiskapingen skjer gjennom feks økt belegg på overnattingsbedrifter og mer attraktive og høyere prisede hytter og tomter. Men det må også jobbes videre med innlandsfiske som et økonomisk bærekraftig temaprodukt rettet mot ulike markeder og segmenter. Turistfiske som fellesgode i en destinasjon reiser utfordringer knyttet til samarbeid mellom rettighetshavere og reiselivsnæringen, men disse bør kunne løses gjennom gode fiskekortordninger dersom det ikke er urealistiske forventninger om at fisket i seg selv skal gi lønnsomhet. Utholdende satsninger som sørger for tilbud som både har mer volum og mer mangfold er trolig nødvendig for å styrke turistfisket etter innlandsfisk. Skal dette lykkes må trolig markedssegmentene utvides fra snevre europeiske fiskespesialister som dagens satsninger ofte rettes mot. En må også lykkes i å nå de tallrike og varierte fiskerne, både spesialister og generalister, fra det norske og skandinaviske markedet, både privat- og bedriftsmarked.

Marit Vorkinn, NINA, Fakkeltgården, N-2624 Lillehammer, [marit.vorkinn@fmop.no](mailto:marit.vorkinn@fmop.no)  
Øystein Aas, NINA, Fakkeltgården, N-2624 Lillehammer, [oystein.aas@nina.no](mailto:oystein.aas@nina.no) (kontaktperson)  
Knut Krokann, NILF, Statens hus, Trondheim, [knut.krokann@nilf.fmst.no](mailto:knut.krokann@nilf.fmst.no)  
Svein Erik Hagen, Østlandsforskning, Lillehammer, [sh@ostforsk.no](mailto:sh@ostforsk.no)  
Jon Museth, NINA, Lillehammer, [jon.museth@nina.no](mailto:jon.museth@nina.no)  
Børre Dervo, NINA, Lillehammer, [borre.dervo@nina.no](mailto:borre.dervo@nina.no)

# Innhold

<b>Sammendrag</b> .....	<b>3</b>
<b>Innhold</b> .....	<b>5</b>
<b>Forord</b> .....	<b>7</b>
<b>Forord</b> .....	<b>7</b>
<b>1 Innledning</b> .....	<b>8</b>
<b>2 Oversikt og vurdering av utviklingsprosjekter</b> .....	<b>9</b>
<b>3 Forvaltning av det biologiske ressursgrunlaget</b> .....	<b>13</b>
3.1 Tiltak for å forbedre kvaliteten på fiskeressursen .....	13
3.2 Er det konflikt mellom yrkesfiske og rekreasjonsfiske? .....	14
3.3 Diskusjon .....	14
<b>4 Turistfiske etter innlandsfisk</b> .....	<b>16</b>
4.1 Motivasjon /interesse hos grunneier/rettighetshaver .....	16
4.2 Kompetanse .....	16
4.3 Markedsføring, salg og distribusjon.....	17
4.4 Markedssegmenter og etterspørsel.....	19
4.4.1 Markedssegmenter.....	19
4.4.2 Etterspørsel .....	19
4.5 Nettverk.....	21
4.6 Samarbeid med tradisjonell reiselivsnæring.....	21
4.7 Tiltaksprosjekter Turistfiske.....	21
4.7.1 Prosjektorganisering og -ledelse .....	21
4.7.2 Hvilke deler av verdikjeden fokuseres det på? .....	22
4.7.2.1 Samarbeidsprosjekter Norges Bondelag og Norges Skogeierforbund	23
4.7.2.2 Innlandsfisketurisme i grensetraktene mellom Østfold, Akershus og Dalsland i Sverige.....	23
4.8 Foretaksøkonomisk lønnsomhet .....	24
<b>5 Diskusjon – turistfiske etter innlandsfisk</b> .....	<b>28</b>
5.1 De implisitte rammene .....	28
5.1.1 Er det tilstrekkelige ressurser og kompetanse til å bygge opp "isolerte" verdikjeder innen landbrukssektoren?.....	28
5.1.2 Innlandsfisketurisme: Temabasert ferie eller del av et sammensatt reiselivsprodukt? .....	28
5.2 Motivering/mobilisering .....	30
5.3 Kompetansetiltak.....	30
5.4 Markedsføring, salg og distribusjon.....	32
5.5 Tiltaksprosjekter .....	33
5.5.1 Prosjektledelse krever prosjektlederkompetanse .....	33
5.5.2 Bedre vurdering av måloppnåelse .....	34
5.5.3 Ting tar tid – behov for kontinuitet .....	34
5.6 Strategiske FOU-behov.....	35
5.6.1 Foretaksøkonomisk lønnsomhet ved ulike former for fisketurisme .....	35
5.6.2 Utmarksbasert reiseliv: Temabasert ferie eller del av et sammensatt reiselivsprodukt? .....	35
5.6.3 Hvordan få tatt i bruk FOU i strategiske beslutninger i bedrifter og prosjekter? .....	36

<b>6 Yrkesfiske i ferskvann .....</b>	<b>37</b>
6.1 Ressursgrunnlaget .....	37
6.2 Motivasjon/ interesse hos grunneier/rettighetshaver .....	37
6.3 Kompetanse .....	37
6.4 Produksjon .....	38
6.5 Markedsføring, salg og distribusjon.....	38
6.6 Marked: Målgrupper, etterspørsel .....	38
6.7 Nettverk.....	39
6.8 Samarbeid med tradisjonell reiselivsnæring/ annen næring.....	39
6.9 Virkemiddelapparatet .....	39
6.10 Tiltaksprosjekter Yrkesfiske .....	39
6.10.1 Prosjektorganisering og -ledelse .....	39
6.10.2 Hvilke deler av verdikjeden fokuseres det på? .....	39
6.11 Foretaksøkonomisk lønnsomhet .....	40
6.11.1 Investeringsbehov .....	42
6.11.2 Oppsummering.....	43
<b>7 Diskusjon - yrkesfiske .....</b>	<b>44</b>
<b>8 Avsluttende kommentarer og anbefalinger .....</b>	<b>45</b>
8.1 Anbefalinger Turisfiske.....	45
8.2 Anbefalinger yrkesfiske .....	46
<b>Referanser .....</b>	<b>47</b>

## **VEDLEGG**



## Forord

Denne rapporten oppsummerer foreliggende kunnskap om lønnsomhet og suksessfaktorer for innlandsfiske innen verdikjedene næringsfiske og fisketurisme. Deler av rapporten er et sammendrag av ulike grunnlagsdokumenter fra flere bidragsytere. En mer detaljert gjennomgang av noen av temaene finnes i eksisterende og kommende grunnlagsrapporter.

- Jon Museth, NINA, har vært ansvarlig for sammenfatningen av "Tiltak for å forbedre kvaliteten på fiskeressursen" (kapittel 3).
- Knut Krokann, NILF, har utarbeidet analysen av foretaksøkonomisk lønnsomhet for næringsfiskebedrifter.
- Svein Erik Hagen, Østlandsforskning, har i forbindelse med prosjektet Innovativ fisketurisme i innlandet (INNOFINN) (prosjektperiode 2007 t.o.m. 1. halvår 2010) vurdert foretaksøkonomi og lokaløkonomisk verdiskaping i noen fisketurismebedrifter.

Prosjektet er finansiert av utviklingsprogrammet for innlandsfiske, Landbruks- og matdepartementet. I tillegg er erfaringer fra andre pågående og nylig avsluttede prosjekter i regi av NINA brukt som grunnlag for rapporten. Dette gjelder først og fremst økonomiske analyser av turistfiske i innlandet og kunnskapsoversikten om tynningsfiske i innsjøbestander i Norge som er finansiert over INNOFINN-prosjektet ([www.innofinn.no](http://www.innofinn.no)).

Rapporten baserer seg i hovedsak på skriftlige kilder. For å skille hva som er hentet fra tidligere rapporter og egne vurderinger, oppsummeres først tidligere arbeider, mens vurderingene er skilt ut som et eget oppsummerings- og diskusjonskapittel, både for turistfiske og yrkesfiske.

Mange personer har bidratt med fagstoff, innspill og kommentarer. En stor takk til Syver Aasberg, Innovasjon Norge, Oppland, Hanne Lykkja, Valdres Utmarkskontor, Tone Rolfstad Ranheim, Athene Prosjektledelse, Øystein Toverud, Utmarksavdelingen for Akershus og Østfold, Borghild Krossli, Reiselivsrådgivning, Trond Carlson, Oppland fylkeskommune, Ole Erik Elsrud, NORSKOG, Anita Koot, Reiselivstjenester (sekretariat for Norske Spor), Jan Vidar Haukeland, Transportøkonomisk institutt, Tord Smestad, rettighetshaver Reinsvatnet, og Odd Terje Sandlund, NINA.

Takk også til de bedriftene som har gitt oss tilgang til sine regnskaper og stilt opp på intervjuer.

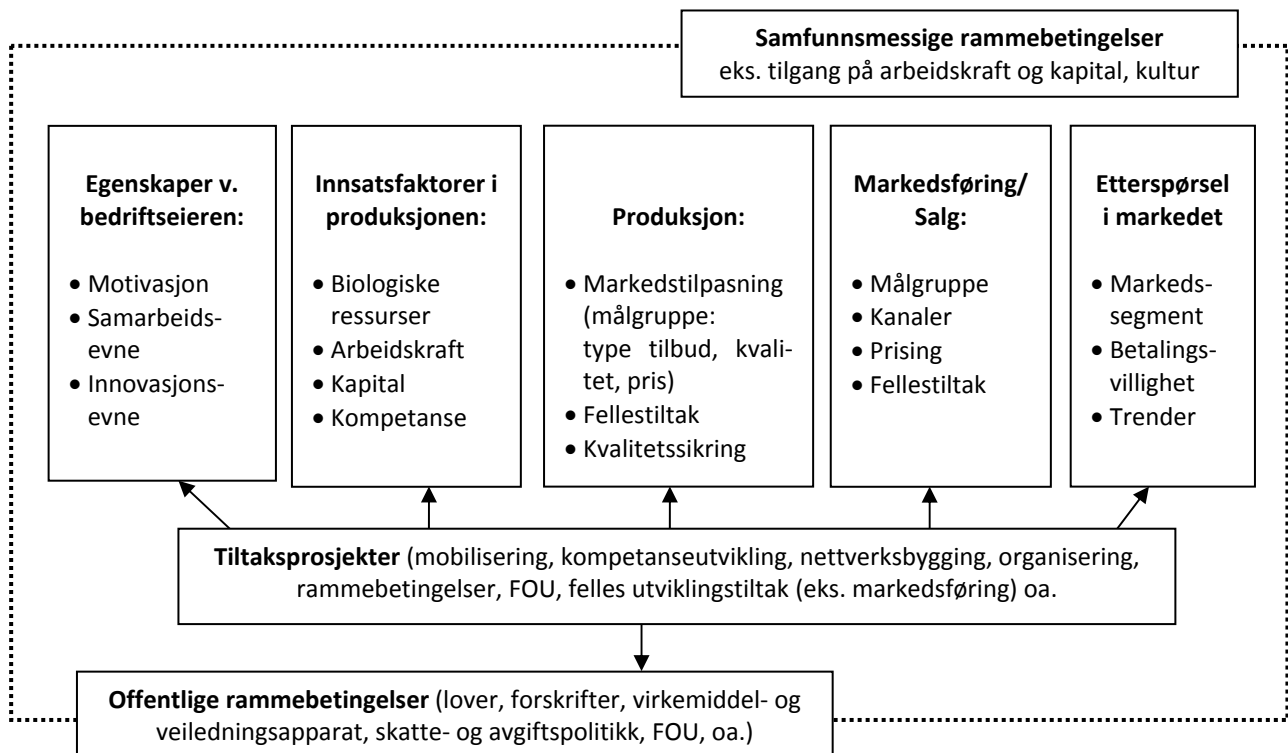
Marit Vorkinn og Øystein Aas,  
Januar 2010

# 1 Innledning

Interessen for utmarksbasert næringsutvikling har vært betydelig de to siste tiårene. Dette har sin bakgrunn både i omlegginger i landbrukspolitikken (Landbruksdepartementet 1992-93, 1999-2000) og i markedsmessige forhold, som økende etterspørsel i ferie- og fritidsmarkedet og varierende lønnsomhet i tradisjonelle landbruksnæringer som skogbruket.

Innen landbrukssektoren er innlandsfiskeressursene av de ressurser som har fått økt oppmerksomhet, og det har vært gjennomført en rekke utredninger og prosjekter knyttet til innlandsfiske særlig fra 1990, men også før dette. Aktivitetene har dels vært retta direkte mot innlandsfisk, dels har den vært rettet mot utmarksnæringene jakt og fiske, dels omfattet naturbasert reiseliv generelt (se tabell 1).

Det er svært mange faktorer og kombinasjoner av faktorer som vil påvirke en bedrifts eller prosjekts suksess. Figur 1 gir en summarisk oversikt over hovedgrupper av faktorer med utgangspunkt i en verdikjedetenking, og danner et rammeverk for seinere analyser og diskusjoner i rapporten.



Figur 1. Faktorer som virker inn på en bedrifts eller et prosjekts resultater.

Prosjektene har generert mye kunnskap og erfaringer, men disse er i liten grad systematisert. Målet for dette arbeidet har derfor vært å oppsummere kunnskapen om lønnsomhet og suksessfaktorer for innlandsfiske innen verdikjedene yrkesfiske og fisketurisme. Med de ressursrammer prosjektet har hatt, har gjennomgangen basert seg på eksisterende prosjektevalueringer og rapporter, supplert med noen innspill fra ulike ressurspersoner. Ved prosjektets oppstart var en imidlertid klar over at tidligere prosjektevalueringer i liten grad hadde omfattet foretaksøkonomiske resultater. Det er derfor gjennomført to nye foretaksøkonomiske analyser. Analysen av yrkesfiske er gjennomført av Norsk Institutt for landbruksøkonomisk forskning. Analysen av turistfiskebedrifter er gjennomført av Østlandsforskning, som en del av forskningsprosjektet "Innovativ fisketurisme i Innlandet".

## 2 Oversikt og vurdering av utviklingsprosjekter

Utviklingsprosjekter oppstår i en kontekst som påvirker valg av tema, hvilke problemstillinger som prioriteres, organisering og finansiering for prosjektene. For å sette evalueringen av utviklingsprosjektene inn i en slik kontekst, er ulike strategier og handlingsplaner fra offentlige myndigheter og landbruksorganisasjonene gjennomgått. Gjennomgangen viser at det har vært en betydelig innsats på dette feltet i den siste 10-20 års perioden (jfr. tabell 1).

Gjennomgangen av planer og prosjekter viser at det fra 1997 til og med 2007 er beskrevet ikke mindre enn 75 utfordringer ved utvikling av verdikjedene yrkesfiske, landbasert fiskeoppdrett og fisketurisme i Innlandet. Tilsvarende er det foreslått hele 111 ulike tiltak for å løse disse utfordringene. I noen av rapportene er ikke alle utfordringene eksplisitt beskrevet, men framkommer indirekte gjennom foreslåtte tiltak. I dette kapittelet er derfor kun strategier og tiltak oppsummert. (En fullstendig oversikt over utfordringer og tiltak finnes i vedleggstabell 1 og 2).

De dokumenter som er gjennomgått dekker ulike tema, fra naturbasert reiseliv generelt til kun yrkesfiske etter innlandsfisk. Med unntak av utviklingsprogrammet for grønt reiseliv fra 2007, som er et finansieringsprogram mer enn en strategi, er det et gjennomgående trekk at antall foreslåtte tiltak øker jo nyere strategien/planen er. Dette til tross for at en del tiltak i eldre planer/strategier etter hvert er blitt gjennomført. Dette tyder på en modning av fagfeltet, og større innsikt i kompleksiteten innen utmarksbasert næringsutvikling. Strategiene og handlingsplanene har imidlertid fortsatt en tendens til å bli altomfattende beskrivelser, der det i liten grad skilles mellom hvor store de ulike utfordringene er, eller prioriteres mellom tiltak. Den siste handlingsplanen for innlandsfiske (Landbruks- og matdepartementet 2006) foreslår for eksempel 61 tiltak for turistfiske og yrkesfiske i uprioritert rekkefølge. En sannsynlig årsak til mangfoldet av tiltak er sannsynligvis knyttet til kompleksiteten i verdikjedene og rammebetingelser for disse (jfr. figur 1). **Det savnes likevel klarere strategier og prioriteringer for feltet.**

**Tabell 1. Planer, tiltak og organisasjonsendringer med relevans for innlandsfiskeressursen (generelle landbruks- og reiselivsmeldinger er ikke tatt med i oversikten) fra 1987 til i dag.**

År	Offentlige planer, tiltak og viktige organisasjonsendringer	Strategier/planer for landbruksorganisasjonene	Større tiltaksprosjekter
1987-1990			Prosjekt utmarksutvikling: Norges Skogeierforening, Norges Bondelag, Den norske Hytteformidling AS
Fra 1991 (pågår fortsatt)			"Markedsføringssamarbeidet" landbruk/reiseliv: Norges Bondelag, Norges Bonde- og småbrukarlag, LMD, Norges Turistråd/NORTRA/SND/IN).
1992-1995			Norsk Opplevelsesferie: Norges Skogeierforening, Norges Bondelag, Landbrukssamvirkets Felleskontor, Den norske Hytteformidling AS
1993	Norsk Innlandsfiskelag stiftes		
1996-1997			Lokal forvaltning av de utnyttbare vilt- og fiskeressursene.
1997		Innlandsfisk som næring. Status og strategisk tiltaksplan: Utarbeidet av Norsk Innlandsfiskelag for Statens landbruksbank.	
1998	Strategisk Plan for innlandsfiske-næringen: Utarbeidet av koordineringsgruppen for innlandsfisk for Statens landbruksbank.		
1998-2000			Lokal forvaltning og driftsplanlegging av vilt- og fiskeressursene: Norges Skogeierforening og Norges Bondelag
1999		Kvileutvalget: Norges Skogeierforbund.	
1999	Handlingsplan for bygdeturisme: Statens landbruksbank		
1999-2000			Innlandsfisken ut til forbruker: Norsk innlandsfiskelag
2001-2004			Næringsutvikling og driftsplanlegging i utmark: Norges Skogeierforening og Norges Bondelag
2002	Strategisk Plan- Næringsutvikling i utmark: Arbeidsgruppe SND, NB, NS, NBS for SND		
2002-2004			Innlandsfiske som lønnsom kombinasjonsnæring i Indre Finnmark: Kautokeino og Karasjok kommuner
2003	Handlingsplan for Næringsutvikling i utmark: Arbeidsgruppe SND, NB, NS, NBS for SND		
2002-2005			Naturbasert reiseliv – fra hobby til næring: NORSKOG
2002-2011			Fiskeland /Hår nappar det/ Grenseløs fiskedestinasjon Utmarksavd. for Akershus og Østfold/Dalsland
2003	Strategisk plan for næringsmessig utnyttelse av fisk og kreps i ferskvann 2003-2007: Utarbeidet av Norsk Innlandsfiskelag og Nordnorsk kompetansesenter Holt for SND		
2003			iNatur opprettes
2003/2004	Landbruk Pluss		
2004	Innovasjon Norge opprettes. Norsk Bygdeturisme og Gardsmat stiftes		
2004-2008			Nærisk – nasjonalt utviklingsprosjekt for økt fokus på yrkesfiske og bedre utnyttelse av ferskvannsressursene i Norge: Norsk innlandsfiskelag
2003	LMD oppretter kontaktutvalg for landbruk og reiseliv: Nedsetter arbeidsgruppe for prosjekt om utmarksbaserte reiselivsbedrifter.		
2004	Forprosjektrapport om "Utvikling av utmarksbaserte reiselivsbedrifter" Arbeidsgruppe Reiselivsbedriftenes landsforening og Norges Skogeierforbund		
2004-2008			Utmarksbasert reiselivsnæring 2004-2008: Norges Skogeierforening og Norges Bondelag
2006	Handlingsplan for innlandsfiske Landbruks- og matdepartementet (Arbeidsgruppe: LMD, NIL, NS, NB, Norskog, Norsk Lakseelver, Statskog, IN)		
2007	Utviklingsprogram for grønt reiseliv: IN		
2008-2012	Utviklingsprogram innlandsfiske: LMD (fisketurisme, næringsfiske, oppdrett)		
2008-2011			1. Verdifulle naturbaserte opplevelser: Norges Skogeierforbund (ikke jakt og fiske) 2. Tilrettelagt fisketurisme i innlandet: Norges Bondelag og Norges Skogeierforbund
2009	Norsk Bygdeturisme og Gardsmat og Norsk Innlandsfiskelag fusjonerer til selskapet HANEN		DinTur produktkatalog/samarbeid med IN: Innlandsfiske

Produktutvikling, markedsføring/salg/distribusjon, kompetanseutvikling og samarbeid/nettverksbygging innen landbrukssegmentet har vært tema i alle de gjennomgåtte strategiene og tiltaksplanene (tabell 2). Også samarbeid med tradisjonelt reiseliv, FOU, finansieringsordninger og offentlige rammebetingelser er diskutert i flertallet av dokumentene.

*Tabell 2. Hvilke hovedtema har det vært fokusert på i ulike planer og strategier for innlandsfiskesektoren? (mørke felt angir at det er foreslått tiltak på dette temaet).*

*En detaljert oversikt over utfordringer og tiltak er vist i vedleggstabell 1 og 2.*

	1997	2002	2003a	2003b	2004	2006	2007
Produktutvikling							
Markedsføring/ salg							
Kompetanseutvikling							
Samarbeid og nettverk innen landbrukssegmentet							
Samarbeid med tradisjonelt reiseliv							
FOU							
Finansieringsordninger							
Offentlige rammebetingelser							
Ressursgrunnlaget <sup>1</sup>							
Motivasjon/mobilisering							
Lokalt eierskap i verdikjeden							

- 1997: Innlandsfisk som næring. Status og strategisk tiltaksplan: Utarbeidet av Norsk Innlandsfiskelag for Statens landbruksbank. Tema: Yrkesfiske og oppdrett. De utfordringer/tiltak som er tatt med i tabellen gjelder kun yrkesfiske.
- 2002: Strategisk plan. Næringsutvikling i utmark. Utarbeidet for jordbruksavtalepartene av en arbeidsgruppe oppnevnt av Statens Nærings- og distriktsutviklingsfond. Tema: Utmarksnæring generelt.
- 2003a: Forslag til handlingsplan. Næringsutvikling i utmark med vekt på utmarksbasert reiseliv. Utarbeidet for Landbruksdepartementet av en arbeidsgruppe oppnevnt av Statens Nærings- og distriktsutviklingsfond. Tema: Utmarksnæring generelt.
- 2003b: Strategisk plan for næringsmessig utnyttelse av fisk og kreps i ferskvann 2003-2007. SND-rapport 5-2003. Tema: Hovedsakelig yrkesfiske.
- 2004: Utvikling av utmarksbaserte reiselivsbedrifter – Markedsmuligheter, mål, strategier og forslag til verdikjedeprogram. Reiselivsbedriftenes landsforening og Norges Skogeierforbund. Tema: Opplevelsesaktiviteter generelt, men de utfordringer/tiltak som er tatt med i tabellen gjelder kun fisketurisme.
- 2006: Handlingsplan for innlandsfiske. Handlingsplan for økt bruk av innlandsfisk som grunnlag for verdiskaping innen mat- og opplevelsesproduksjon. Landbruks- og matdepartementet. Tema: Fisketurisme, yrkesfiske og fiskeoppdrett. De utfordringer/tiltak som er tatt med i tabellen gjelder fisketurisme og yrkesfiske.
- 2007: Utviklingsprogram for grønt reiseliv. Innovasjon Norge, som del av LMDs strategi for næringsutvikling. Tema: Opplevelsesaktiviteter generelt.

Det har vært relativt lite fokus på ressursgrunnlaget i mange planer og strategier. Dette kan ha flere årsaker. Dels er ressursgrunnlaget et ansvar for miljøvernmyndighetene og mye behandlet i forbindelse med FOU-tiltak. Fra slutten av 1990-tallet kan årsaken være at en har ment at dette er en oppgave som hører hjemme i driftsplanarbeidet. Evalueringen av prosjektet "Lokal forvaltning av de utnyttbare vilt- og fiskeressursene 1996-1999" viste imidlertid at interessen og forutsetningene lokalt og i kommunene for å ta større offentlig ansvar for vilt- og fiskeforvaltningen var svært varierende (Dervo 2002). Ressursgrunnlaget er derfor et tema som kunne ha vært viet større oppmerksomhet også i strategisammenheng.

Strategiene/planene har også lite fokus på mobiliserende tiltak. De fleste strategier og tiltaksplaner synes å ta for gitt at det finnes interesserte grunneiere og rettighetshavere som ønsker å utvikle næring basert på innlandsfiske. Interesse og motivasjon hos grunneiere og rettighetshavere trekkes i liten grad fram når utfordringer diskuteres, og blant forslag til strategier og tiltak glimrer mobiliseringstiltak med sitt fravær.

Mangel på arbeidskraft og kapital blir også i liten grad diskutert når det gjelder utfordringer. Dette til tross for at en vet at både landbruket og reiselivet sliter med å skaffe kvalifisert arbeidskraft, og det antas at dette vil kunne bli en stadig større utfordring i årene framover.

Det er videre lite fokus på å legitimere arbeidet samfunnsmessig. Først i handlingsplanen for innlandsfiske (2006) trekkes behovet for å synliggjøre lokal verdiskaping fram.

### 3 Forvaltning av det biologiske ressursgrunnlaget

Det biologiske ressursgrunnlaget, innlandfisk, er felles for turistfiske og yrkesfiske. Forhold knyttet til forvaltningen av innlandsfisk med sikte på kvalitetsforbedringer, behandles derfor samlet, selv om definisjonen av "kvalitet" ofte vil kunne være svært ulik for yrkesfiske og turistfiske, og også innenfor ulike segmenter av turistfiskere.

#### 3.1 Tiltak for å forbedre kvaliteten på fiskeressursen

Mange fiskebestander i Norge har i utgangspunktet for dårlig kvalitet til at de kan utnyttes til næringsfiske og turistfiske for spesialister. Liten attraktivitet skyldes ofte at bestandene er overtallige og småvokste (Ugedal m.fl. 2007). Generelt gode rekrutterings-/gyteforhold for mange arter i kombinasjon med relativt lavproduktive ferskvannssystemer gjør at forholdet mellom fisketetthet og mattilgang ikke tillater framvekst av store og attraktive individer. For liten beskatning blir som regel pekt på som den viktigste årsaken til overtallige og småvokste bestander – "det fiskes for lite". Derfor har tynnings-/kultiveringsfiske lange tradisjoner i Norge (Dahl 1943, Sømme 1941). Årsaken til dårlig kvalitet kan imidlertid også være at det "fiskes feil", for eksempel gjennom hard og selektiv beskatning av store fiskespisende individer av ørret og røye. Disse individene er ofte svært fangbare på passive fiskeredskap som garn (Finstad m.fl. 2003). Flere undersøkelser har vist at fiskespisende individer av røye og ørret kan konsumere store mengder småfisk og derfor også være viktig for å begrense rekrutteringen (f. eks.: Svenning og Borgstrøm 2005). Fjernes disse store individene vil rekrutteringen derfor kunne øke og bestandenes attraktivitet reduseres. Årsakene til at man har overtette fiskebestander kan derfor være sammensatte og komplekse.

Ugedal m.fl. (2007) har i rapporten "Erfaringer med tynningsfiske i innsjøbestander i Norge" foretatt en gjennomgang av publisert litteratur på effektene av tynningsfiske på innsjøbestander i Norge. Gjennomgangen viser at tynningsfiske absolutt kan gi positive effekter, men at antallet "suksesshistorier" allikevel er svært beskjedent. Rapporten peker på følgende hovedutfordringer ved tynningsfiske:

- 1) Kunnskapen om utgangstettheten av fisk er ofte mangelfull,
- 2) Uttaket av fisk er i mange tilfeller ikke tilstrekkelig eller opprettholdes ikke over tid,
- 3) Bestandene kompenserer for økt fangstdødelighet med økt rekruttering, og
- 4) Det er en utfordring å ta vare på store fiskespisende individer, både under og etter tynningsfisket (nødvendig for å kunne oppnå en ny likevektstilstand i vannet).

Rapporten påpeker også nødvendigheten av å formulere en klar og realistisk målsetning før man starter med tynningsfiske. Målet med utfisking kan være 1) å forbedre kvaliteten til fiskebestandene for utnyttelse ved tradisjonelt næringsfiske eller 2) å øke attraktiviteten til ressursen i forbindelse med sports- og rekreasjonsfiske. Et vellykket tynningsfiske krever at uttaket er stort nok og innsatsen langvarig nok til å endre bestanden i ønsket retning – og at fiskeregler og beskatning i etterkant sørger for at den endrede bestandsstrukturen består.

Som konklusjon kan man derfor si at det er mulig å forbedre kvaliteten til fiskebestander gjennom tynningsfiske, men at man nok oftest undervurderer innsatsen som skal til – uttaket blir for lite og man gir seg for tidlig, og kostnadene blir store i forhold til nyttegevinstene. Bruken i etterkant blir heller ikke alltid slik en forutsatte, og bestanden går tilbake til tilstanden fra før tynningen startet.

Mange ørretvann i Norge har stort rekrutteringspotensial og derfor er tette og småfalne bestander relativt vanlig. Dette var bakgrunnen for at Kjell W. Jensen startet et omfattende tynningsfiske i Øvre Heimdalsvatn (1 090 m o.h.; 77.5 ha) i Oppland fylke i 1958 (Jensen 1977). I gjennomsnitt ble det fisket med 1 250 garnnetter per år i 13 år (tilsvarer ca 2 månedersverk per år). Den økte beskatningen førte gradvis til bedre vekst hos fisken og maksimalstørrelsen økte. Før uttynning avtok veksten til ørreten ved om lag 25 cm. Gjennomsnittsstørrelsen til 10 år

gammel ørret i 1958 var 25.5 cm (ca 160 g), mens i 1972 var den 38 cm (ca 550 g). Det som imidlertid er verdt å merke seg var at den harde beskatningen gjorde at gammel og stor fisk ble fåtallige i bestanden. Jensen (1977) konkluderte med at Øvre Heimdalsvatn kunne gi et varig utbytte på 5.7 kg/ha (total ca 450 kg) med ørret med gjennomsnittsvekt på 270 gram. Et slikt utbytte kunne oppnås ved å fiske med 1600 garnnetter med 32 mm garn. Jensen (1977) konkluderte med at i innsjøer som Øvre Heimdalsvatn er det ikke mulig å høste bare ørret av stor størrelse og samtidig ha et høyt vektutbytte av bestanden. I en sjø med så stort rekrutteringspotensial vil imidlertid fangstdødeligheten bli så stor at innslaget av storvokst – og gammel – ørret blir svært beskjedent.

I Sølensjøen i Rendalen kommune begynte kvaliteten på siken gradvis å bli dårligere fra midten av 1980-tallet. Gjennom nesten en dobling av beskatningen i perioden 1992-1994 (18 tonn og 8.7 kg/ha per år) og en vedvarende høyere fangsttinningsats etterpå klarte fiskerettshaverne å snu denne negative trenden i tide, og kvaliteten på sikbestanden i sjøen er i dag god (Museth m.fl. 2007). Gjennom et omfattende flytegarmsfiske høstes det i dag ca 13 tonn med sik av god kvalitet per år (ca 5 kg/ha).

Tynningsfisket av røye i Takvatnet i Troms er det best kjente, og trolig det mest vellykkede, storskala tynningsfiskeprosjektet som er gjennomført i Norge. Her lyktes man med å oppnå tilsynelatende varige endringer i bestandsstrukturen til røye samtidig som aurebestanden tok seg opp (Klemetsen m.fl. 2002). Tynningen i Takvatnet skjedde ved et hardt teinefiske i seks år, og fisket fortsatte i enda to år med lavere innsats. Dette førte til en betydelig reduksjon i røyebestanden. I løpet av tynningsperioden vokste det frem stor røye og aure, og disse store individene var i stor grad fiskespisere som bidro til å redusere rekrutteringen av små røye (Persson m.fl. 2007). I Reinsvatnet i Oppland har tynning også vært vellykket, men arbeidsinnsatsen har vært krevende; om lag 3 månedsverk pr. år i åtte år (Tord Smestad, pers.med.).

## **3.2 Er det konflikt mellom yrkesfiske og rekreasjonsfiske?**

Hard beskatning av fiskebestander gjennom et aktivt næringsfiske kan være i konflikt med satsing på rekreasjonsfiske, men bl.a. bruk av storruse ved næringsfiske og ved tynningsfiskeprosjekter muliggjør et selektivt uttak av fisk (se bl.a. Taugbøl m.fl. 2004). I Espedalsvatnet og Reinsvatnet i Oppland fylke pågår det et kombinert tynnings- og næringsfiske på sik ved bruk av storruse. Økt uttak av sik i disse vannene ser ut til å ha ført til bedre vekstforhold for ørreten. Bruk av storruse har også gjort det mulig for fiskerettshaverne å gjenutsette ørreten (levende fangst) og erfaringene så langt er at innslaget av storvokste og attraktive individer for fritidsfiskere har økt (Museth, upubl. data). Det er imidlertid per i dag et beskjedent fritidsfiske i disse vannene og ikke noe direkte turistfiske tilbud i noen av dem. I sluttrapporten fra Nærfiskprosjektet hevdes at det har vist seg at der en får til et godt samarbeid mellom grunneierforeninger og yrkesfiskere, ligger det godt til rette for å utnytte fiskeressursene både til fritidsaktivitet og til lokale matprodukter (Rolfstad 2009).

## **3.3 Diskusjon**

Erfaringene fra tynningsfiske i norske innsjøer viser viktigheten å formulere realistiske målsettinger for denne typen prosjekter. Som nevnt undervurderes ofte både innsatsen og kostnaden som skal til for å gi en varig endring av bestandsstrukturen til fiskearter som sik, røye og ørret. Ut i fra et bedriftsøkonomisk perspektiv, der man ønsker avkastning av både investert kapital og tid, synes det vanskelig å anbefale fiskerettshavere å satse på kultiveringsfiske for å skape attraktive bestander som grunnlag for næring. Dette vil i så fall kreve helt nye tilskuddsordninger til denne typen aktiviteter. Bak samtlige suksesshistorier omtalt av Ugedal m.fl. (2007) ligger en betydelig, ulønnet dagnadsinnsats, eller betydelige bidrag fra FOU institusjoner (feks Takvatn, Heimdalsvatn). Tradisjonelt er tynningsfiske i Norge i stor grad utført på "frivillig basis" av fiskerettshavere, forskningsmiljøer og/eller fiskeforeninger. Man må derfor skille mellom mulighetene for å "lage attraktive fiskevann" og realismen og lønnsomheten av dette i forbindelse



med næringsutvikling. Utvikling og bruk av nye former for redskap, f. eks. storruse, kan gi muligheter for et kostnadseffektivt uttak av fisk i mange innsjøer, men samtidig er det en kjensgjerning at effektiviteten til storruse i stor grad varierer fra lokalitet til lokalitet og det er etterhvert flere steder der den er prøvd ut med dårligere effektivitet enn andre steder (Taugbøl m.fl. 2004).

Erfaringene fra gjennomførte tynningsfiskeprosjekter viser også viktigheten av realisme i forhold til hva slags fiskebestander man kan skape. Begrepet "attraktive fiskebestander" er upresist og vil variere mellom både segmenter av næringsfiskerier og fritidsfiskere. Et av Norges største fiskerier etter ørret forgår i Jølstervatnet i Sogn. Her høstes 10-12 tonn ørret med gjennomsnittsvekt på 250 g i året som omsettes som porsjonsfisk og rakfisk. Segmenter av turistfiskere og fritidsfiskere vil også oppleve ørret på 250 gram som attraktivt, men andre vil etterspørre større fisk. Jølstervann er forøvrig også ett av få innsjøer i Norge der en har lyktes med å kombinere et betydelig deltids næringsfiske med sportsfiske og turistfiske. Erfaringene fra Øvre Heimdalsvatn viste imidlertid at tynningsfiske ikke nødvendigvis resulterer i større innslag av stor fisk.

## 4 Turistfiske etter innlandsfisk

### 4.1 Motivasjon /interesse hos grunneier/rettighetshaver

Mangel på motivasjon og interesse fra grunneierhold har vært pekt på som en utfordring i forbindelse med flere av tiltaksprosjektene. I prosjektet "Norsk Opplevelsesferie 1992-1995" erfarer en at det ikke var lett å komme i posisjon for å tegne formelle salgssavtaler med mange nok og attraktive nok tilbydere (Solberg 1995). I evalueringen av "Lokal forvaltning og driftsplanlegging av vilt- og fiskeressursene" (1998-2000) ble svak motivasjon pekt på som en av flaskehalsene for næringsutvikling (Aas & Andersen 2001).

Dette er fortsatt tilfelle etter at det tredje store samarbeidsprosjektet mellom Norges Bondelag og Norges Skogeierforening, "Utmarksbasert Reiselivsnæring" 2004 – 2006" er gjennomført. Også i dette prosjektet var det et mål å øke grunneiernes interesse og kunnskap om utmarksbasert reiselivsnæring. "Innsatsen er samlet sett betydelig med mange aktiviteter og stort antall deltagere, og målet anses oppnådd selv om det er vanskelig å si noe om hvor mange og hvilke typer av grunneiere en har nådd frem til. Enkelte regioner sliter med tilsynelatende lite interesserte entreprenører og grunneiere." (Qvenild & Aas 2007).

Prosjektet "Naturbasert reiseliv – fra hobby til næring 2002-2005" i regi av NORSKOG viser at å opprettholde interesse og motivasjon over tid kan være en utfordring. 46 deltakere meldte seg på prosjektet, hvorav 34 var med på hele prosjektperioden. Når det gjelder videreføring av gruppene er det en gruppe som fortsatt er aktiv. Denne gruppen administreres av NORSKOG og møtes ca en gang i året. Det er nå kun 8 medlemmer i denne gruppen (pers.med. Ole Erik Elsrud, NORSKOG).

Valdres utmarkskontor gjennomførte i 2006 et prosjekt for å identifisere og gi starthjelp for utmarksentreprenører i Valdres. Erfaringene er at dette er et krevende arbeid (Valdres utmarkskontor 2006): "Valdres Utmarkskontor har i løpet av det siste året "leita opp" 7-8 aktuelle utmarksentreprenører innan fisketurisme og jakt. Vi har motivert dei, bidrege til kompetanseheving (fiskeguide-kurs) og hjelpt dei med å setje i gang tiltak. Tiltaka har vore t.d. ressursanalysar av eigedomar/fiskeområde, vurderingar av personlege kvalitetar og ressursar, motivert til grannesamarbeid og samarbeid mellom andre aktørar innan utmark og reiseliv...Arbeidet med å identifisere nye utmarksentreprenører er tidkrevjande og kan ikkje utan vidare følgje vanlege rutinar. .. Vi prøvde t.d. annonser med påmelding - fire tok kontakt, kun to av dei vart med vidare. Dei andre fann vi navnet på gjennom vener og kjende."

Fisketurismeprojektet "INNOFINN" hadde som mål å få med 20 til 25 bedrifter i prosjektet. Resultatet ble at kun 15 bedrifter ble med gjennom alle 5 årene. Mye ressurser ble brukt på å motivere bedriftene til å være med, uten at man lykkes i å få med flere. Først i prosjektets fjerde år synes det å være en økende interesse for å delta. Problemet med å rekruttere bedrifter til INNOFINN kan sees som et uttrykk for manglende interesse. Andre mulige årsaker kan være at mange av turistbedriftene som først ble kontaktet hadde marginal interesse innen fisketurisme, selv om det på nettsider og i annonsering kunne se ut som om de var fisketurismebedrifter. En annen årsak kan være at den omfattende formidlingen i prosjektet har fått flere til å se muligheten med ønske om å sattse på fisketurisme (Dervo pers. med.).

### 4.2 Kompetanse

I evalueringen av "Lokal forvaltning og driftsplanlegging av vilt- og fiskeressursene" (1998-2000) ble manglende kompetanse pekt på som en av flaskehalsene for næringsutvikling (Aas & Andersen 2001). Dette er fortsatt tilfelles for det påfølgende prosjektet "Næringsutvikling og driftsplanlegging i utmark" (2001-2004). Her pekes det på at fagmiljøene i grunneierorganisa-

sjonene er små, spredte og sårbare, bl.a. som følge av konkurransesituasjonen mellom grunneierorganisasjonene og et uavklart forhold til kommersielle markeds- og salgskanaler.

I oppfølgeren "Utmarksbasert Reiselivsnæring" 2004 – 2006" synes det å ha vært lagt større vekt på å utvikle samordnet kompetanse. Den sentrale delen av prosjektet har fulgt opp og koordinert de regionale prosjektene innenfor en felles strategi og tilrettelagt for satsningen gjennom utvikling av veiledningsmateriell og kunnskapsoppsummeringer, med særlig vekt på markeds kunnskap.

I prosjektet "Naturbasert reiseliv – fra hobby til næring" 2002-2005 i regi av NORSKOG var erfaringen at kombinasjonen av å oppleve andres produkter og eiendommer og det å møte andre som er i samme situasjon, var svært viktig for å øke kompetansen til deltakerne. Deltakerne rapporterte at eksterne foredrag og seminarer har vært bra, men mindre viktige for kompetansehevingen (Christensen 2006). Når det gjelder kompetanse, ser prosjektet et behov for å sette større krav til deltakerne, i form av forberedelser og "hjemmelekser". "Som et ledd i kompetanseutviklingen ønsker vi å utarbeide oppgaver som skal besvares individuelt til møtene, samt arbeidsoppgaver som gruppen skal løse i fellesskap under møtene" (Christensen 2006).

INNOFINN har hatt et eget delprosjekt på formidling. I tillegg til tradisjonell formidling gjennom rapporter, er det laget faktaark og temahefter og arrangert studieturer og temakvelder. Det skriftlige er formidlet gjennom en egen internettside ([www.innofinn.no](http://www.innofinn.no)). Erfaringene er at det ofte må til en mye mer interaktiv formidling som temakvelder og kompetansemekling til for å nå fram med kunnskap til travle entreprenører innen fisketurisme.

### 4.3 Markedsføring, salg og distribusjon

Allerede med Norsk Opplevelsesferie 1992-1995 forsøkte en å drive markedsføring, salg og distribusjon gjennom en felles overbygning for 40-50 tilbydere. Det viste seg imidlertid at kostnadene med å selge produktene oversteg de totale inntektene (Solberg 1995). Konklusjonen fra prosjektet var at det kreves en mangedoblet omsetning for å kunne dekke inn de kostnadene som påløper ved å drive formidling av bygdeturisme på et tilsvarende nivå. Det antas også at en økning av salgsvolumet har størst mulighet hvis salgsorganiseringen på landsbasis blir konsentrert til færrest mulig organ.

I evalueringen av prosjektet "Utmarksbasert Reiselivsnæring" pekes det på at "Valg av strategi innen salg og distribusjon fremstår som den største usikkerheten for grunneierorganisasjonene". Dette går særlig på hvor mange distribusjonskanaler en skal satse på. Evalueringsrapporten understreker at "spørsmålet ikke kan "vedtas" av beslutningsfattere i grunneierorganisasjonene. Derimot vil ulike markeder påvirke og avgjøre hva som er levedyktig, og den eller de salgsselskapene som kan tilby grunneierbaserte reiselivsbedrifter av ulik art den beste løsningen vil fremstå som "vinner". (Qvenild & Aas 2007).

Prosjektet "Naturbasert reiseliv – fra hobby til næring" 2002-2005 i regi av NORSKOG har hatt tilsvarende utfordringer: "Flaskehalsen for mange synes klart å være markedsføring og salg. Det tar tid å etablere seg i markedet, samtidig som markedsføring er kostnadskrevende. Prosjektet har derfor rettet mye oppmerksomhet mot å finne kostnadseffektive markedsføringsverktøy. Her vil vi (dvs. NORSKOG) rette en oppfordring til Innovasjon Norge om å bidra til å etablere de små bedriftene på kartet. Uten drahjelp utenfra er det vanskelig å komme skikkelig i gang".

Prosjektet/selskapet "Flogofiske i Valdres" <http://www.fisking-i-valdres.no/index.php?id=fiskebors> satser på å å benytte eksisterende engelske bookingkanaler på fluefiske, dvs. uten å benytte en innkommende turoperatør til Norge. Effekten av en slik

distribusjonsmåte til utlandet er fortsatt under utprøving, og er ikke evaluert (pers.med Hanne Lykkja, prosjektleder "Flogofiske i Valdres").

En undersøkelse blant kunder på norske turistfiskebedrifter i 2009 (Øian & Dervo 2009a) viste at tips fra andre fiskere, venner og familie, sammen med Internett, hadde vært de viktigste informasjonskildene ved valg av fiskeferie. Turistinformasjon og reiselivsmesser oppnådde en relativt lav score. Det samme gjelder mediekanaler som radio, fjernsyn, aviser, magasiner og brosjyrer. Et betydelig unntak er imidlertid artikler eller reportasjer i magasiner. Det er for øvrig en tendens til at spesielt fiskekollegaers betydning øker som informasjonskilde dersom fluefiske er kundens hovedmetode. Hva slags salgskanal som ble brukt for å kjøpe oppholdet, er ikke rapportert. I samme prosjekt er det imidlertid foretatt en gjennomgang av 15 turistfiskebedrifter. Det framkommer her at bedriftene bruker en rekke ulike distribusjonskanaler; egen nettportal, linker til egen nettportal fra andre fiskeportaler (norske og utenlandske), fellesportaler for flere fisketurismetilbydere, DinTur og salg direkte gjennom utenlandske turoperatører (Øian 2009).

I forbindelse med prosjektet Utmarksbasert reiselivsnæring 2004-2008, ble det gjennomført flere utredninger om marked og distribusjon. Når det gjaldt markedet for naturbaserte opplevelser ble det konkludert bl.a. med at (DinTur 2005):

*"Behovet for organisering eller pakket tur øker med avstand og manglende erfaring med stedet. Den viktigste informasjonskilden for valg av reisemål er anbefalinger fra andre fiskere. Fiskere innser at deres hobby er av mindre interesse for allmennheten og avviser ofte anbefalingene fra generelle turistagenter "som lite kompetente". Den forventede gode kvaliteten på informasjonen fra fiskeeksperter øker verdien av deres anbefalinger for valget av reisemål for fiskeking. ..."*

*Betydningen av fiskemesser eller utstillinger som informasjonskilde for valg av reisemål varierer noe blant fiskerne. Spesielt i Storbritannia er disse messene godt besøkt. Undersøkelser viser at fiskere som fisker mer enn tyve dager i året, i liten grad besøker fiskemesser o.l. Generelt kan det sies at deltakelse på denne type messer og utstillinger ikke gir tilgang til hele markedspotensialet med informasjon. Foreløpig er det få som bruker Internett som informasjonskilde, men bruken forventes å øke sterkt i framtiden".*

Når det gjelder distribusjonsløsninger ble det pekt på bl.a. at (Kaizen 2006):

- "Utvikling av gode og brukervennlige internettpresentasjoner vil være en forutsetning for å bli valgt i den meget store konkurransen og informasjonsflyten".
- "Da bruken av mellomledd varierer med reisemålet og påvirkes av tilgjengeligheten – avstand og kjennskap – bør distribusjonsstrategien tilpasses det enkelte marked".
- "Turoperatørene vil fortsatt være det viktigste mellomleddet for å kunne selge feriehus og naturbaserte opplevelser i de internasjonale markedene som ikke er typiske naboland som Sverige og Danmark".
- "Dynamisk pakking av naturbaserte opplevelser vil sannsynligvis fortsatt være på et beskjedent omfang. Økningen vil primært komme på tilbudene som tilbys på turoperatørenes nettsted. Dynamisk pakking av tilbud direkte hos de ulike lokale tilbyderne vil primært skje i det nasjonale markedet og blant konsumenter i nabolandene med høy kjennskap til reisemålet".

I INNOFINN-prosjektet er en av hovedkonklusjonene at presentasjonen av fisketuristbedriftenes produkter er altfor generell. Dette skyldes til dels for lite ressurser til brosjyreproduksjon. En internettside gir til sammenligning rom for omfattende og detaljerte beskrivelser av ulike deler av produktet, samtidig som opplysningene lett kan oppdateres.

Kaizen AS (2006) foreslår også en framtidig modell for distribusjon av feriehus og naturbaserte opplevelser. Denne tar som utgangspunkt at turoperatørene fortsatt har stor innflytelse i distribusjonsleddet, og at det derfor er viktig å satse på disse som sentrale distributører i de utenlandske markedene. Det foreslås videre at markedsføring av norske tilbud overfor de utenlandske turoperatørene bør skje gjennom norske incoming-operatører. Dette bør suppleres og

koordineres med markedstiltak fra Innovasjon Norge for å øke kunnskapen om naturbaserte opplevelser i de prioriterte målgrupper og markeder.

Når det gjelder kvalitetssikring av tilbudene, mener Kaizen AS at incoming-operatørene vil kunne bidra til å sette kvalitetsstandarder for de ulike tilbudene. De vil imidlertid ikke ha ressurser til å implementere slike kvalitetsstandarder, slik at dette er en oppgave som må løses av tilbydersida.

Rapporten peker videre på at grunneierinnflytelse i distribusjonsleddet forutsetter at de kan kontrollere en eller flere incoming turoperatører. "Da skogeiersamvirke allerede har eierskap i Din Tur AS, er det naturlig å konsentrere satsingen rundt dette selskapet" (Kaizen 2006).

## 4.4 Markedssegmenter og etterspørsel

### 4.4.1 Markedssegmenter

Segmentering kan gjøres ut fra ulike kjennetegn. I forhold til innlandfiske er nasjonalitet, reisefølge og skille etter en spesialist/generalist dimensjon mye brukte segmenteringskriterier.

Når det gjelder reisefølge skilles det gjerne mellom kamerat-, familie- og bedriftsmarkedet (Natur & Fritid 2005). I en undersøkelse på norske turistfiskebedrifter i 2008, ble familie oppgitt som reisefølge i 21 % av tilfellene. 36 % av kundene oppga at de reiste sammen med venner, mens forretningsforbindelser /arbeidskolleger utgjorde 4,5 % av tilfellene. Hele 16,5 % har svart kategorien *andre*. Trolig viser dette blant annet til at norske og utenlandske fiskeklubber/fiskeforeninger i noen tilfeller har utgjort et reisefølge (Øian & Dervo 2009a). I den samme undersøkelsen utgjorde svensker den største kundegruppen, med 43%. Nordmenn utgjorde 16%, tyskere 12%, nederlendere 11% mens de resterende 18% kom fra andre nasjoner.

Skillet generalist/spesialist er vanskeligere å operasjonalisere, men henspiller på interesse, engasjement og kunnskap. I den nevnte undersøkelsen viste det seg at kundene på turistfiskebedriftene er ivrige fiskere ved at de fisket om lag 5 ganger så mye som en gjennomsnittlig fisker i Norge pr. år (Øian & Dervo 2009b). Også holdninger til fangstbegrensninger og gjenutsetting av fisk, tyder på at fisketuristene på disse bedriftene for en stor del er spesialister der fiskeopplevelsen er avhengig av en attraktiv fiskebestand (Øian & Dervo 2009c).

### 4.4.2 Etterspørsel

De fleste turistfiskeprosjekter har hatt som mål å utvikle pakketilbud, bestående av fiske og overnatting, og eventuelt tilleggsprodukter som mat, guiding og transport. Begrunnelsen for dette har vært å øke inntektene fra fisket for grunneier-/rettighetshaver.

Norsk Opplevelsesferie 1992-1995 (Solberg 1995) var et salgsprosjekt der kundene før avreise hjemmefra bestilte en "feriepakke" som inneholdt overnatting i Norge og minst én forhåndsbetalt aktivitet (fiske var inkludert i noen av pakkene). Salget svarte ikke til forventningene. Prosjektet gjennomførte derfor en undersøkelse blant de potensielt mest interesserte kundene (definert som personer som har bedt om å få tilsendt salgskatalogen, men som ikke har kjøpt produktene). Undersøkelsen viste at nesten tre fjerdedeler oppga at de ønsket å velge å betale for aktiviteter/opplevelser etter ankomsten til feriestedet. Blant tyskerne ønsket bare 6 % å betale for alle eller noen aktiviteter på forhånd. Det pekes i rapporten også på at når det er slik at turistene foretrekker å kjøpe slike aktivitets- og opplevelsestilbud etter at de har ankommet feriestedet, tilsier dette at denne type produkter må ha en geografisk konsentrasjon. Skal produsentene av slike produkter få et tilstrekkelig kundegrunnlag, må slike aktivitetstilbud i stor grad lokaliseres i områder med mange turister. I forhold til salgsorganiseringen, vil trolig det å gi kundene mer fleksibilitet når det gjelder aktivitetssinnhold og valgtidspunkt trolig være det viktigste. Feriepakken må da i større grad få preg av å være en "meny" kundene kan velge fra, helst etter ankomst.

I forbindelse med prosjektet Utmarksbasert reiselivsnæring 2004-2008, ble det gjennomført flere markedsundersøkelser og -analyser (DinTur 2005, Natur& Fritid AS). For det internasjonale markedet slås det fast at potensialet for opplevelser knyttet til utenlandsferier er størst innenfor aktivitetene vandring, sykling, kano/kajakk, turski og natursafari med fokus på dyr. Skal Norge konkurrere i dette markedet, er det imidlertid en forutsetning å få fram flere bookbare produktpakker (DinTur 2006):

I forhold til innlandsfiske viser gjennomgangen bl.a.:

- "Fiske som fritids- og rekreasjonsaktivitet er en beskjedent ferieaktivitet i Europa sammenlignet f.eks. med vandring og sykling".
- "Norge er et beskjedent reisemål for innlandsfiske og laksefiske fra de store markedene. Nabolandene våre er de viktigste markedene. Dette er også et fellestrekk i Europa. Nabolandene er de viktigste utenlandske reisemål for fiske i den grad fiskeressursene er til stede".
- "Ser man bort fra laksefiske, mangler Norge mulighetene for de store "trofeene" for sportsfiskere f.eks. av ørret, harr og gjedde".
- "Tyske fiskere fokuserer mest på kvantitet og kvalitet på fisken som skal fanges".
- "Franske fiskere på sin side er mest opptatt av kvaliteten på naturen i området".
- "Britene er i forhold til de andre mer opptatt av den føyte avstand til reisemålet".

Når det gjelder innlandsfiske konkluderer rapporten med at:

- "Skal man øke attraktiviteten på fiske etter ørret, harr og gjedde er det helt nødvendig med fangstbegrensninger og fiskestell for å øke andelen stor fisk".
- "Temasatsingen innlandsfiske har et så lite produktomfang i form av få tilbydere og lite interessert salgslødd at det ikke berettiger en stor markedsinnsats som eget tema. Utfordringen blir å gi et markedsføringstilbud til de få profesjonelle norske tilbyderne som ønsker å videreutvikle seg både produktmessig og markedsmessig samt stimulere andre aktører med fokus på tilrettelegging og bestandsutvikling".

Rapporten anbefaler at den internasjonale satsingen på innlandsfiske konsentreres om følgende konsepter (DinTur 2006):

1. "Et tilbud til de profesjonelle innlandsfiskeaktørene, f.eks. de som er lokalisert ved Trysil-elva, ved Renaelva og ved Hemsila pluss de som satser på et profesjonelt gjeddefiske".
2. "Utnytte innlandsfiske som en generell aktivitet knyttet til ferieopphold der fiske nødvendigvis ikke er hovedformålet med reisen".

Når det gjelder det eksisterende markedet, viste en undersøkelse blant kunder på norske fisketurismebedrifter i 2008 at fiske etter ørret var mer utbredt enn fiske etter gjedde og harr (Øian & Dervo 2009b). Forventningene til selve fisketurismeferien var særlig knyttet til det å få stor fisk og dels også mye fisk (Øian & Dervo 2009c). De feriepakkene som ble solgt på turistfiskebedriftene hadde ulikt innhold (Øian & Dervo 2009a):

- Overnatting: 77%
- Fisketillatelse: 44%
- Guiding: 16%
- Omvisning: 17%
- Transport: 13%
- Måltider: 4%

Fiskeferien i 2008 varte i gjennomsnitt 8,3 dager, og i gjennomsnitt ble det fisket 7,3 dager. Det er en relativt klar sammenheng mellom forbruk på fiske generelt og forbruk på fiskeferier, dvs. at de som bruker mye penger på fiske generelt, også bruker mer penger på fiskeferien.

## 4.5 Nettverk

Innen generell næringspolitikk legges det stor vekt på å utvikle næringsklynger. Med klynger menes en konsentrasjon av bedrifter innen en bransje/verdikjede og relevante kompetansemiljøer. For løsere sammenslutninger med et begrenset antall bedrifter, blir gjerne betegnelsen nettverk brukt.

I prosjektet "Naturbasert reiseliv – fra hobby til næring" 2002-2005 i regi av NORSKOG satset en bevisst på næringsutvikling gjennom nettverksbygging. "Filosofien i prosjektet har vært læring av andre tilbydere med tilsvarende og ulike produkter, gjennom aktivt samspill med nettverkets samlede kompetanse som basis" (Christensen 2006). En slik arbeidsmåte ble sett på som en av suksessfaktorene i prosjektet.

En studie av etableringer av tilleggsnæringer i regi av Bygdeutviklingsmidlene i Vest-Agder viste at av et totalt utvalg på 34 nyetableringer i 1994 og 1995 var det i 2002 sju prosjekter som ikke lenger var i drift, og åtte som ennå ikke hadde oppnådd tilfredsstillende lønnsomhet (Vennesland & Lunnan 2003). Det viser seg at de prosjektene som hadde et stort lokalt og nasjonalt nettverk å støtte seg på ved viktige beslutninger, hadde mye større sannsynlighet for å lykkes (tabell 3). Forfatterne peker også på at "Når vi analyserer mulighetene for økt lokal verdiskaping i utmark så vil det i de fleste tilfeller bli for snevert å se på utmarka for seg. Det er ofte koplingene mellom utmarksprosjekter og andre tiltak i en kommune eller region som avgjør mulighetene for verdiskaping".

Tabell 3. Sannsynlighet for å lykkes i forhold til deltakelse i nettverk.

Deltakelse i regionalt/ nasjonalt nettverk	Deltakelse i lokalt nettverk	
	Nei	Ja
Nei	25%	71%
Ja	68%	94%

Kilde: Vennesland & Lunnan 2003.

## 4.6 Samarbeid med tradisjonell reiselivsnæring

I evalueringen av prosjektet "Lokal forvaltning og driftsplanlegging av vilt- og fiskeressursene" (1998-2000) blir det understreket at samarbeid med tradisjonell reiselivsnæring er viktig (Aas & Andersen 2001). Dette blir likevel i begrenset grad fulgt opp i det oppfølgende prosjektet "Næringsutvikling og driftsplanlegging i utmark" (2001-2004). Av 719 innrapporterte aktiviteter, omfattet bare 8 % samarbeid med tradisjonelt reiseliv, og en prosjekteier (Trysilvassdragets Skogeierlag) sto for nesten halvparten av disse aktivitetene. I det tredje prosjektet, "Utmarksbasert Reiselivsnæring" 2004 – 2006" er målet er fulgt opp gjennom nettverksarbeid regionalt og næringspolitisk arbeid sentralt. Prioriteringen av dette målet viste seg å variere mye mellom de regionale prosjektene, men noen har lyktes svært godt. Sentralt er samarbeidet mellom grunneierorganisasjonene, NHO reiseliv, NHD og LMD betydelig styrket i perioden (Qvenild & Aas 2007).

## 4.7 Tiltaksprosjekter Turistfiske

### 4.7.1 Prosjektorganisering og -ledelse

I evalueringen av "Lokal forvaltning og driftsplanlegging av vilt- og fiskeressursene 1997-2000" trekkes organisatoriske svakheter ved prosjektet fram (Aas & Andersen 2003). "Mange og uklare modeller og arbeidsmåter er utprøvd. Det synes som om det fra prosjektet sentralt har

vært stilt få formelle eller organisatoriske krav til delprosjektene, utover krav om økonomisk egeninnsats. Prosjektet kom svært raskt i gang og planleggingen innledningsvis gikk fort. Har bidratt til en viss vilkårlighet i arbeidet i noen delprosjekter.” I anbefalingene fra evalueringen trekkes det fram behov for:

- Klarere styring og mer mål- og resultatoppfølging, særlig overfor delprosjektene.
- Tydelig avgrensning til annen aktivitet i de regionale organisasjonene.
- Sterkere involvering fra ledelsen i organisasjonene.
- Tilstrekkelig kapasitet og kompetanse til å håndtere prosjekter av denne typen i organisasjonene på regionalt nivå.

Prosjektet ble videreført gjennom et nytt prosjekt; ”Næringsutvikling og driftsplanlegging i utmark” (2001-2004). Også i evalueringen av dette prosjektet blir organisatoriske forhold drøftet inngående (Aas et al. 2004). En av erfaringene er nytten av underveisevalueringer. Prosjektet hadde en underveisevaluering som påvirket innretningen av prosjektet i betydelig grad, bl.a. mot større fokus på næringsutvikling. Videre diskuteres hensiktsmessigheten av regional prosjektorganisering: ”I flere regioner er det etter hvert utviklet et faglig samarbeid mellom prosjektledere på ulike delprosjekt. Dette gjelder for eksempel på Vestlandet. Gevinstene med dette synes for evaluator å være svært positive, og bidrar til en mer systematisk utnyttelse av hverandres kompetanse samtidig som det bidrar til et bedre arbeidsmiljø. Det er mulig at dette kan utnyttes noe bedre fremover, for eksempel gjennom å definere fylkesoverskridende prosjekter der flere prosjektmedarbeidere deltar, istedenfor å definere ”enmannsprojekter” som dominerer bildet”.

Et tredje organisatorisk moment er at det tilrås en avklaring av arbeidsdeling mellom rådgivere og konsulenter i organisasjonene, og ulike kommersielle salgs-, rådgivnings- og markedsføringselskaper i det videre arbeidet. Det tilrås at en ved eventuelle fremtidige prosjekter bør skille ut organisering og driftsplanlegging i eget prosjekt, mens mer konkrete prosjekt på næringsutvikling bør kjøres atskilt.

Videre peker evalueringen på at profesjonaliteten og prosjekteffektiviteten er større i organisasjonene enn ved oppstarten av det første prosjektet, men at delprosjektene har vært mer varierende både i resultater og organisering. Det anbefales at for evt. videre prosjekter gjøres et arbeid for å effektivisere og strømlinjeforme regionale styringsgrupper.

I det oppfølgende prosjektet ”Næringsutvikling og driftsplanlegging i utmark” (2001-2004) sto de åtte regionale prosjektene selv ansvarlige for sin prosjektfinansiering. De regionale prosjektene definerte også selv konkrete mål for egne satsninger innenfor rammene gitt av det sentrale prosjektet. Erfaringene med en slik organisering er delte. ”Den formelle fristillingen av de regionale prosjektene har, i forhold til måloppnåelse og gjennomføring, ikke vært positivt for prosjektgjennomføringen om en sammenligner med de foregående prosjektene” (Qvenild & Aas 2007).

#### **4.7.2 Hvilke deler av verdikjeden fokuseres det på?**

Det har vært hevdet at ulike tiltaksprosjekter har hatt for lite fokus på deler av verdikjeden, særlig markedsføring/salg. Gjennomgangen av tiltaksprosjektene viser at markedsføring/salg i hvert fall har vært et viktig mål for prosjektene. Ett av de første større nasjonale prosjektene ”Norsk Opplevelsesferie” 1992-1995 var også et rent markedsførings- og salgsprosjekt. På nasjonalt nivå har det med andre ord vært en bevissthet om betydningen av markedsføring og salg helt fra starten.

Vi vil i dette avsnittet fokusere på to ulike prosjektløp som har bestått av sammenhengende prosjektperioder. Dette for å belyse eventuelle endringer i prosjektmål og fokus over tid. Det ene prosjektløpet er samarbeidsprosjektene mellom Norges Bondelag og Norges Skogeierforbund med prosjektene ”Lokal forvaltning og driftsplanlegging av vilt- og fiskeressursene 1997-2000”, ”Næringsutvikling og driftsplanlegging i utmark 2001-2004” og ”Utmarksbasert Reise-



livsnæring 2004 – 2006”. Det andre prosjektløpet er satsing på innlandfisketurisme i grensetraktene mellom Østfold, Akershus og Dalsland i Sverige, med prosjektene ”Fiskeland 1 & 2, 2002-2005”, ”Här nappar det 2006-2007” og ”Grenseløs fiskedestinasjon” (2008-2011).

#### **4.7.2.1 Samarbeidsprosjekter Norges Bondelag og Norges Skogeierforbund**

Norges Bondelag og Norges Skogeierforbund har samarbeidet om tre påfølgende tiltaksprosjekter. Disse omfattet både hjortevilt, småvilt, laksefisk og innlandsfisk. Dvs. at erfaringene fra prosjektet ikke kun gjelder innlandsfiskeprosjekter.

Prosjektet ”Lokal forvaltning og driftsplanlegging av vilt- og fiskeressursene 1997-2000” var den første store, koordinerte satsingen som skulle omfatte hele verdikjeden. 242 driftsplaner ble registrert som ferdigstilt, men de fleste planene preges av mangel på, eller svakt utviklede næringsdelplaner (Aas & Andersen 2001). Også det sentrale prosjektet ble konsentrert om utarbeiding av verktøy for biologisk forvaltning og grunneierorganisering. Det pekes på at en mulig årsak til dette var at prosjektledelsen var knyttet til de regionale landbruksorganisasjonene, og at innholdet i prosjektene ble utformet i tråd med kompetanse og kultur i disse organisasjonene, dvs. med fokus på det biologiske produksjonsgrunnlaget.

Dette blir problematisert også gjennom det oppfølgende prosjektet ”Næringsutvikling og driftsplanlegging i utmark 2001-2004”. Enkelte større kompetansehevingstiltak blant prosjektmedarbeidere blir da igangsatt på eget initiativ, i hovedsak for å øke kompetansen hos medarbeiderne på tema næring (Aas et al. 2004). Videre var første års evaluering av prosjektet kritisk, og pekte på en for svak orientering mot næringsutvikling. Det ble da iverksatt flere tiltak for å endre prosjektets orientering (Aas et al. 2004). Det ble likevel gjennomført dobbelt så mange aktiviteter i prosjektene knyttet til produktutvikling som knyttet til informasjon og markedsføring (henholdsvis 44 og 22 % av innrapporterte aktiviteter).

Det tredje prosjektet i denne rekken har vært ”Utmarksbasert Reiselivsnæring 2004 – 2006”. Dette prosjektet har kun vært retta mot næringsutvikling (Qvenild & Aas 2007).

I de tre prosjektene i regi av Norges Bondelag og Norges Skogeierforbund har det vært en klar (og tilsiktet) dreining fra fokus på ressursen og organisering av utnyttelsen av denne og over til selve næringsutviklingsaspektet. Det har vært en kontinuitet i prosjektene på nasjonalt nivå. På regionnivå har det vært en del utskiftninger av prosjektledelse, og også på bedriftsnivå har en i mange tilfeller ”startet på nytt” med nye bedrifter (flere av de regionale prosjektene i siste prosjektperiode brukte betydelige ressurser på mobilisering).

#### **4.7.2.2 Innlandfisketurisme i grensetraktene mellom Østfold, Akershus og Dalsland i Sverige**

Kilder:

- 1.SLUTRAPPORT PROJEKT ”HÄR NAPPAR DET” 2006-2007 D.nr: GS3041-38-06
2. Årsmelding 2008, fisketurismeprojektet. Utmarksavdelingen for Akershus og Østfold.
- 3.Projektansökan/Söknad projektutlysning 1-2008. Interreg Sverige-Norge. Program för Europeiskt territoriellt samarbete 2007-2013.

Fiskeland 1 & 2, Här nappar det og Grenseløs fiskedestinasjon har vært en kontinuerlig satsing på innlandfisketurisme i grensetraktene mellom Østfold, Akershus og Dalsland i Sverige. Prosjektene har vært gjennomført som felles Interregprosjekter. På norsk side har Utmarksavdelingen for Akershus og Østfold vært prosjekteiere. På svensk side er denne rollen ivaretatt av Bengtsfors kommune.

I den første fasen av Fiskelandprosjektet (2002-2003) var registreringer både av entreprenører/vertskap, eksisterende infrastruktur (husvære, båter, guider mm) og biologiske ressurser en hovedarbeidsoppgave. Det ble også gjennomført ulike kurs for aktuelle bedrifter. På svensk

side startet i tillegg prosesser med pakking, kvalitetssikring og markedsføring mot utenlandske turoperatører, samt å få på plass nødvendig fysisk infrastruktur (brygger, skilt og lignende). (På norsk side kom ikke prosjektet skikkelig i gang før ved utgangen av 2003). I fase 2 av Fiske-land (2004-2005) ble arbeidsoppgaver fra fase 1 videreført. Bedrifts- og produktutvikling og oppbygging av mottaksfunksjoner ble imidlertid sterkere vektlagt.

I det neste prosjektet, Här nappar det (2006-2007), var målet å undersøke forutsetningen for å etablere en felles merkevare for den grenseregionale sportsfisketurismen med felles utviklings-, markedsførings-, salgs- og bookingfunksjoner. Det ble i arbeidet med disse oppgavene lagt stor vekt på å basere strategiske beslutninger på resultatene av praktisk prøving og feiling. På svensk side ble det prøvd ut ulike metoder for booking-/salg. I prosjektperioden ble det utviklet et ferdig konsept og en teknisk løsning for å kunne markedsføre alle grenseregionale produkter og koble disse til felles booking- og salgfunksjoner. Det ble også jobbet videre med produktutvikling, utarbeidet en modell for framtidig bedrifts- og produktutvikling, og laget en oversikt over framtidig investeringsbehov for infrastruktur, samt etablert et nettverk for erfaringsutveksling for ca. 40 vertskap.

For 2008-2011 vil det bli en videreføring i interreg-prosjektet "Grenseløs fiskedestinasjon". Målet med prosjektet er å ferdigstille arbeidet med å bygge et felles, grenseoverskridende merkevare med felles markedsførings-, salgs- og bookingfunksjoner.

I satsingen på innlandfisketurisme i grensetraktene mellom Østfold, Akershus og Dalsland synes det også å ha vært en dreining av fokus fra ressursinventering til konkrete markedsførings- salgs- og bookingfunksjoner. En har imidlertid arbeidet med alle ledd i verdikjeden fra dag 1, og fortsatt et kontinuerlig utviklingsarbeid.

At det er viktig å jobbe med utvikling av alle deler av verdikjeden samtidig, ble også påpekt i evalueringen av "Næringsutvikling og driftsplanlegging i utmark 2001-2004" (Aas et al. 2004): "I dette perspektivet er det interessant å se på Sørlandet som også har vært et område med tradisjonelt mange gjenstående oppgaver innenfor organisering og planlegging. Her har næringssatsningen tilsynelatende gitt mange resultater og aktiviteter og dette peker på at en ikke nødvendigvis behøver å ha kommet i mål med alt organiseringsarbeid før en satser og får resultater på næring". Valdres utmarkskontor gjorde seg tilsvarende erfaringer i prosjektet Identifisering og starthjelp for utmarksentreprenører i Valdres: "Oppbygging av tilbud er viktig, det å samstundes få tilgang til marknaden likeså" (Valdres utmarkskontor 2006).

## 4.8 Foretaksøkonomisk lønnsomhet

I forbindelse med prosjektet Innovativ fisketurisme i innlandet (INNOFINN) skal en i prosjektperioden 2006 til 2010 skaffe ny kunnskap som fremmer innovasjon, entreprenørskap, utvikling og samarbeid blant fisketurismeaktører på Østlandet. Målet er at en gjennom dette skal øke verdiskapingen, samtidig som innlandsfiskeressursene skal utnyttes på en bærekraftig måte i forståelse med andre brukerinteresser og innenfor offentlig rammeverk. Ett delprosjekt har som mål å skaffe kunnskap om økonomien i fisketurismebedrifter og betydningen for lokalsamfunnet. Dette delprosjektet er ikke sluttført. Resultatene som presenteres her er derfor foreløpige.

Prosjektet gjennomføres som et samarbeid mellom skogsamvirkene Mjøsen Skog BA, Glommen Skog BA, Viken Skog BA og Utmarksavdelingen for Akershus og Østfold<sup>1</sup> og institusjonene Norsk institutt for naturforskning, Østlandsforskning og Skogbrukets Kursinstitutt. Prosjektet finansieres av Norges Forskningsråd, Skogtiltaksfondet og de deltakende institusjoner. Det er skogsamvirkene som har stått for rekruttering av bedrifter til prosjektet. Dette innebærer at det

---

<sup>1</sup> Utmarksavdelingen for Akershus og Østfold er en selvstendig enhet innen grunneiersamvirket, etablert av: Akershus Bondelag, Østfold Bondelag, Akershus Grunneierlag, Haldenvassdragets Skogeierforening, Viken Skogeierforening og Østfold Utmarkslag

ikke er et tilfeldig utvalg som inngår. Det er ikke innenfor prosjektet foretatt en kartlegging av alle fisketurismebedriftene på Østlandet.

Til tross for at foretakene, med unntak en campingplass, er gardsbruk, er foretakene ulike. Enkelte har tatt strategiske beslutninger i forhold til driften, herunder har gjennomført/har planer om å gjennomføre større investeringer i forhold til å utvikle fisketurismetilbudet. Andre utnytter kun tilgjengelige ressurser, eksempelvis hus/hytter som ligger til garden.

Nedenfor presenteres noen økonomiske nøkkeltall for fem foretak. De fleste har fisketurisme som tilleggsnæring<sup>2</sup> til gardsdrift. Alle disse er organisert som enkeltpersonforetak. Ett av foretakene, en campingplass, er organisert som aksjeselskap. For aksjeselskaper er regnskapstall tilgjengelige fra Brønnøysundregistrene. Fra de fire enkeltpersonforetakene har vi fått tilsendt de nøkkeltall som presenteres. Tallene har vi fått direkte fra foretakene eller fra det regnskapskontoret foretaket benytter. Nøyaktigheten i disse tallene kan variere. Noen foretak leverer separate næringsoppgaver for den del av virksomheten som er knyttet til fiske. I andre foretak inngår fiske som en av flere virksomheter som rapporteres i et felles regnskap. Vi har ikke hatt noen mulighet for å gjøre noen form for kvalitetskontroll av de tall vi har fått fra foretakene. Vårt inntrykk etter samtaler med lederne i foretakene, er at de har god oversikt over økonomien i den fisketilknyttede delen av sin virksomhet.

Lengden på de tidsseriene vi har regnskapstall for varierer. Vi har 2009-tall for to av foretakene. Dette er foreløpige tall, endelige regnskaper foreligger ikke.

*Tabell 4. Inntekter, kostnader og driftsresultat for fem fisketurismeforetak for regnskapsårene 2005 til 2008.*

	Foretak 1			
	2005	2006	2007	2008
Omsetning	509 000	476 000	494 000	557 000
Kostnader	441 000	524 000	422 000	375 000
herav:				
vareforbruk	38 000	33 000	14 000	10 000
lønnskostnader	97 000	121 000	165 000	177 000
avskrivninger	43 000	40 000	41 000	40 000
andre kostnader	263 000	297 000	202 000	148 000
Driftsresultat	64 000	-52 000	48 000	162 000
Verdiskaping	161 000	69 000	213 000	339 000

<sup>2</sup> Tilleggsnæring er næringsaktivitet på gardsbruk/landbrukseiendom som drives i tillegg til eller ved siden av tradisjonelt jord- og skogbruk, hvor en eller flere av brukets landbruksressurser (areal, bygninger, maskiner og landbruksråvarer) inngår, og er nødvendig som faktorinnsats i produksjonen (Knutsen m.fl. 2008).

	Foretak 2		
	2006	2007	2008
Omsetning	39 700	76 100	107 700
Kostnader	18 400	26 800	34 000
herav:			
vareforbruk			
lønnskostnader	8 400	16 800	24 000
avskrivninger			
andre kostnader	10 000	10 000	10 000
Driftsresultat	21 300	49 300	73 700
Verdiskaping	29 700	66 100	97 700

	Foretak 3				
	2005	2006	2007	2008	2009
Omsetning	189 000	259 000	330 000	264 000	261 000
Kostnader	100 000	130 000	180 000	110 000	95 000
herav:					
vareforbruk	10 000	10 000	20 000	10 000	10 000
lønnskostnader					
fiskekort	35 000	55 000	85 000	65 000	55 000
avskrivninger	35 000	30 000	26 000	23 000	20 000
andre kostnader	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
markedsføring	15 000	30 000	44 000	7 000	5 000
Driftsresultat	89 000	129 000	150 000	154 000	166 000
Verdiskaping	89 000	129 000	150 000	154 000	166 000

	Foretak 4				
	2005	2006	2007	2008	2009
Omsetning	124 000	156 000	159 000	166 000	150 000
Kostnader	90 000	155 000	144 000	128 000	130 000
herav:					
vareforbruk	9 000	23 000	18 000	17 000	15 000
lønnskostnader					
avskrivninger	15 000	14 000	24 000	25 000	20 000
andre kostnader	66 000	118 000	102 000	86 000	95 000
Driftsresultat	34 000	1 000	15 000	38 000	20 000
Verdiskaping	34 000	1 000	15 000	38 000	20 000

	Foretak 5			
	2005	2006	2007	2008
Omsetning	70 800	81 800	181 000	204 000
Kostnader	31 700	72 400	106 900	104 400
herav:				
vareforbruk		19 500	52 900	45 400
lønnskostnader				
avskrivninger	6 000	6 000	6 000	14 000
andre kostnader	25 700	46 900	48 000	45 000
Driftsresultat	45 100	9 400	74 100	99 600
Verdiskaping	45 100	9 400	74 100	99 600

Foretakenes omsetning knyttet til fiske varierer fra 150 000 til 557 000 kroner, eller opp til 261.000,- om vi ser bort fra campingplassen. Omsetningen har variert noe fra år til år, men hovedbildet er at omsetningen har økt i perioden. Kostnadene har ikke økt i samme takt som omsetningen. Bare to av de fem foretakene har ført opp egne tall for lønnskostnader. I praksis betyr trolig dette at de ikke har brukt annen arbeidskraft enn sin egen, eventuelt med bidrag fra andre familiemedlemmer.

Driftsresultatet har følgelig økt i fire av de fem foretakene<sup>3</sup>, og driftsresultatene har hatt en sterkere relativ vekst enn omsetningen.

Summen av lønnskostnader og driftsresultat kan brukes som et forenklet uttrykk for verdiskapingen. Verdiskapingen i de fem foretakene varierer fra 20 000 til 339 000. Med ett unntak har verdiskapingen i foretakene økt relativt mye i løpet av de få årene vi har tall for.

Tallene for omsetning, driftsresultat og verdiskaping tyder på at disse foretakene drives godt i den forstand at de har en jevn vekst, de har positivt driftsresultat og gir et bidrag til verdiskapingen i lokalsamfunnet. Vi har ikke tall for hvor mye eierne av disse foretakene legger ned av arbeidsinnsats i fiskevirksomheten. Vi har derfor ikke noe grunnlag for å vurdere hvilken time-lønn de får ut av sin arbeidsinnsats. Vi har heller ikke grunnlag for å vurdere hvilke muligheter de har for alternativ anvendelse av sin arbeidskraft. Trolig har alle eierne en genuin interesse for fiske. De er derfor villige til, i alle fall i en oppstartsfase, å legge mye arbeid i utviklingen av eget foretak, selv om timelønnen kan være lav i forhold til alternativ bruk av egen tid.

Omsetningen i de foretak vi har sett på er ikke så stor, men for det enkelte foretak kan virksomheten knyttet til fiske likevel være et viktig tilskudd til inntektene. Fiske kan være en av mange næringsaktiviteter foretaket er involvert i, og til sammen gir disse ulike virksomhetene grunnlag for opprettholde drift og bosetting på gardsbruket. Inntekter fra fiske bidrar også til å vedlikeholde og kanskje oppgradere bygningsmassen på bruket, slik sett kan fiske være en svært viktig tilleggsnæring på de brukene vi har fått tall fra.

<sup>3</sup> Vi minner om at vi her bare ser på tall for den delen av foretakenes virksomhet som er knyttet til fiske.

## 5 Diskusjon – turistfiske etter innlandsfisk

### 5.1 De implisitte rammene

#### 5.1.1 Er det tilstrekkelige ressurser og kompetanse til å bygge opp "isolerte" verdikjeder innen landbrukssektoren?

"Bygdeturisme" er et nytt og populært ord som har dukket opp i kjølvannet av nysatsingen på turisme ut over det ganske land. Men en spade er en spade og turisme er turisme.  
*Fra sluttrapporten til "Prosjekt utmarksutvikling" 1987-1990.*

Næringsutvikling knyttet til innlandsfiske er sterkt forankret i landbrukssektoren. Dette har, foruten rettighetssituasjonen, sammenheng med endringene i landbrukspolitikken som nevnt innledningsvis, at mye av tiltaksmidlene er bevilget over jordbruksavtalen. Som vist i tabell 1 er de fleste strategier og planer blitt utarbeidet av arbeidsgrupper med sterk representasjon fra de sentrale landbruksorganisasjonene, og disse er fulgt opp med tiltaksprosjekter i regi av landbruksorganisasjonene. Dette uttrykkes også i siste handlingsplan for innlandsfiske fra Landbruks- og matdepartementet. For å styrke gjennomføringsevnen av felles og sektorvise tiltak foreslås bl.a. at "Innlandsfiskerieringen kobles til strategier og utviklingstiltak gjeldende for næringsutvikling i *landbruket*, herunder tilgang til virkemiddelapparat, finansiering av støttefunksjoner og den regionale forvaltning av disse" (vår utheving).

Til tross for at de fleste strategier også har fokusert på samarbeid med tradisjonelt reiseliv, at SND og seinere Innovasjon Norge har deltatt i utarbeidelsen av strategier og handlingsplaner, og opprettelsen av kontaktutvalget for landbruk og reiseliv i 2003, så synes integrasjonen mellom den landbruksbaserte næringsutviklingen knytta til innlandsfisk og tradisjonelt reiseliv fortsatt å være begrenset. Dette har medført oppbygging av kompetansetilbud og distribusjonskanaler på siden av det tradisjonelle reiselivet, hvilket er ressurskrevende. I tillegg er det uklart om tiltaksprosjektene knytta til innlandsfisketurisme har evnet å nyttiggjøre seg erfaringer og kunnskap fra det tradisjonelle reiselivet og andre næringssektorer, eller om ressurser i for stor grad er brukt til å finne opp hjulet på nytt. Dette er spørsmål som vil bli utdypet i de neste avsnittene.

#### 5.1.2 Innlandsfisketurisme: Temabasert ferie eller del av et sammensatt reiselivsprodukt?

Innen innlandsfisketurismen har det vært et relativt ensidig fokus på å bygge opp temabaserte ferier rundt én hovedaktivitet, etter mønster av en relativt suksessrik sjøfiskesatsing. Tankegangen bak en slik satsing er at den enkelte rettighetshaver vil få større fortjeneste ved å tilby en samlet pakke med fiske, overnatting og eventuelt servering og guiding. Det har også vært fokusert sterkt på det utenlandske markedet for denne typen fisketurismeprodukter. Dette har ført til forsøk på oppbygging av distribusjonskanaler for å nå spesialiserte målgrupper i utlandet. Samarbeid med det tradisjonelle reiselivet har dermed blitt mindre interessant, utover å dra nytte av Innovasjon Norges markedsføringskompetanse og -tiltak i utlandet. Dette har resultert i et forholdsvis ensidig fokus på temabaserte ferier og å trekke nye kunder, og lite på innlandsfiske som del av et sammensatt reiselivsprodukt og utnyttelse av de reisestrømmene en allerede har i landet.

Når det gjelder eksisterende reiselivsstrømmer viser "Gjesteundersøkelsen 2008" fra Transportøkonomisk institutt (Rideng & Grue 2008) at om lag to millioner feriegjester overnattet i Norge sommeren 2008. Ca. 2/3 krysset grensen via veg eller med ferje (dvs. i hovedsak bilturister), mens en tredjedel kom med fly, tog eller rutebuss. Den gjennomsnittlige oppholdstiden var 8,3 netter. Svensker og tyskere utgjorde de største gjestegruppene, med 20 %. I tilsvaren-

de undersøkelser tidligere er det vist at 25% av de utenlandske turistene som kommer til Norge har bestilt sin ferie via turoperatører, mens tre fjerdedeler organiserer reisen selv (Jan Vidar Haukeland, pers.med.) I gjesteundersøkelsen fra 2003 (Steen Jacobsen 2005) ble det stilt en del spørsmål om bilturistenes naturaktiviteter og naturinteresser under besøket i Norge. Nesten en av fem (18 %) av de utenlandske bilturistene oppga å ha drevet med sportsfiske i ferskvann under besøket. (I og med at det ble fylt ut ett spørreskjema pr. kjøretøy, ikke pr. person, vil det si at det var 18 % av reisefølgene som oppga å ha fisket i ferskvann, ikke 18% av alle utenlandske bilturister). Dersom en foretar et forsiktig anslag, og forutsetter at bare én i reisefølget har fisket i ferskvann, utgjør dette 2 millioner gjester x 0,65 (andel bilturister) x 0,18 (andel reisefølger som fisker i ferskvann) x 0,33 (forutsetter at bare 1 av tre i reisefølget har fisket), kommer en fram til at ca. 75.000 utenlandske bilturister fisket i ferskvann i Norge sommeren 2008.

En vet at om lag 60 % av de utenlandske bilturistene er på rundreise [http://www.hordaland.no/upload/Areisativ/Rapportar/Innovasjon%20Norge/Nokkeltall\\_2007.pdf](http://www.hordaland.no/upload/Areisativ/Rapportar/Innovasjon%20Norge/Nokkeltall_2007.pdf), og slik sett trolig søker en sammensatt opplevelse. Spørsmålet er om en i dag utnytter innlandfiskemulighetene godt nok, som del av et sammensatt reiselivsprodukt. Her er det et potensiale for at innlandfiskemulighetene kan øke attraktiviteten på sammensatte reiselivsprodukter, og et potensial for at tradisjonelle reiselivsaktører kan bidra til økt salg og utvidet sesong hos fisketurismetilbydere.

Et annet eksempel som illustrerer problemstillingen er "Fiskeguide for Mjøsregionen" (<http://www.turistinnlandet.no/mikpublish/media/fiskeguide-2005-0408.pdf>). Her er 23 private fisketilbydere opplistet (produktinformasjonen er riktignok svært mangelfull). I samme område har DinTur (temabasert markedsføring) kun 1 tilbyder ([http://www3.dintur.no/images/stories/intro/inlandfishing\\_n\\_nok\\_1-3\\_Page\\_3.jpg](http://www3.dintur.no/images/stories/intro/inlandfishing_n_nok_1-3_Page_3.jpg)).

En masteroppgave fra UMB (Gjertsen 2009) har sett på omsetning og produksjonsresultat for ulike måter å leie ut laksefiske. Hovedresultatene er at "*Langtidsutleie* er en form for utleie forbundet med liten økonomisk risiko, og opp mot de andre utleiemodellene har denne utleiemodellen bedre inntjening for vald som karakteriseres som dårlige eller middels. *Fiskekortsalg* fungerer for alle typer laksevald, med økonomisk resultat som ligger rundt det man kan oppnå gjennom langtidsutleie. *Pakket laksefiske* er ikke økonomisk lønnsomt for vald som karakteriseres som dårlige. Også for vald av middels karakter, er man avhengig av optimal drift for å få lønnsomhet som er lik eller overstiger de andre utleiemodellene. På et godt laksevald som drives godt har man mulighet til å overgå de andre utleiemodellene. Den siste modellen har derimot store investeringskostnader, forutsatt at man ikke har nødvendige installasjoner fra før. Har man disse vil inntjeningspotensialet og lønnsomheten til denne utleiemodellen være god, sammenlignet med de andre utleiemodellene". Resultatene er ikke direkte overførbare til innlandsfiske, men viser klart at det er nødvendig å ha fokus på fortjeneste framfor omsetning. I noen tilfeller vil satsing på temabasert aktivitetsferie være riktig, under andre forutsetninger kan det være grunn for å vurdere satsing på innlandsfisketurisme som del av et sammensatt reiselivsprodukt. (I forhold til ressursinnsats og risiko for grunnerier/rettighetshaver, kan for eksempel samarbeid med eksisterende overnattingsbedrifter, gjøre behovet for investeringer langt mindre).

Ut fra eksisterende reisemønster og -strømmer og eksisterende fritidsfiskevaner bør fokuset for innlandsfisketurismen utvides, med en større satsing på innlandsfisketurisme som del av et sammensatt reiselivsprodukt. For rundreiseturister bør dette konsentreres til områder med et visst trafikkgrunnlag og velfungerende destinasjonsselskaper, samtidig som det er ressursmessige forutsetninger for turistfiske. Et utvidet fokus vil også kunne være aktuelt i områder med mye fritidsboliger. En slik satsing både mot rundreiseturister og hyttefolk bør skje som et tillegg til satsingen på temabasert aktivitetsferie, ikke som en erstatning for denne.

## 5.2 Motivering/mobilisering

Som nevnt er det få strategier og handlingsplaner som foreslår mobiliseringstiltak, selv om problematikken omtales: "Utmarkssatsningen har de siste årene vært kjennetegnet av offentlig initierte strategiprosesser gjennomført i samarbeid med næringen. Næringen selv har vært for passiv i forhold til å definere egne ambisjoner. Det vil framover være en forutsetning for å lykkes at roller og ansvar på dette området vesentlig endres" (Reiselivsbedriftenes landsforening og Norges Skogeierforbund 2004). I mange av tiltaksprosjektene derimot, har motivasjon og mobilisering vært en prioritert oppgave.

Manglende motivasjon hos bedriftseiere har vist seg å være en utfordring ved utvikling av naturbaserte reiselivstilbud også innen den tradisjonelle reiselivsnæringen. I 2006-2007 ble det gjennomført et pilotprosjekt med 14 bedrifter i kommunene Sel, Dovre, Folldal og Oppdal. Hovedmålsettingen med prosjektet var å utnytte regionens fortrinn innenfor natur- og kulturbasert reiseliv. En av konklusjonene fra prosjektet er at "det økonomiske resultatet bedriftene hadde i utgangspunktet før prosjektet startet, var såpass tilfredsstillende at presset for utvikling og innovasjon synes ikke å være stort nok" (Solbakken 2007).

Motivasjon henger også sammen med muligheter for alternativt arbeid. I en undersøkelse om bruken av fylkesvise bygdeutviklingsmidler til utredning og tilrettelegging, var de største hindringene for økt verdiskaping etter respondentenes syn (enkelpersoner i næring og forvaltning), attraktive vilkår for sysselsetting i andre næringer (Norlund og Forsberg 2007). I tillegg til konkurranse fra andre næringer, kan det også være konkurranse mellom utvikling av ulike tilleggsnæringer i landbruket, eksempelvis verdiskapingsprogrammet for mat.

Det kan reises spørsmål om en framover fra det offentlige og landbruksorganisasjonene skal ta sikte på å støtte de som er motiverte framfor å drive mobiliseringstiltak på bred basis. I Verdiskapingsprogrammet for mat (2001-2010) har denne problemstillingen også vært aktuell. Programmet ble midtveisevaluert i 2006 (Bråtå 2006). Erfaringene med prosjektet midtveis var at søknadene til verdiskapingsprogrammet ikke står i kø. "Informantene i alle de fire fylkene legger vekt på at det fortsatt er behov for mobilisering for å få opp interessante matprosjekter. Dette er også i tråd med at mobiliseringstiltakene ifølge kundeundersøkelsene har rekruttert halvparten av kundene så langt, og at det ikke har vært noen markant nedgang i andelen som over tid er kommet til som følge av mobilisering" (Bråtå et al. 2006). Evalueringsrapporten anbefaler at mobiliseringsarbeidet på nytt gis høyere prioritet, etter å ha vært nedprioritert i en fase.

Erfaringene fra verdiskapingsprogrammet for mat tilsier at det uten et mobiliseringsarbeid vil bli færre som starter opp med turistfiske i Innlandet. Men med den betydelige satsingen som har vært fra offentlige myndigheter og sentrale landbruksorganisasjoner i siste 20-års-periode, kan det være grunnlag for å nedprioritere mobiliseringsarbeidet til fordel for de som i utgangspunktet er motiverte. I så fall bør virkemiddelbruken dreies over til prosjekter der deltakende bedrifter allerede er på plass. Et problem for turistfisket på innlandsfisk er imidlertid at det fortsatt er mangel på volum og bredde i tilbudet, og dette kan tilsi at mobiliseringsarbeid bør fortsette, gitt at en mener det er et potensial for å engasjere nye entreprenører. De positive økonomiske analysene av de fem case-bedriftene er det forøvrig også på sin plass å minne om i denne sammenhengen.

## 5.3 Kompetansetiltak

I avsnitt 4.1.1 ble det vist til at det i mange tilfeller utvikles særskilte kompetansetilbud rettet mot utmarksbasert næringsutvikling innen landbrukssektoren. Manglende samordning av særlig ikke-formelle kompetansetilbud synes å være et generelt problem. I forbindelse med utarbeiding av ny reiselivsstrategi for Oppland fylkeskommune i 2006-2007, ble det for eksempel registrert 6 ulike tilbud om vertskapskurs som nylig var kjørt eller planlagt kjørt i Innlandet (Vor-



kinn et al. 2007). Både i forhold til ressursbruk, men ikke minst kvalitetssikring (inkludert kobling mot FOU) og kontinuitet, er det ønskelig med en bedre samordning på dette feltet.

I forhold til næringsutvikling basert på innlandsfisk, som er en sektor med begrensa antall utøvere, kan det være hensiktsmessig å skille mellom:

1. Generell bedriftsetablerer- og bedriftskompetanse.
2. Reiselivskompetanse.
3. Kompetanse om innlandsfisketurisme og yrkesfiske.

Når det gjelder generell bedriftsetablerer/bedriftskompetanse og reiselivskompetanse anbefales det å benytte Innovasjon Norges generelle kurs i den grad disse tilbys regionalt. Innovasjon Norge har for eksempel utviklet en rekke kompetansetilbud rettet mot reiselivsnæringen de siste årene, som:

- Godt vertskap  
(<http://www.innovasjon norge.no/Satsinger/Reiseliv/Kompetanse/Godt-vertskap---et-kompetanseprogram-for-reiselivsnaringen/>)
- Pakking, salg og distribusjon  
(<http://www.innovasjon norge.no/Satsinger/Reiseliv/Kompetanse/Pakking-salg-og-distribusjon/>)
- Kurs i opplevelsesproduksjon  
<http://www.innovasjon norge.no/Satsinger/Reiseliv/Kompetanse/Opplevelsesproduksjon/>
- FRAM (bedriftsutvikling, ledelse og strategi)  
<http://www.innovasjon norge.no/Tjenester/Kompetanse/FRAM/>  
<http://www.innovasjon norge.no/Satsinger/Reiseliv/Kompetanse/FRAM-Reiseliv/>
- Internasjonal markedsføring  
<http://www.innovasjon norge.no/Satsinger/Reiseliv/Kompetanse/Internasjonal-markedsforing-for-reiselivet/>
- Merkevarer Norge  
<http://www.innovasjon norge.no/Satsinger/Reiseliv/Kompetanse/Kompetanseprogram-Merkevaren-Norge/>

Erfaringen fra prosjektet "Næringsutvikling og driftsplanlegging i utmark" 2001-2004 var at det mest nyttige prosjektarbeidet hadde vært rådgivning og veiledning knyttet til bedrifts- og produktutvikling (Aas et al. 2004). Erfaringen fra prosjektet "Naturbasert reiseliv – frå hobby til næring" 2002-2005 var at kombinasjonen av å oppleve andres produkter og eiendommer og det å møte andre som er i samme situasjon, var svært viktig for å øke kompetansen til deltakere (Christensen 2006).

For produktutvikling trengs spesifikk kunnskap om innlandsfisketurisme og yrkesfiske. Ansvaret for å formidle denne typen kompetanse bør imidlertid legges til et fåtall institusjoner/organisasjoner på nasjonalt nivå. **Disse bør ha ansvaret mer for formidling og systematisering av relevant kompetanse enn produksjon av kompetanse, siden kunnskapsproduksjonen er spredt.** Her bør en dra nytte av de erfaringer som er gjort mht. kompetanseformidling i ulike verdiskapingsprogrammer innen landbrukssektoren, som kompetansenav og besøksordninger i verdiskapingsprogrammet for mat (Bolkesjø 2005).

Det er også viktig å nytte erfarne ressurspersoner fra regionale og lokale prosjekter og bedrifter i kompetanseformidlingen. Disse kan bidra med den ønskede spisskompetanse på yrkesfiske og turistfiske. Et eksempel på slik spisskompetanse er notatet "Kvalitetsvurdering fisketurisme – gjedde" som setter opp detaljerte kvalitetskriterier for delproduktene husvære, fiske og båt for turistfiske etter gjedde (Toverud og Bring 2008). Notatet er basert på arbeid med å utvikle gjeddefisketurisme i Akershus, Østfold og Dalsland siden 2002.

En viktig målgruppe for formidling av kompetanse, ved siden av næringsutøverne, er det offentlige virkemiddelapparatet (Innovasjon Norge, Fylkesmannens landbruksavdeling, regionale BU-sekretariater, fylkeskommuner, regionale næringssselskaper, regionråd). Det er viktig at de

som behandler søknader om offentlig støtte har tilstrekkelig kompetanse til å vurdere kvaliteten på søknaden, eller vet hvor relevant kompetanse er tilgjengelig. Ved tildeling av offentlige virkemidler til større prosjekter, bør det videre vurderes å sette krav om samarbeid med relevante kompetansemiljøer, dersom slik kompetanse ikke finnes i prosjektet.

## 5.4 Markedsføring, salg og distribusjon

Markedsføring, salg og distribusjon er en generelt utfordring for småskalaprodusenter. Dette er arbeidsoppgaver som ofte krever spisskompetanse, og som vil kunne ivaretas på en bedre måte gjennom fellestiltak i organisasjonsmessige eller bedriftsmessige overbygninger. Skal en slik arbeidsspesialisering kunne finansieres, krever dette imidlertid et visst volum på omsetningen. Dette kan være en stor utfordring. I en analyse av innovasjon innen landbruksbasert næringsmiddelproduksjon i Innlandet, slås det fast at bedriftsnettverk som Rørosmat (18 næringsmiddelbedrifter) og Gudbrandsdalsmat BA (23 andelseiere) oppleves som svært nyttige for medlemsbedriftene, gjennom arbeidet nettverkene gjør med markedsføring, salg og distribusjon. Men til tross for at disse nettverkene opererer i det regionale markedet, hvilket er mindre kostnadskrevende enn å operere i et internasjonalt marked, så er konklusjonen at "Omsetningen gjennom Rørosmat og GMBA øker, men omsetningen gjennom lagene må mangedobles om driften av andelslagene skal kunne finansieres gjennom kontingenter og provisjon" (Bråttå et al. 2009).

Det har også vært gjort ulike forsøk på å utvikle nasjonale organisasjoner for ulike tema- og aktivitetsferier. Stiftelsen Sykkelturisme i Norge (STIN) ble etablert for å utvikle kommersiell sykkelturisme i Norge, med Statens vegvesen og SND som stiftere. I prosjektperioden på 3 år ble det gjennomført markedstiltak både nasjonalt og internasjonalt. Etter at den offentlige finansieringen ble sterkt redusert etter oppstartperioden, avviklet STIN den internasjonale satsingen, som ble overtatt av TEMAsatsingen til Innovasjon Norge (Kaizen 2006).

En annen overbyggende organisasjon for temabasert ferie er Norske Spor, som er en interesseorganisasjon for turskiopplevelser i Norge. Selskapet ble stiftet 1. november 2001 av reiselivsbedrifter i Gudbrandsdalen og Valdres, i samarbeid med Norges Skiforbund og DNT Oslo og omegn. Pr i dag er det 70 medlemmer/andelshavere, hovedsakelig på Øst- og Sørlandet. Organisasjonen driver med ulike aktiviteter (se <http://www.norskespor.no/>), med koordinering av felles markedsaktiviteter i utlandet som en viktig arbeidsoppgave. Organisasjonen drives kun ut fra tilskudd fra deltakende bedrifter. Dette er fordelt med 5.000 ved kjøp av andel og årlig tilskudd på 30-40 kroner pr. seng i bedriften minimum 1.500 kr., maximum 5.000 kr pr. år. Deltakelse i markeds kampanjer koster ekstra, minimum 9.900 kroner til 34.000 kroner pr. land. Kampanjer (online-aktivitet, brosjyreproduksjon og -distribusjon, 1 salgstur pr. land pr. år, kontakt med utenlandske turoperatører, pressearbeid) kjøres hvert år i 5 land (Tyskland, Nederland, Storbritannia, Sverige og Danmark) i samarbeid med Innovasjon Norge. Sist år deltok 50 bedrifter i kampanjene. Norske Spor mottar ikke noen form for offentlig støtte (Koot, pers.med.).

Erfaringene viser at det er store utfordringer knyttet til felles overbygninger for markedsføring, salg og distribusjon for småbedrifter, men at en viss markedsaktivitet er mulig også internasjonalt for slike overbygninger. Det er pekt på at dagens tilbydersituasjon, med et begrensa antall bedrifter, kun gir rom for oppbygging av et fåtall distribusjonsnettverk/ salgsapparater, og at dette vil kreve betydelige investeringer i oppbyggingsfasen fra eiersida (Kaizen 2006). I henhold til EØS statsstøtteregulverket kan det ikke gis støtte til etablering og drift av distribusjonsnettverk eller salgsapparat. Offentlig medvirkning kan derfor skje gjennom utviklingsprosjekter, eller i form av markedssamarbeid med Innovasjon Norge. Det blir da landbruksorganisasjonene som må ta et strategisk valg på om de ønsker å videreføre sitt engasjement med oppbygging av turoperatøren DinTur, eller om de skal overlate denne oppgaven til den enkelte tilbyder, i en tilsvarende modell som Norske Spor har. Dette må vurderes i forhold til forventet nytte

av en internasjonal satsing, og det mangfold av distribusjonskanaler som det har vist seg at de etablerte turistfiskebedriftene benytter.

Det må også bemerkes at det fortsatt er usikkerhet knyttet til distribusjon via internett, og hvordan denne vil utvikle seg framover. I 2007 utgjorde online booking 25 % av det europeiske reisemarkedet (målt i omsetning). Det var en økning på 24 % fra 2006. I 2010 er online booking forventet å ha en andel på 35 % i det europeiske markedet (O'Connor 2008). Fortsatt er det flyselskapene som utgjør den største andelen av online booking. Når det gjelder turoperatørers andel av online booking er det store regionale forskjeller, og online booking utgjør mellom 0-40 % av omsetningen. Det forventes imidlertid at andelen online booking vil stige også i turoperatørmarkedet. Omsetningen via online booking hos turoperatørene er forventet å stige med nesten 80 % fra 2006 til 2010. Det er viktig også å føye til at selv om internett ikke benyttes til booking så kan de ha en avgjørende betydning for markedsføring og for å gi kontaktinfo.

Utviklingen innen ny informasjonsteknologi viser uansett at det er behov for å knytte seg tettere opp mot tradisjonell reiselivsnæring, for å nyttiggjøre seg spisskompetanse. Innen ny informasjonsteknologi er for eksempel prosjektet BIT Reiseliv, som arbeider med effektivisering av forretningsprosesser gjennom anvendelse av IT, særlig relevant (<http://www.bitreiseliv.no/>).

## 5.5 Tiltaksprosjekter

I forbindelse med en utredning om potensialet for økonomisk turistbasert verdiskaping ved etablering av Fulufjellet nasjonalpark på norsk side, ble erfaringene fra studier som omfattet 40 ulike utviklingsprosjekter i Norge og Europa oppsummert (Vorkinn 2008). Det viste seg at det var mulig å identifisere noen felles suksessfaktorer på tvers av studiene som har relevans for tiltaksprosjekter generelt:

- En klar visjon. Dette er viktig for å øke bevisstheten, fokusere på hovedutfordringer og skape interesse hos deltakende aktører.
- Lokal tilpasning. Det er ingen standardløsning for å gjennomføre slike prosjekter.
- Kompetanse, særlig knyttet til prosjektplanlegging, -organisasjon og ledelse.
- Langsiktighet: 3 år er for kort tid, det har tatt opp til 10 år å utvikle strategier.
- Integrasjon med strategier for tiliggende områder/destinasjoner. Nasjonalparken må ses som del av en større turistopplevelse.
- Samarbeid på tvers av sektorer (reiseliv, landbruk, varehandel, offentlig/privat).

Evalueringen av tiltaksprosjekter knyttet til innlandsfiske viser at mange av de samme erfaringene er gjort også i disse prosjektene.

### 5.5.1 Prosjektledelse krever prosjektlederkompetanse

I Alperegionen er 17 regionale utviklingsprosjekter i tilknytning til store verneområder i 6 ulike land evaluert (Jungmeier 2006). Analysen viste at store verneområder kan fungere som instrumenter for regional utvikling dersom en har de tilstrekkelige menneskelige ressurser, et godt konsept og en godt organisert prosess. Det viste seg at suksessen til et prosjekt bl.a. var avhengig av å ha en sterk leder eller et sterkt lederteam som nyter stor anseelse, og som inspirerer og motiverer deltakerne gjennom prosessen. Videre blir det pekt på at kompetanse knyttet til prosjektplanlegging, -organisering og -ledelse kan være en mer kritisk faktor enn fagkompetanse inn i slike prosjekter.

I en rapport utarbeidet for SND om attraksjonsutvikling i Norge, pekes det også på at det er en utfordring ved attraksjonsutvikling å "finne en erfaren prosjektkoordinator for denne typen oppgaver. Dette vil utgjøre et av suksesskriteriene" (Horwath Consulting AS 2002).

Flere av de ressurspersonene som er kontaktet i forbindelse med utarbeidelse av denne rapporten, har også pekt på behovet for profesjonell prosjektledelse. Det pekes på at fagkompetanse er viktig, men ikke tilstrekkelig i forhold å lede prosjekter.

Kvaliteten på prosjektledelsen er i liten grad tema for de ulike evalueringsrapportene som er gjennomgått. Dette kan tyde på at denne utfordringen har vært viet liten oppmerksomhet. Vi vil imidlertid understreke at vi ikke har grunnlag for å si noe om hvordan prosjektledelsen i tidligere prosjekter har vært. I framtidige tiltaksprosjekter er imidlertid prosjektlederkompetanse en faktor som bør tillegges stor vekt.

### **5.5.2 Bedre vurdering av måloppnåelse**

Evalueringsene av tiltaksprosjekter er som nevnt evalueringer av prosjektenes gjennomføring, og med mindre fokus på foretaksøkonomiske resultater. Unntaket er "Norsk Opplevelsesferie" som vurderte oppnådde bedriftsøkonomiske resultater mot ressursinnsatsen i prosjektet, og "Naturbasert reiseliv - fra hobby til næring" som vurderte omsetningsøkning blant deltakende bedrifter. Bedre vurdering av måloppnåelse er ikke det samme som at en ikke skal ha rom for å prøve og feile og utvikle erfaringer i slike prosjekter, men at en foretar en mer nøyaktig vurdering av måloppnåelse som grunnlag for kompetanseoppbygging og videreutvikling.

I riksrevisjonens undersøkelse av næringsutvikling i landbruket hevdes det at LMD ikke har tilstrekkelig informasjon om resultater og effekter av BU-tilskuddene og Verdiskapingsprogrammet for mat (Riksrevisjonen 2008). Det vises imidlertid også til at LMD har tatt initiativ til å utvikle resultatindikatorer for virkemidler som går til næringsutvikling i, og i tilknytning til landbruket. Vi forutsetter derfor at slike resultatindikatorer vil bli tatt i bruk også for framtidige innlandsfiskeprosjekter som finansieres fra LMD. I tillegg vil en endring i evalueringspraksisen, fra etterevalueringer til følgeevalueringer, gi en bedre forståelse av både flaskehalser og suksessfaktorer.

### **5.5.3 Ting tar tid – behov for kontinuitet**

I avsnitt 3.7.2 er prosjektutviklingen i to ulike prosjektløp sammenlignet; Satsingen på innlandfisketurisme i grensetraktene mellom Østfold, Akershus og Dalsland (2002-2011) og samarbeidsprosjektene mellom Norges Bondelag og Norges Skogeierforbund (1998-2006). Begge prosjektløp viser at det tar tid å bygge opp kompetanse for å utvikle de ulike deler av verdikjeden opp til et nødvendig nivå.

Landbruksorganisasjonenes prosjekter har bestått av et nasjonalt prosjekt og regionale delprosjekter, dels med ulik organisering, mål og antall regionale prosjekter. Prosjektene har vært initiert fra nasjonalt nivå. Satsingen på innlandfisketurisme i grensetraktene har derimot hatt forankring i ett geografisk område og vært initiert og drevet på regionalt nivå. Det synes også å ha vært en langt større kontinuitet i prosjektledelsen for satsingen på innlandfisketurisme i grensetraktene. En synes her å ha jobbet mer systematisk og kommet lengre når det gjelder å utvikle praktiske, egne løsninger for produktutvikling, markedsføring og salg, som et resultat av bevisst prøving og feiling.

Det kan reises spørsmål om læringen i landbruksorganisasjonenes prosjekter, ut fra forskjeller i kontinuitet, i større grad har skjedd på nasjonalt og dels regionalt nivå, enn på bedriftsnivå.

Kontinuiteten i fisketurismesatsingen i grensetraktene har som allerede nevnt resultert i notatet "Kvalitetsvurdering fisketurisme – gjedde" som lister opp detaljerte kvalitetskriterier for delproduktene husvære, fiske og båt for turistfiske etter gjedde (Toverud og Bring 2008). Tilsvarende praktiske retta kunnskapsoppsummeringer savnes fra landbruksorganisasjonenes øvrige prosjekter.

Også generelle diskusjoner av kjennetegn ved innovasjonsbedrifter, peker på behovet for tid og kontinuitet. Det hevdes at innovasjon

- Bygger på kompetanse utviklet over tid
- Krever stor tålmodighet
- Krever kontinuerlig forbedring
- Krever vesentlige eksterne ressurser
- Krever sterkt fokus på kommersialisering
- Krever fremragende bransjeforståelse
- Fokuserer på få strategiske områder

(Jakobsen & Reve 2000).

Dette er erfaringer som det tas bør hensyn til i det offentlige virkemiddelapparatet. Tidsrommet for prosjektstøtte har vanligvis vært avgrenset til maksimum tre år, og det har gjerne vært enklere å få støtte til "nye" prosjekter enn pågående prosjekter. Det er selvsagt viktig at resultatene i prosjekter vurderes fortløpende som grunnlag for fortsatt offentlig støtte, men erfaringene tyder på at det kan være viktigere å støtte noen prosjekter over lengre tid enn å gi starthjelp til flest mulig prosjekter/bedrifter i en avgrenset periode.

## 5.6 Strategiske FOU-behov

Det er pekt på en rekke FOU-behov i strategier og planer for innlandsfiskenæringen (jfr. vedleggstabell 2). Vi skal ikke gjenta disse her, men nøye oss med å peke på noen FOU-behov knytta til strategiske valg for offentlige myndigheter og sentrale landbruksorganisasjoner

### 5.6.1 Foretaksøkonomisk lønnsomhet ved ulike former for fisketurisme

Det har i liten grad vært gjennomført vurderinger av foretaksøkonomisk lønnsomhet ved ulike former for turistfiske. De vurderinger av ulike utleieformer som nå er gjennomført for laksefiske (Gjertsen 2009), peker i retning av at tilsvarende analyser i større grad burde vært gjennomført for innlandsfiskebedrifter. Slike analyser vil både kunne være viktige for å identifisere aspekter som er kritiske for å øke lønnsomheten, men også som et grunnlag for å vurdere eventuelle videre satsinger i regi av offentlige myndigheter og landbruksorganisasjonene på temaet. De oppløftende vurderingene i kap 4 bør videreføres og det bør også sees nærmere på lønnssevne og alternativkostnad.

### 5.6.2 Utmarksbasert reiseliv: Temabasert ferie eller del av et sammensatt reiselivsprodukt?

Landbruksorganisasjonene og -myndighetene har som nevnt de siste årene hatt et stort fokus på utvikling av temabaserte ferier. Dette er i tråd med generelle markedstrender i reiselivet, der det pekes på at turisters reisemotiv er i ferd med å endres fra et geografisk perspektiv til et aktivitetsperspektiv. Problemet med å vurdere markedstrender i reiselivet er at både nasjonal og internasjonal reiselivsstatistikk er av svært varierende kvalitet. Dette fører til at det kan være vanskelig å si noe om *nivået* på registrerte trender i reiselivsmarkedet. I rapporten "Utviklingen av konsept om multifunksjonelle feriehus" pekes det på at "I denne omgang må vi altså konkludere med at vi mangler konkrete tall for hvor stor andel av de naturbaserte feriereisende som har mer enn en aktivitet som reisemotiv, hvor mange aktiviteter de faktisk bruker, hvor mange av disse som var forhåndsbooket eller var ønsket tilgjengelig for forhåndsbooking etc., etc." (Storsul 2006).

I prosjektet Norsk Opplevelsesferie viste en undersøkelse blant de potensielt mest interesserte kundene at nesten tre fjerdedeler oppga at de ønsket å velge og betale for aktiviteter/ opplevelser *etter* ankomsten til feriestedet (Solberg 1995). Nå er det 15 år siden disse erfaringene ble høstet, og mye kan ha endret seg i markedet. Men som Storsul påpeker, er kunnskapsgrunnlaget mangelfullt. Her er det behov for markedsundersøkelser, som burde kunne finansie-

res/gjennomføres i samarbeid med Innovasjon Norge. For eksempel gir Transportøkonomisk institutt sine årlige gjesteundersøkelser blant utenlandske besøkende til Norge mulighet for å kjøpe seg inn med spørsmål om aktivitetsfokus vs. geografisk fokus, kjøp av pakker med flere produktelementer kontra kjøp av kun fiskekort, når bestemmelsen om å kjøpe fiskeopplevelser evt. tas, bruk av informasjons- og salgskanaler osv.

Det vil også være behov for utvidete markedsundersøkelser av det nasjonale og internasjonale markedet for temabaserte aktivitetsferier, både det eksisterende og potensielle markedet. Eksisterende undersøkelser (jfr. avsnitt 3.4.2) synes å gi et noe entydig og enkelt bilde av etter-spørselssida.

Initiering av markedsundersøkelser bør skje i form av et nasjonalt initiativ.

### **5.6.3 Hvordan få tatt i bruk FOU i strategiske beslutninger i bedrifter og prosjekter?**

Innovativ Fjellturisme er et Arena-prosjekt som startet opp i 2004. Målet med prosjektet har vært å etablere helårsturisme på fjelldestinasjonene Geilo, Hemsedal, Golsfjellet, Vrådal, Gausta/Rjukan, Rauland og Hovden. Organisasjonsmodellen for Arena-prosjekter er et tett samarbeid mellom næringen, FOU-miljøer og det offentlige virkemiddelapparatet, dvs. en såkalt triple-helix-modell. Det hevdes at suksessen til Innovativ Fjellturisme har vært nettopp valget av en slik arbeidsmodell (Dahle 2008). Men samtidig erkjennes det at det trengs kompetanse i bedriftene for å omsette kunnskapen i praksis, og at har tatt tid å utvikle slik kompetanse blant bedriftene. Det kan bety at det er et gap mellom den måten FOU rapporteres på, og det som oppleves som beslutningsrelevant kunnskap på bedriftsnivå. Dette er i samsvar med erfaringene fra INNOFINN, og støttes av resultatene fra NORSKOGs prosjekt "Naturbasert reiseliv – fra hobby til næring" (2002-2005). Her rapporterte deltakerne at det å oppleve andres produkter og eiendommer ga større kompetanseheving enn eksterne foredrag og seminarer (Christensen 2006).

En måte å løse denne utfordringen på, er gjennom triple-helix modeller for utviklingsprosjekter (dvs. aktivt samarbeid mellom næringen, myndigheter og kompetansemiljø i UiH/Instituttsektoren). Slike modeller blir i økende grad vektlagt innen ulike typer generelle næringsutviklingsprosjekter. Også i framtidige tiltaksprosjekter knytta til innlandsfiske bør en slik arbeidsmetode vurderes, for å få tatt FOU i bruk som grunnlag for strategiske beslutninger både i prosjekter og bedrifter.

## 6 Yrkesfiske i ferskvann

Vi har funnet få evalueringer av yrkesfiskeprosjekter etter 1990, til tross for at det er gjennomført en lang serie av prosjekter, både av strategisk, organisatorisk og tiltaksmessig karakter. Det er beklagelig at de mange satsningene i så liten grad er summert opp, evaluert og vurdert. Dette bidrar til at muligheten for å høste systematisk lærdom undervegs blir mindre, og satsningene blir sårbare dersom kontinuitetsbærere forsvinner. I denne sammenhengen betyr det at erfaringsoppsummeringen har blitt kortfattet.

### 6.1 Ressursgrunnlaget

En erfaring fra prosjektet "Innlandsfisken ut til forbruker" var at stabil og sikker levering av råvarer til produksjonsanlegg synes å være en større utfordring enn å få omsatt fisken (Jensen & Grøndahl 2003).

Også i Nærfisk-prosjektet (2004-2009) har ressursutfordringer vist seg å stoppe utviklingen i mange bedrifter, enten fordi bedriften ikke får tak i nok fisk eller fordi kvaliteten på den fisken de får tak i er for dårlig. "Utfordringen i Norge er at det finnes så mange bestander i dårlig kondisjon, men da er det i alle fall lurt å starte og ikke minst holde fram i de områdene der kvaliteten på fisken er bra". Det finnes normalt ikke ressurser til tynningsfiske av nødvendig omfang lokalt (Rolfstad 2009).

De foretakene som deltok i en undersøkelse i 2009 (jfr. avsnitt 5.11) fisket enten på egen eiendom, på egen sameieandel, i allmenning eller i innsjøer med såkalt fritt midtparti. Hovedinntrykket blant disse var at adgangen til fiskeressursene ikke var noen hindring for næringsfisket (Krokann 2009). Alle foretakene var opptatt av viktigheten av god forvaltning med tanke på å få økt fiskeproduksjonen og for å få høyere og jevnere kvalitet på fisken.

Ingen av de som ble intervjuet var av den oppfatning at det var noen reell konkurranse mellom fritidsfiske og næringsfiske. Når det gjelder ressursgrunnlaget forøvrig ble det oppfattet som en stor utfordring at fangstene var variable og usikre. To av bedriftene kommenterte dessuten at fisken de kjøpte eller fisket selv, ikke hadde tilfredsstillende størrelse. Parasitter ble også nevnt som en utfordring. Det var videre en utfordring at kvaliteten på fisken avtar utover høsten (gytetid for noen arter).

I eldre undersøkelser (Sandlund 1986) har en sett at selv om det er god fiskeproduksjon i en innsjø så har en manglet tilstrekkelig antall fiskere som kan levere fisk. Vanskelighet med å kombinere fiske med annet arbeid er en utfordring for mange.

### 6.2 Motivasjon/ interesse hos grunneier/rettighetshaver

Nærfisk 2004-2009 har vært et nasjonalt utviklingsprosjekt for å øke fokus på yrkesfiske og bedre utnyttelsen av ferskvannsressursene i Norge. Selv om prosjektet i utgangspunktet var landsdekkende, ble det etter hvert prioritert å jobbe i mer avgrensede områder med initiativ og lokalt engasjement (Rolfstad 2009).

### 6.3 Kompetanse

I Nærfisk-prosjektets sluttrapport (Rolfstad 2009) etterlyses FOU på driftsplanbasert forvaltning og på de foreslåtte fellestiltakene i Handlingsplanen for Innlandsfiske.

Foretakene som deltok i bedriftsundersøkelsen i 2009 mente det var viktig å ha muligheter for å kunne bygge opp kompetanse om etablering og drift av foretak, for eksempel gjennom etablererkurs. Det ble også trukket fram behov for mer kunnskap om fiskebestandene og hvordan de kan forvaltes og utnyttes på en effektiv måte (Krokann 2009).

## 6.4 Produksjon

I omtalen av prosjektet "Innlandsfisken ut til forbruker" (Jensen & Grøndahl 2003) pekes det på at de 14 deltagende innlandsfiskebedriftene er svært forskjellige når det gjelder type produkter (fersk fisk eller foredlede produkter, fiskearter, etc.), beliggenhet i forhold til aktuelle markeder, muligheter for samarbeid med ulike andre aktører, kopling til annen virksomhet etc.

Foretaksundersøkelsen som ble gjennomført i 2009 viste at arbeidet som utføres i foretakene naturlig nok er sesongpreget. I fiskesesongen arbeides det på heltid, mens det utenom sesongen er større grad av deltidsarbeid. De foretakene som fryser ned fisk, foredler fisk store deler av, eller hele året. Bare en av seks bedrifter baserte all produksjon på grunnlag av egenfisket fisk, mens de andre baserte produksjon i større eller mindre grad på innkjøpt fisk. Alle foretakene drev foredling i en eller annen form (Krokann 2009).

To av foretakene drev næringsfiske i tillegg til husdyrhold. Arbeidsmessig ble det opplevd som en utfordring å kombinere disse aktivitetene.

## 6.5 Markedsføring, salg og distribusjon

En erfaring fra prosjektet "Innlandsfisken ut til forbruker" (Jensen & Grøndahl 2003) var at der det oppsto problemer med å få solgt fisken, skyldtes dette mest vanskeligheter med logistikk og organisering. For enkelte produsenter har tilknytning til en profilering av regionale matprodukter, vært en meget vellykket satsing som har økt salget. Dette gjelder for eksempel Femund Fiskerlag som deltar aktivt i prosjektet "Mat fra Fjellregionen" i Rørosregionen. Det pekes også på at direktesalg øker inntektene, men krever mye egeninnsats.

Sluttrapporten for Nærfiskprosjektet peker på at for de fleste *foredlings*virksomhetene, er salg og distribusjon den største flaskehalsen. "Manglende kunnskap og tid gjør at dette blir satt langt ned på prioriteringslisten. Særlig oppfølging av gode markedsføringstiltak med salgsfremstøt er fraværende. Effekten av markedsføringen blir liten og de økonomiske resultatene tilsvarende. De fleste virksomhetene er for små til å kunne bruke nok ressurser på dette og får heller ikke den nødvendige veksten i inntekter. Resultatet er sviktende eller konstant svak økonomi" (Rolfstad 2009).

Foretakene som deltok i foretaksundersøkelsen i 2009 markedsførte sine produkter gjennom hjemmeside på internett, kontakt med privatkunder, grossister og andre firmaer samt gjennom organisasjoner som Gudbrandsdalsmat og Rørosmat som salgs- og markedsføringsorganisasjoner. Flere av foretakene har mange faste privatkunder (Krokann 2009).

## 6.6 Marked: Målgrupper, etterspørsel

I omtalen av prosjektet "Innlandsfisken ut til forbruker" vises det til at "Innlandsfisk som mat og opplevelse føyer seg godt inn i de aktuelle markedstrendene som etterspør mer økologisk og kulturell mat med regional tilhørighet. Slik sett er innlandsfisk helt klart et nisjeprodukt, som også kan ta en relativt høy pris" (Jensen & Grøndahl 2003).



Foretakene i undersøkelsen fra 2009 selger til lokalt, regionalt og til dels nasjonalt marked. De fleste av de som ble intervjuet mente at markedet og etterspørselen siste fem år hadde vært økende og at det var muligheter i markedet for å levere større mengder (Krokann 2009).

## 6.7 Nettverk

Foretaksundersøkelsen i 2009 viste også at de 6 foretakene som deltok, i liten grad samarbeidet med andre foretak i bransjen (Krokann 2009).

## 6.8 Samarbeid med tradisjonell reiselivsnæring/ annen næring

I Nærfiskprosjektet (Rolfstad 2009) viste samarbeid seg å være en viktig suksessfaktor. Enkelte steder har samarbeid med grunneierforeninger som har ønsket å utvikle sportsfisket vært viktig. Disse grunneierforeningene har ønsket hjelp av næringsfiskere til å drive tynningsfiske. Der dette samarbeidet fungerer, ligger det til rette for å utnytte fiskeressursene både til fritidsaktivitet og til lokale matprodukter. Prosjektet har også bidratt til et godt samarbeid mellom serveringssteder og fiskere, og vært et suksesskriterie enkelte steder.

## 6.9 Virkemiddelapparatet

Erfaringen fra "Nærfisk"-prosjektet er at hvem som har/tar ansvar for innlandsfiske i virkemiddelapparatet varierer. "Det som Fylkesmannen eller Innovasjon Norge finansierer et sted, det er like naturlig at det er Fylkeskommunen eller regionale næringsselskap eller regionråd som finansierer et annet sted... Dette gjør at det er viktig å ha lokale/regionale kontakter som kjenner systemene i ulike fylker/regioner. Det har også vist seg viktig å invitere med seg bredt i de ulike fylker, både rettighetshavere, deres organisasjoner, kommuner, fylkeskommuner, fylkesmannens landbruksavdeling og miljøvern avdeling og Innovasjon Norge" (Rolfstad 2009).

Samarbeid med virkemiddelapparatet (SND) ved oppstart av prosjektet var viktig for å få en realiserbar tiltaksplan og god forankring for videre arbeid. Det har imidlertid blitt mye arbeid underveis med å søke nye tilskudd hvert år, først fra Verdiskapingsprogrammet for mat, så fra sentrale BU-midler og videre ble det bestemt at pengene skulle tas fra de avtalefestede midlene til å følge opp handlingsplan for innlandsfisk (Rolfstad 2009).

I foretaksundersøkelsen i 2009 ble et omfattende regelverk å forholde seg tilpekt på som en flaskehals. Videre at mottak og foredling av fisk er en kapitalintensiv næring der kapitalkostnadene lett blir for høye i forhold til inntektene, og at det er behov for bedre muligheter for offentlig finansiering til etablering av næringsfiske og foredling (Krokann 2009).

## 6.10 Tiltaksprosjekter Yrkesfiske

### 6.10.1 Prosjektorganisering og -ledelse

I "Innlandsfiske som lønnsom kombinasjonsnæring i Indre Finnmark" (2002-2004) synes manglende innsats på tynningsfiske (hovedaktiviteten i prosjektet) å ha sammenheng med prosjektgjennomføring og -ledelse.

### 6.10.2 Hvilke deler av verdikjeden fokuseres det på?

Norsk innlandsfiskelag gjennomførte i perioden februar 1999- mai 2000 prosjektet

“Innlandsfisken ut til forbruker“. Målet var å forbedre markedsføring, distribusjon og omsetting. Det ble gjennomført markeds- og profilerings tiltak, samt noen kompetansetiltak (Jensen & Grøndahl 2003)

“Innlandsfiske som lønnsom kombinasjonsnæring i Indre Finnmark” (2002-2004) var et samarbeidsprosjekt mellom Kautokeino og Karasjok kommuner. Formålet med prosjektet var å gjennomføre et program for uttynningsfiske for å forbedre kvaliteten på fisken, heve kompetansen blant fiskerne og øke fangsteffektiviteten. Prosjektet fokuserte med andre ord på en begrensa del av verdikjeden; i hovedsak produksjonsgrunnlaget. Sluttrapporten peker på at det også er nødvendig å fokusere på andre deler av verdikjeden, dersom en skal kunne drive kommersielt (Kautokeino og Karasjok kommuner 2004).

I sluttrapporten for Nærfisk 2004-2009 beskrives prosjektets rolle innledningsvis som *katalysator* for å få igangsatt prosesser og tiltak for innlandsfiskerieringen (Rolfstad 2009). Selv om noen av samarbeidstiltakene i Nærfisk har omfattet økt markedsadgang (eks. samarbeid med gardsturismebedrifter), har hovedvekten av arbeidet vært lagt på mobiliseringstiltak, kompetansetiltak og samarbeidstiltak/nettverksbygging (jfr. også <http://www.athene-prosjekt.no/no/prosjekter/naerfisk>).

## 6.11 Foretaksøkonomisk lønnsomhet

Som nevnt innledningsvis er det i prosjektet gjennomført en undersøkelse om foretaksøkonomisk lønnsomhet i innlandsfiskeforetak. Ansvarlig for undersøkelsen har vært Knut Krokann ved Norsk institutt for landbruksøkonomisk forskning.

I undersøkelsen har en forsøkt å identifisere både suksessfaktorer og hva som er effektive beskrankninger for utviklingen av denne næringen (jfr. avsnittene foran). Videre har en foretatt en vurdering av lønnsomheten i noen utvalgte bedrifter, basert på analyser av regnskapene for de samme bedriftene i 2005, 2006 og 2007.

De foretakene som deltok var Femund Fiskerlag A/L, Elgå, Lierne Fisk AS<sup>4</sup>, Nordli, Skarvheimen fjellfisk DA, Ål, Eggen (Jotunheim fisk), Espedalen, Nordre Aasberg gård, Dagali og Ferskvannsfisk AS, Helgelandsmoen. De utvalgte foretakene er til dels svært ulike, både det når det gjelder organisasjonsform, forretningskonsept, produksjonsomfang, produktutvalg, foredlingsgrad, driftsopplegg og driftstid (variasjon i bedriftstype ble vektlagt ved utvelgelsen av bedrifter). Det er også stor variasjon i hvor stor del næringsfiske utgjør av den totale virksomheten i foretakene. Flere av foretakene driver, i større eller mindre grad, med ulike andre aktiviteter i tillegg til næringsfiske. For flere av foretakene kan den totale virksomheten karakteriseres som mangesysleri, der en driver mange ulike aktiviteter med basis i tilgjengelige ressurser med sikte på å skaffe akseptable inntekter.

Foretakene Ferskvannsfisk AS og Nordre Aasberg gård er utviklet etter 2007 og kan foreløpig ikke vise til regnskapstall som er relevante i denne sammenhengen. Kun budsjettall er derfor vurdert for disse bedriftene. For de øvrige bedriftene varierte regnskapsresultatene relativt mye fra år til år, særlig på grunn av varierende fangst og dermed varierende salgsinntekter. Femund Fiskerlag A/L hadde jevn økning i omsetningen i perioden 2005 - 2007, mens Lierne Fisk AS og Eggen, som begge var under oppbygging i denne perioden, hadde betydelig omsetningsøkning. Skarvheimen hadde nedgang i omsetningen i perioden, særlig gjelder dette for regnskapsåret 2007, noe som skyldes dårlig fangst dette året (tabell 5).

---

<sup>4</sup> Lierne Fisk AS er konkurs, men ble tatt med i gjennomgangen nettopp av den grunn.

Tabell 5. *Inntekter, kostnader og driftsresultat for foretakene Femund Fiskerlag A/L, Lierne Fisk AS, Skarvheimen fjellfisk DA og Eggen for regnskapsårene 2005 – 2007*

	Femund Fiskerlag A/L			Lierne Fisk AS		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Omsetning	1 360 105	1 586 339	1 708 825	319 728	730 528	1 003 997
Herav: Salgsinntekter	1 197 172	1 315 887	1 641 261	306 728	651 528	962 730
Andre inntekter	162 933	270 452	67 564	13 000	79 000	41 267
Kostnader	1 285 866	1 387 511	1 661 170	306 765	968 169	1 159 660
Herav: Varekjøp (fisk)	394 398	403 770	568 902	52 451	386 862	365 696
Lønn og personalkostn.	391 738	457 446	600 573	35 692	167 972	210 964
Avskrivninger	5 400	1 350	19 309	31 000	98 032	135 800
Andre kostnader	494 330	524 945	472 386	187 622	315 303	447 200
<b>Driftsresultat</b>	<b>74 238</b>	<b>198 828</b>	<b>47 655</b>	<b>12 963</b>	<b>-237 641</b>	<b>-155 663</b>

	Skarvheimen fjellfisk DA			Eggen		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Omsetning	231 783	200 163	152 933	44 530	60 313	139 417
Herav: Salgsinntekter	231 783	200 163	152 933	44 530	60 313	139 417
Kostnader	67 552	200 163	152 933	25 724	47 475	107 182
Herav: Varekjøp (fisk)	2 789	925	2 300	1 698	15 480	34 182
Lønn og personalkostn.	0	162 862	81 972	0	0	0
Avskrivninger	24 180	11 657	11 406	10 000	22 000	22 000
Andre kostnader	40 583	24 719	57 255	14 026	9 995	51 000
<b>Driftsresultat</b>	<b>164 231</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>18 806</b>	<b>12 838</b>	<b>32 235</b>

Femund Fiskerlag A/L fikk etter et relativt godt resultat i 2006, og til tross for økte inntekter, et driftsresultatet i 2007 på kr 47 655,-. Årsresultatet (etter finansinntekter og –kostnader) ble på 25 835 i 2007. Da dette er organisert om et andelslag, er det ikke aktuelt å betale ut noe utbytte. De største kostnadene gjelder lønn og innkjøp av fisk. Avskrivningene er lave da anlegget i stor grad er avskrevet. Resultatene gir i liten grad grunnlag for å kunne fornye og utvikle anlegget uten stor grad av fremmedfinansiering. Ut fra regnskapsresultatene og intervjuet er det mye som tyder på at Femund Fiskerlag A/L fortsatt sliter med noen av de samme utfordringene som ble beskrevet av Faugli (1988) og Flø et al. (2004). Det siktes til forhold som bedre og mer effektiv markedsføring, bedre tilgang på fisk, mangel på fiskere m.m. Det skal føyes til at Femund Fiskerlag har deltatt på en rekke prosjekter og satsninger, som blant annet har bidratt med mye økonomisk støtte og også bidratt til interessant kunnskapsutveksling mellom fiskere, bedriftsutvikling og forskere (triple-helix lignende). Virksomheten ville i dag trolig ikke eksistert uten dette, samtidig er bedriften i dag et godt eksempel på at utholdenhet, langsiktighet og kvalitet er sentrale stikkord.

Lierne Fisk AS økte omsetningen betydelig i perioden 2005 til 2007, men kostnadene økte relativt sett mer enn inntektene slik at foretaket gikk med betydelige underskudd både i 2006 og 2007. Dette til tross for at de ved etableringa fikk omstillingsmidler fra DN og at Innovasjon Norge bidro med finansiering. De ble i 2006 tildelt "Trøndersk Matpris 2006" fra Innovasjon Norge, og det var store forventninger til utvikling av foretaket. Tilgangen på vill fisk ble imidlertid for liten og behandling av oppdrettsfisk krevde investeringer som foretaket ikke fikk finansiert. De nådde derfor ikke opp i det planlagte produksjonsvolumet og ble slått konkurs kort tid etter.

Skarvheimen hadde både i 2006 og 2007 null i driftsresultat, men dette skyldes at de har tatt ut arbeidsgodtgjøring og satt beløpene på bankkonto som tilhører selskapet, slik at resultatet blir null. Det gjøres oppmerksom på at Skarvheimen hadde dårlig fangst og dermed fikk lav omsetning i 2007. Det er opplyst at de i 2009 tok ut ca. 1 mill. kr til fordeling på de tre deltakerne. Dette må anses som godtgjøring for arbeidet og kapitalen som deltakerne har satt inn i foretaket siden oppstarten. Utbetalinga på ca. 1 mill. kr gjelder for hele aktiviteten i foretaket, fiske med foredling og salg, foredling og salg av oppdrettsfisk, kursvirksomhet m.m., men villfisken oppgis å være den delen av virksomheten som betyr mest økonomisk.

Eggen fikk godkjent sitt nye foredlingsanlegg høsten 2006 og økte omsetninga i perioden 2005 – 2007. De er fortsatt i en oppbyggingsfase og forventer i 2009 å komme opp i en omsetning på rundt kr 300 000. De mener at de må opp i en omsetning på 800 000 til 1 mill. kr for å få tilfredsstillende lønnsomhet.

I regnskapsåret 2007 varierte lønn/arbeidsgodtgjøringen pr. time fra 0 til 131 kroner (tabell 6).

*Tabell 6. Timeforbruk og lønn/arbeidsgodtgjøring, regnskapsåret 2007 for fire yrkesfiskebedrifter.*

	<b>Femund Fiskerlag A/L</b>	<b>Lierne Fisk AS</b>	<b>Skarvheimen fjellfisk DA</b>	<b>Eggen</b>
Timeforbruk (anslag)	4 583	2 200	850	1 300 <sup>1</sup>
Lønn/arbeidsgodtgjøring per time	131	96	96	0

<sup>1</sup> Tid brukt til tynningsfiske inkludert

### 6.11.1 Investeringsbehov

Selve fisket krever utstyr som fiskeredskaper (garn, ruser osv.), båt med motor, transportmidler for personell, utstyr og fangst. For å få tilfredsstillende kvalitet på fisken, er det nødvendig å holde den kjølig etter fangst, for eksempel ved at den legges på is. Det er helt nødvendig med en sammenhengende kjølelinje i hele verdikjeden.

Det kan være behov for eget husvære i tilknytning til næringsfiske, for eksempel hvis innsjøene ligger langt fra bostedet eller det på annen måte er vanskelig atkomst. Hvis en fisker i flere innsjøer, kan det være nødvendig med flere sett båter, redskap og bygninger. Bruk av samme båt og utstyr i flere innsjøer kan gjøre det nødvendig med rengjøring og desinfisering ved flytting mellom innsjøer for å unngå spredning av sykdommer og uønskete arter. Dette fører til mye merarbeid og økte kostnader.

Alle de aktuelle foretakene driver foredling i en eller annen form. Selv om også levering av fersk fisk er krevende og krever investeringer, innebærer foredling til dels betydelige investeringer.

De 5 foretakene som hadde foretatt investeringer de siste 5 – 6 årene, har investert i størrelsesorden 800 000 kr – 2,2 mill kr. Ut fra opplysningene om kapitalbinding/investeringsnivå kan næringsfiske og tilhørende foredling beskrives som en kapitalintensiv næring. Med for eksempel en avskrivningstid på 15 år og en kalkulasjonsrente på 5 % medfører en investering på 1,4 mill. kr at en får gjennomsnittlig årlige kapitalkostnader på 128 333 kr (avskrivninger på kr 93 333 og rentekostnader på kr 35 000). Med for eksempel en anslått oppgjørspris på kr 100 per kg, må foretaket ut fra dette årlig selge 1283 kg fisk bare for å dekke kapitalkostnadene.

### 6.11.2 Oppsummering

Undersøkelsen blant seks foretak som driver med næringsfiske og foredling, viste at det er til dels store utfordringer med å få til tilfredsstillende lønnsomhet i næringen.

For å ha mulighet til å oppnå tilfredsstillende lønnsomhet må en lykkes med alle leddene i verdikjeden. Verdikjeden er så krevende at det ikke er tilstrekkelig å være god innen bare deler av kjeden. Samtidig som en har en egnet fiskeressurs, må det også tas utgangspunkt i en analyse av markedet og deretter fokuseres på hele verdikjeden, effektiv markedsføring og distribusjon, foredling, fangst og fiskeressurser. I alle ledd i verdikjeden må det være kompetanse slik at det gjøres de rette tingene til rett tid. Det er krevende å beherske alle leddene i verdikjeden, og en bør derfor vurdere å overlate for eksempel markedsføring og distribusjon til andre aktører.

De viktigste hindringene ved etablering og utvikling av foretakene var det store investeringsbehovet og det omfattende regelverket en måtte forholde seg til. For to av foretakene som fisker i verneområder hadde det vært vanskeligheter med å få bygd de nødvendige lokaler til produksjonen. Tilgang på stor nok mengde fisk, og av god nok kvalitet, var en annen viktig utfordring for noen av foretakene. For andre lå begrensningene i markedsføring og salg. Forhold som hektisk sesong og mangel på arbeidskraft var den viktigste begrensningen for andre foretak. Særlig gjaldt dette for foretak som fisker i høgtliggende innsjøer og der fisket drives i kombinasjon med jordbruk.

Med unntak av Femund Fiskerlag A/L som mottar sik av riktig størrelse, ser det ut til at det er et utbredt problem at siken i mange innsjøer er for små. Bortsett fra Lierne Fisk AS, som ikke hadde noen vanskeligheter med å få solgt sine produkter, ser det ut til at det kan være en utfordring å få solgt sik og annen hvit fisk. De to foretakene som foredler og selger rakørret opplever det som svært enkelt å få solgt slik vare til tilfredsstillende pris.

## 7 Diskusjon - yrkesfiske

Nærfisk-prosjektet, den sist gjennomførte satsingen på yrkesfiske i ferskvann, ga en dobling av antall aktive medlemmer i Norsk Innlandsfiskelag. NIL hadde pr. 2008 likevel bare 25 aktive medlemmer. Hele 265 deltok på de kursene i bygging og bruk av storruse Norsk innlandsfiskelag gjennomførte i perioden 1993-2003 (Jensen & Grøndahl 2003). Storruser kan også brukes i forbindelse med kultivering og utfisking, slik at det neppe var alle deltakere som hadde ambisjoner om yrkesfiske. Antallet tyder likevel på at oppstartinteresse langt i fra er videreført i tilsvarende antall yrkesfiskere.

De foretaksøkonomiske analysene viser at yrkesfiske er en næring med betydelige investeringsbehov, lønnsutgifter og usikker inntjening. Næringen har også betydelige utfordringer mht. stabil råvaretilgang og kvalitet på denne. Arbeidsinnsatsen som kreves for kultiveringstiltak, først og fremst uttynning, er så store at det fra et foretaksøkonomisk synspunkt først og fremst er innsjøer med naturlig gode produksjonsforhold det er regningssvarende å satse på. Forutsatt at en lykkes med alle ledd i verdikjeden, er imidlertid yrkesfiske en næring som kan gi lønnsomhet.

Større offentlige satsinger, som verdiskapingsprogram og handlingsplaner, iverksettes i de tilfeller en ønsker et ekstra fokus på en næring. Et tilleggskriterium kan være at næringen i en oppstartfase har særskilte utfordringer som det ordinære virkemiddelapparatet ikke i tilstrekkelig grad kan ivareta. Også satsingen på yrkesfiske basert på innlandsfiske må ses i et slikt perspektiv. Med de resultater som er oppnådd i siste 30-årsperiode, er det imidlertid vanskelig å se at disse kan forsvare nye *særskilte* virkemidler. Den store variasjonen i driftsform og produksjon mellom bedriftene, kan også gjøre det vanskelig å finne fram til effektive fellestiltak. Etter at nåværende utviklingsprogram for innlandsfiske er avsluttet, bør det derfor vurderes om ikke yrkesfiske basert på innlandsfiskeressursen skal integreres i eksisterende virkemiddelordninger som verdiskapingsprogrammet for mat og BU-midler

Hva som er en ressurs varierer over tid og den samfunnsmessige konteksten. Om yrkesfiske basert på innlandsfiskeressursen ikke kan framvise god lønnsomhet pr. i dag, kan dette endres i framtida. Det er derfor viktig at den kompetansen som er opparbeidet gjennom siste 30 årsperiode blir ivarettatt, og at én organisasjon/institusjon får et ansvar for kompetansemegling (jfr. avsnitt 4.3). Forutsetningen for en slik ordning er faste, årlige tilskudd for å gjennomføre arbeidet. Aktuelle oppgaver er kunnskapsformidling, for eks. gjennom nyhetsbrev og årlige konferanser, samt bistå bedrifter som søker kompetanse. Det vil også være behov for kompetanseformidling til det offentlige virkemiddelapparatet. En slik kompetansemeglerfunksjon kan legges til ett av de regionale matnavene, eller til Hanen, sammenslutningen mellom Norsk Bygdeturisme og Gardsmat og Norsk innlandsfiskelag.

## 8 Avsluttende kommentarer og anbefalinger

Gjennomgangen viser at verdikjedene knyttet til såvel yrkesfiske som turistfiske etter innlandsfisk har utfordringer knyttet til seg. Begge verdikjedene sliter med det vi kan kalle strukturelle og strategiske utfordringer.

For yrkesfiske er det særlig disse utfordringene som må adresseres og tas hensyn til i evt videre satsninger:

- Yrkesfiske sliter med kostnader både til lønn og investeringer som gjør det vanskelig å oppnå lønnsomhet, uten løpende subsidiering.
- Store volum og effektiv produksjon kan avbøte noen av kostnadsutfordringene, men relativt små høstbare kvanta i den enkelte innsjø/region og fisk av suboptimal kvalitet vanskeliggjør dette.
- For potensielle yrkesfiskeentreprenører vil en vurdering av annet lønnet arbeid eller innovasjon/entreprenørskap rettet mot andre verdikjeder ofte resultere i mer rasjonell og konkurransedyktig anvendelse av kapital og arbeidskraft.
- De ofte påståtte synergieffektene mellom yrkesfiske og turistfiske er sjelden å se i praksis.
- De mange prosjektene og satsningene rettet mot yrkesfiske burde vært bedre evaluert og oppsummert, ikke minst for å institusjonalisere og spre den erfaring og den kunnskap som er opparbeidet.
- Videre arbeid bør mer systematisk utnytte disse erfaringene.

Også turistfiske har, til tross for et bedre økonomisk potensial enn yrkesfiske, utfordringer som må adresseres om en skal få til en ønsket veksttakt:

- En kort sommersesong kan være for lite for å forrente betydelige investeringer i feks husvære alene.
- Turistfiske etter innlandsfisk i Norge ligger langt bak turistfiske etter marin fisk og laks i volum og profil, og hjemmemarkedet er lite vant til å kjøpe kommersielle produkter
- Det mangler både dybde og bredde i norske turistfiske tilbud basert på innlandsfisk, selv om det finnes eksempler på både nyere og eldre bedrifter og destinasjoner der innlandsfiske er en viktig basis for sommerturismen.
- De mange tiltaksprosjektene er preget av en økende erkjennelse av de sammensatte utfordringene, men allikevel opereres det med ambisiøse, dels urealistiske mål.
- Prosjektene er som regel for kortvarige til at det er realistisk at de kan nå målene de setter seg.

### 8.1 Anbefalinger Turistfiske

1. Markedssegmentene bør utvides fra snevre europeiske fiskespesialister som dagens satsninger ofte rettes mot. En må lykkes i også å nå de tallrike og varierte fiskerne, både spesialister og generalister, fra det norske og skandinaviske markedet, både privat- og bedriftsmarked.
2. Verdikjeden(e) for turistfiske er komplekse. For å utvikle næringen trengs en mer langsiktig og systematisk kompetanseoppbygging om de ulike leddene i verdikjeden. Dette gjelder både ekspertbasert kunnskap og erfaringsbasert kunnskap. Dette vil også gi grunnlag for klarere strategier og prioriteringer for feltet.
3. Fokuset for innlandsfisketurismesatsingen bør utvides, med en større satsing på innlandsfisketurisme som del av et sammensatt reiselivsprodukt og som en del av helhetlig destinasjonsutvikling. En slik satsing vil kreve et tettere samarbeid med tradisjonell reiselivsnæring og med utvikling av områder for fritidsboliger, og bør konsentreres til områder med tilstrekkelig trafikkgrunnlag og velfungerende destinasjonsselskaper. En slik satsing bør skje som et tillegg til satsingen på temabasert aktivitetsferie, ikke som

en erstatning for denne. Turistfiskesatsningen bør mao baseres på en klarere strategi der innlandsfiske:

- a. både inngår som et aktivitetstilbud på linje med for eksempel turstier og skiløyper
  - b. og som et økonomisk bærekraftig temaprodukt rettet mot ulike markeder og segmenter.
4. Videre mobiliseringsarbeid må sees i lys av den betydelige satsingen som har vært fra offentlige myndigheter og sentrale landbruksorganisasjoner i siste 20-års-periode. Ytterligere mobiliseringsarbeid må vurderes opp mot oppfølging overfor de som allerede er motiverte. Mobilisering er også avhengig av flere, mer allsidige og lønnsomme fiske-turismebedrifter som forbilder.
5. For generell bedriftsetablerer/bedriftskompetanse og reiselivskompetanse anbefales det å benytte Innovasjon Norges generelle kurs i stedet for å bygge opp egne kurs. For produktutvikling trengs spesifikk kunnskap om innlandsfisketurisme og yrkesfiske. Ansvaret for å formidle denne typen kompetanse bør legges til et fåtall institusjoner/organisasjoner på nasjonalt nivå. Disse bør ha ansvaret mer for formidling og systematisering av relevant kompetanse enn produksjon av kompetanse. Det er viktig å nytte erfarne ressurspersoner fra regionale og lokale prosjekter og bedrifter inn i slik kompetanseformidling. En viktig målgruppe for formidling av kompetanse, ved siden av næringsutøverne, er det offentlige virkemiddelapparatet.
6. Markedsføring, salg og distribusjon er et generelt problem for småskalaprodusenter. Disse utfordringene må løses av næringen selv, men økt satsning på feks klynger og nettverk kan være en arbeidsmåte som er hensiktsmessig for å styrke dette.
7. I framtidige tiltaksprosjekter bør en vektlegge:
- a. profesjonell prosjektledelse, ikke bare fagkompetanse eller interesse for fiske
  - b. bedre vurdering av måloppnåelse
  - c. et lengre tidsperspektiv for prosjektene (5-10 år)
8. Strategisk FOU-innsats bør konsentreres om:
- a. Foretaksøkonomisk lønnsomhet.
  - b. Markedsbasert produktutvikling.
  - c. Å integrere FOU bedre både i næringsutvikling og i strategiske beslutninger hos myndigheter og næringsorganisasjoner gjennom feks triple-helix-modeller.

## 8.2 Anbefalinger yrkesfiske

For yrkesfiske bør en videre satsning mer systematisk ta utgangspunkt i erfaringene som de siste 25 årene har skaffet til veie. Yrkesfiske vil i Norge, med dagens situasjon som høykostland og med mange alternativer for både entreprenører og lønnstagere, uansett være en svært liten virksomhet. Det må satses på høykvalitetsprodukter som kan selges for en høy pris i nærmiljøet, og produkter basert på ørret og røye synes å oppnå høyere lønnsomhet og enklere avsetning enn sikbaserte produkt, selv om Norges største og mest levedyktige fiskeanlegg (Femund Fisk) er basert på sik. Til tross for nisje- og lokalmatpreget må yrkesfiskerieringen samtidig forsøke å samle seg og få økt volum på det fåtall foredlingsbedrifter som det vil være plass for.



## Referanser

- Bolkesjø, T. 2005. Kompetansenettverket for småskala matproduksjon. Evaluering av nettverkets virksomhet 2002-2004.
- Bråtå, H.O., Johansen, V., Vangsgården Stubberud, K. & Vaagland, J. 2006. Midtveiseevaluering av Verdiskapingsprogrammet for mat. ØF-rapport nr. 12/2006.
- Bråtå, H.O., Lørfald, M. & Sæther, B. 2009. Innovasjon innen landbruksbasert næringsmiddelproduksjon i Innlandet. I: Johnstad, T. & Hauge, A. 2009. Samhandling og innovasjon. Aktører, systemer og initiativ i Innlandet. Oplandske Bokforlag.
- Christensen, H.M. 2006. Naturbasert reiseliv – fra hobby til næring. NORSKOG-rapport nr. 1.
- Dahle, K-G. 2008. Innovativ Fjellturisme – er nettverks- og klyngebygging framtiden for reiselivet i fjellbygdene? Foredrag på Fjellkonferansen, Lillehammer 2.-3. Desember 2008.
- Dervo, B.K. 2002. Ny forvaltningsmodell for vilt og fisk. Evaluering av prosjektet "Lokal forvaltning av de utnyttbare vilt- og fiskeressursene 1996-1999". NINA Oppdragsmelding 712:1-81.
- DinTur AS. 2005. Markedet for naturbaserte opplevelser. Norges Bondelag og Norges Skogeierforbund.
- Finstad, A.G., Jansen, P.A. og Hirvonen, H. 2003. Bimodal size distribution in Arctic char *Salvelinus alpinus*: artefacts of biased sampling. Canadian Journal of Fisheries and Aquatic Sciences 57: 1718-1727.
- Fiskeguide Mjøsregionen: <http://www.turistinnlandet.no/mikpublish/media/fiskeguide-2005-0408.pdf>
- Flø, B.E., Sandlund, O.T., Berge, E., Næsje, T.F., Saksgård, R. & Ugedal, O. 2004. Whitefish Fisheries in mountainous southeastern Norway, abundant resources but scarce fishermen. Mountain Research and Development 24, 67-74.
- Gjertsen, V. Ø. 2009. Former for laksefiskeutleie, og lønnsomheten ved disse modellene, i elvene Verdalselva, Stjørdalselva, Gaula og Orkla. Masteroppgave, Institutt for naturforvaltning, Universitetet for miljø og biovitenskap.
- Grøndahl, F.A. Innlandsfiske som næring. Fangst, foredling og omsetning av innlandsfiske. Status og strategisk tiltaksplan. Norsk Innlandsfiskelag.
- Horwath Consulting AS. 2002. Attraksjoner i Norge. SND-rapport 1-2002.
- Innovasjon Norge. 2007. Utviklingsprogram for grønt reiseliv.
- Jakobsen, Erik og Reve, Torger. 2000. Et verdiskapende Norge. Universitetsforlaget, Oslo. Referert i Børve, K. Flaskehalser for innovasjon på matområdet. Vedlegg 3, Verdiskapingsprogrammet for matproduksjon, 03.01.2001
- Jensen, H. & Grøndahl, F.A. Strategisk plan for næringsmessig utnyttelse av fisk og kreps i ferskvann 2003-2007. SND-rapport 5-2003.
- Jungmeier, M., Kohler, Y., Ossola, C., Plassmann, G., Schmidt, C., Zimmer, P. & Zollner, D. 2006. Protected areas. Can large protected areas be instruments of sustainable development and at the same time suitable instruments for protecting natural diversity? Commission Internationale pour la Protection des Alpes (CIPRA): Future in the alps: Report of project Question 3.
- Kaizen AS. 2006. Grunneierbasert innflytelse i distribusjon av feriehus og naturopplevelser. Norges Skogeierforbund og Norges Bondelag.

- Kautokeino og Karasjok kommuner. 2004. Innlandsfiske som lønnsom kombinasjonsnæring i Indre Finnmark. Sluttrapport.
- Klemetsen, A., Amundsen, P.-A., Grotnes, P.E., Knudsen, R., Kristoffersen, R. Og Svenning, M. 2002. Takvatn through 20 years: long-term effects of an experimental mass removal of Arctic charr *Salvelinus alpinus* from a subarctic lake. *Environmental Biology of Fishes* 64: 39-47.
- Knutsen, H., Olsen, A., Rye, S.K.P., Sjelmo, O., Spissøy, A. og Stokke, K. 2008. Næringsaktivitet på ulike typer landbrukseiendommer. NILF-notat 2008-25.
- Krokann, K. 2009. Lønnsomhet i yrkesfiske basert på innlandsfiskeressursen. NILF-rapport, under utarb.
- Landbruksdepartementet 1992-1993. *Landbruk i utvikling*. St.prp. nr. 8 1992-93
- Landbruksdepartementet. 1999-2000. *Om norsk landbruk og matproduksjon*. St.meld.nr 19 (1999-2000)
- Landbruks- og matdepartementet. 2006. Handlingsplan for innlandsfiske.
- Museth, J., Johnsen, S. & Taugbøl, T. 2006. Effekter av utfisking med storruse i Reinsvatnet. NINA Minirapport 168. 13 pp.
- Museth, J., Johnsen, S. & Taugbøl, T. 2006. Effekter av utfisking med storruse i Espedalsvatnet. NINA Minirapport 169. 15 pp.
- Museth, J., Sandlund O.T. & Borgstrøm, R. 2007. Coexistence between introduced whitefish (*Coregonus lavaretus*) and native Arctic charr (*Salvelinus alpinus*) depends on heavy whitefish exploitation. *Advances in Limnology* 60, 343-350 (Biology and Management of Coregonid Fishes – 2005).
- Natur & Fritid A/S. 2005. Det skandinaviske markedet for innlandsfiskeopplevelser. Norges Bondelag og Norges skogeierforbund.
- Nordlund, A.R. & Forsberg, E.M. 2007. Tilrettelegging for bygdeutvikling – på rett vei, men fortsatt et stykke frem. Hvordan brukes fylkesvise bygdeutviklingsmidler til utredning og tilrettelegging for å øke verdiskapingen av landbrukets og bygdenes ressurser? NILF-notat 2007-5.
- O'Connor, P., Merten, R., Criado, J.S. & Zimmermann, S. 2008. PhoCus Wright's European Online Travel overview. Fourth edition.
- Persson, L., Amundsen, P.-A., De Ross, A.M., Klemetsen, A., Knudsen, R. & Primicerio, R. 2007. Culling prey promotes predator recovery – alternative states in a whole-lake experiment. *Science* 316: 1743-1746.
- Qvenild, M. & Aas, Ø. 2007. Evaluering av prosjektet "Utmarksbasert reiselivsnæring". NINA Rapport 256.
- Reiselivsbedriftenes landsforening og Norges Skogeierforbund. 2004. Forprosjekt om "Utvikling av utmarksbaserte reiselivsbedrifter – Markedsmuligheter, mål, strategier og forslag til verdikjede-program".
- Rideng, A. & Grue, B. 2008. Gjesteundersøkelsen 2008. Utenlandske ferie- og forretningsreiser i Norge. TØI rapport 995/2008.
- Riksrevisjonen. 2008. Riksrevisjonens undersøkelse av næringsutvikling i landbruket. Dokument nr. 3:5 (2007-2008).
- Rolfstad, T.R. 2009. Sluttrapport NÆRFISK 2004-2009. Foreløpig versjon, ikke offentlig.

- Sandlund, O.T. 1986. Sluttrapport fra "Innlandsfiskeprosjektet". Det Kgl. Selskap for Norges Vel.
- Solbakken, K. 2007. Pilotprosjekt bedriftsutvikling. Nasjonalparkriket/Dovrefjell- og Rondane-regionen. Sluttrapport/erfaringer fra prosjektet. Norsk Turistutvikling AS Lillehammer
- Solberg, I. 1995. Markedsmuligheter for tilrettelagte aktiviteter solgt sammen med småskalaovernatting. Resultater fra en undersøkelse blant prosjekt Norsk Opplevelsesferie sitt kundegrunnlag 1994-1995.
- Statens Nærings- og distriktsutviklingsfond. 2002. Strategisk plan. Næringsutvikling i utmark.
- Statens Nærings- og distriktsutviklingsfond. 2003. Forslag til handlingsplan. Næringsutvikling i utmark med vekt på utmarksbasert reiseliv.
- Steen Jacobsen, J. K. 2005. Interesse for og besøk i nasjonalparker og andre naturområder blant utenlandske turister i Norge. TØI rapport 791/2005.
- Storsul, S. 2006. Utvikling av konsept om multifunksjonelle feriehus. Forslag til konkretisering og prioriteringer. Norges Bondelag og Norges Skogeierforbund.
- Svenning, M.-A., og Borgstrøm, R. 2005. Cannibalism in Arctic charr: do all individuals have the same propensity to be cannibals? Journal of Fish Biology 66: 957-965.
- Taugbøl, T., Andersen, O. & Grøndahl, F. A. 2004. Erfaringer med storruse til nærings- og kultiveringsfiske. NINA Oppdragsmelding 827. 59 pp.
- Toverud, Ø. & Bring, A. 2008. Kvalitetsvurdering fisketurisme-gjedde. Notat, Utmarksavdelingen for Akershus og Østfold.
- Ugedal, O., Dervo, B. & Museth, J. 2007. Erfaringer med tynningsfiske i innsjøbestander i Norge. NINA Rapport 282. 64 pp.
- Utmarksavdelingen for Akershus og Østfold . 2007. SLUTRAPPORT PROJEKT "HÅR NAPPAR DET" 2006-2007 D.nr: GS3041-38-06
- Utmarksavdelingen for Akershus og Østfold . 2008a. Årsmelding 2008, fisketurismeprojektet.
- Utmarksavdelingen for Akershus og Østfold . 2008b. Projektansökan/Søknad projektutlysning 1-2008. Interreg Sverige-Norge. Program för Europeiskt territoriellt samarbete 2007-2013.
- Valdres utmarkskontor. 2006. Identifisering og starthjelp for utmarksentreprenører i Valdres. Sluttrapport.
- Vennesland, B. og Lunnan, A. 2003, Utmarksressurser og inntektsmuligheter, Glimt fra skogforskningen.
- Vorkinn, M., Bjerke, L., By Ingvaldsen, S., Johnsen, B. & Koppervik, D.O. Reiselivets kompetansemotor. Rapport fra utviklingsgruppa 28.august. Notat utarbeidet som grunnlag for ny reiselivstrategi for Oppland fylkeskommune.
- Vorkinn, M. 2008. Potensialet for økonomisk verdiskaping ved etablering av Fulufjellet nasjonalpark. NINA Rapport 422.
- Wessel, A.B. 1990. Prosjekt utmarksutvikling. Sluttrapport. Norges Bondelag, Norges Skogeierforbund, Den norske Hytteformidling A.S.
- Øian H. og Dervo B. K. 2009a. Fiskeferien. INNOFINN faktaark nr 1-2009.
- Øian, H. og Dervo, B. K. 2009b. Fiskeinnsats og redskapsbruk. INNOFINN faktaark nr. 2-2009.

Øian, H. og Dervo, B. K. 2009c. Fiskeinnsats og redskapsbruk. INNOFINN faktaark nr. 3-2009.

Aas, Ø. og Andersen, O. 2001. Evaluering av prosjektet "Lokal forvaltning og driftsplanlegging av vilt- og fiskeressursene 1997-2000" i regi av Norges Bondelag og Norges Skogeierforbund. NINA Oppdragsmelding 708.

Aas, Ø., Hanssen, O. & Dervo, B. K. 2004. Evaluering. Prosjektet næringsutvikling og driftsplanlegging i utmark 2001 - 2004. Sluttrapport. - NINA Oppdragsmelding 854.

## **Vedlegg: Utfordringer og strategier/tiltak beskrevet i planer og strategier for innlandsfiskesektoren**

Å lage en oversikt over utfordringer og strategier/tiltak i planer og strategier som berører innlandsfiskesektoren byr på en del utfordringer. For det første; hvilke planer og strategier som skal med. Her har vi avgrenset oss til dokumenter som berører innlandsfiskerieringen eller landbruksbasert reiseliv. Dvs. at stortingsmeldinger om landbrukspolitikk og reiseliv generelt ikke er tatt med. De dokumenter som er tatt med (se listen under) dekker likevel ulike tema, fra naturbasert reiseliv generelt til kun yrkesfiske.

En del av utfordringene og strategiene/tiltakene kunne ha vært rubrisert under flere hovedtema, for eksempel samarbeid med destinasjonsselskaper om markedsføring. Hvert tiltak er imidlertid plassert under kun en hovedkategori. Det er imidlertid sjekket at dette ikke har ført til at noen hovedkategori ikke har blitt registrert pga. dette. Videre er noen enkelttiltak for oversiktens skyld slått sammen til større kategorier i tabellen, eksempelvis til kategorien organisasjonsoppbygging/-utvikling.

Tabellforklaring for vedleggstabell 1 og 2:

- 1997: Innlandsfisk som næring. Status og strategisk tiltaksplan: Utarbeidet av Norsk Innlandsfiskelag for Statens landbruksbank. Tema: Yrkesfiske og oppdrett. De utfordringer/tiltak som er tatt med i tabellen gjelder kun yrkesfiske.
- 2002: Strategisk plan. Næringsutvikling i utmark. Utarbeidet for jordbruksavtalepartene av en arbeidsgruppe oppnevnt av Statens Nærings- og distriktsutviklingsfond. Tema: Utmarksbasert næring generelt.
- 2003a: Forslag til handlingsplan. Næringsutvikling i utmark med vekt på utmarksbasert reiseliv. Utarbeidet for Landbruksdepartementet av en arbeidsgruppe oppnevnt av Statens Nærings- og distriktsutviklingsfond. Tema: Utmarksbasert næring generelt.
- 2003b: Strategisk plan for næringsmessig utnyttelse av fisk og kreps i ferskvann 2003-2007. SND-rapport 5-2003. Tema: Hovedsakelig yrkesfiske.
- 2004: Utvikling av utmarksbaserte reiselivsbedrifter – Markedsmuligheter, mål, strategier og forslag til verdikjedeprogram. Reiselivsbedriftenes landsforening og Norges Skogeierforbund. Tema: Opplevelsesaktiviteter generelt, men de utfordringer/tiltak som er tatt med i tabellen gjelder kun fisketurisme.
- 2006: Handlingsplan for innlandsfiske. Handlingsplan for økt bruk av innlandsfisk som grunnlag for verdiskaping innen mat- og opplevelsesproduksjon. Landbruks- og matdepartementet. Tema: Fisketurisme (T), Yrkesfiske (Y), fiskeoppdrett. De utfordringer/tiltak som er tatt med i tabellen gjelder fisketurisme og yrkesfiske.
- 2007: Utviklingsprogram for grønt reiseliv. Innovasjon Norge, som del av LMDs strategi for næringsutvikling. Tema: Opplevelsesaktiviteter generelt.

Vedleggstabell 1. Utfordringer identifisert i planer og strategier for innlandsfiskesektoren

	1997	2002	2003a	2003b <sup>1</sup>	2004	2006	2007
<b>RESSURSGRUNLAGET</b>							
Forvaltning og regler er oftest ikke modernisert og tilpasset fisketurisme (tar ut stor fisk)					X		
Garnfiske som fører til høyt uttak av stor fisk					X		
Stedvis for mange fiskere					X		
Kort fiskesesong i forhold til noen konkurranse-land (for eksempel Irland)					X		
Lite tilgjengelige vassdrag –langt fra vei					X		
Ulike trusselfaktorer (sur nedbør, miljøgifter)					X		
Forvaltning som favoriserer størretstammene	X						
Sesongmessig fiske, muligheter for utvidelse	X						
For dårlig kvalitet på fisken, kultivering nødvendig	X					Felles	
Ustabil råstofftilgang for mottak	X						
<b>PRODUKSJON</b>							
Garnredskap fører til skader og kvalitetsforringelse	X						
Lav kapitalavkastning av ressursen					X		
Bedriftene har ikke en tydelig forretningsidé knyttet til virksomheten					X		
Få utviklede produkter utover fiske-/jaktkort/liten foredling		X	X		X		
Mangel på guider					X		
Bedriftene har ikke kontroll på fiskeressursen					X		
System for kvalitetskontroll og –sikring mangler	X	X	X			Felles	
Lavere pris enn betalingsvilligheten i markedet			X				
Få pakketilbud						T	
Mangel på guider						T	
<b>MANGLENDE KOMPETANSE</b>							
Segmenter og markeder					X	T	
Forretningsutvikling-/drift	X		X				X
Pakking av reiselivsprodukter			X				X
Produktutvikling			X		X		
Markedsføring	X		X				
Vertskapsrollen							X
Internasjonalisering							X
Distribusjon og salg	X		X				X
Kompetansemiljø som kan gi veiledning til næringsaktører			X				
Spredte kompetansemiljøer		X					
Fangstredskaper							
Fiskeforvaltning – grunneiere/rettighetshavere	X						
Personer med kompetanse om alle ledd i verdikjeden	X						
<b>MARKEDSFØRING – SALG- DISTRIBUSJON</b>							
For lite markedsføring i utlandet					X	T	
Dårlig samordning av salg, markedsføring og profilering	X				X		
Letttilgjengelige/bedre fungerende distribusjons-løsninger mangler			X		X	Felles	
Felles markedsføring mangler			X				
Ingen målretta merkevarebygging	X		X				
Mangler bedriftsstatistikk			X				
For lite volum til å bygge opp distribusjonsordninger						Y	
Behov for å samle større produktporteføljer for markedsføring i utlandet						T	
Utvikle distribusjon gjennom turoperatører						T	
<b>ETTERSPØRSEL/MARKED</b>							
De fleste nordmenn ønsker enkle og rimelige produkter					X		
Hard konkurranse (spesielt fra Sverige og Irland)					X		

	1997	2002	2003a	2003b <sup>1</sup>	2004	2006	2007
<b>SYSTEMTILNÆRMING</b>							
Samordning oppgaver og ansvar nivåer/sektorer							X
<b>SAMARBEID/NETTVERK</b>							
For lite utviklet samarbeid lokalt mellom aktører innenfor landbruk og øvrig reiseliv		X			X		X
Lite samhandling mellom enkeltaktører/få klynger		X					X
Bedre samarbeid rettighetshavere og myndigheter på ulike nivåer							
Å styrke lokal forvaltning gjennom driftsplanlegging						Felles	
Tilfredsstillende sekretariatsressurser						Y	
<b>FINANSIERING</b>							
Vanskelig å finansiere bedriftsovergripende utviklingsprosjekter						T	
Vanskelig å finansiere infrastrukturtiltak (skilt, brosjyrer etc.)						T	
Mangel på ressurser til markedsføring						T	
Lav betalingsvillighet i det norske markedet						T	
Finansiering av fellesgoder og infrastrukturtiltak							X
<b>MANGLENDE INTERESSE HOS GRUNNEIERE OG RETTIGHETSHAVERE</b>							
Andre yrkesmuligheter gir større /tryggere inntekt	X	X					
Manglende kultur for kommersialisering av utmarksressursene		X					
Spesialisert landbruksproduksjon har gitt manglende interesse	X						
<b>OFFENTLIGE RAMMEBETINGELSER</b>							
Konkurranse med allmenhetens rekreasjonsinteresser på arealer i offentlig eie	X						
Konflikt med sports-/rekreasjonsfiske	X						
Yrkesfiske faller mellom landbruk og generell distriktsutvikling; uklar sektortilhørighet	X						
Konflikter mellom miljøpolitiske og næringspolitiske/landbrukspolitiske målsettinger		X					
Lovverk vilt- og fisk, verneområder, vegtrafikkloven, plan- og bygningsloven, næringsmiddellovgivning	X	X	X				
Plan- og bygningsloven: Tolking av begrepet stedbunden næring						T	
<b>ANDRE RAMMEBETINGELSER</b>							
Tyveri og hærverk på utstyr, eks. storruse	X						
For lang avstand fra fisker til mottak	X						
Mange driver reiselivsvirksomhet ved siden av annet arbeid							X
Svak og uklar organisatorisk innplassering av utmarka i landbrukets organisasjoner, særlig på lokalplanet		X					
Uklare rettighetsforhold	X					Felles	
Kort sesong						T	
Bedriftene mangler eksklusiv råderett over fiske-ressursene (forvaltning i henhold til markedskrav))						T	
Hard konkurranse i det europeiske fisketurisme-markedet						T	
<b>ANNET</b>							
"Svart" salg – mangelfull kvalitetssikring							
Synliggjøre lokal verdiskaping						Felles	
Stedvis for mange fiskere						T	

<sup>1</sup>Utfordringene er i liten grad eksplisitt beskrevet, men framkommer delvis gjennom foreslåtte tiltak.

Vedleggstabell 2. Tiltak foreslått i planer og strategier for innlandsfiskesektoren

	1997	2002	2003a	2003b <sup>1</sup>	2004	2006	2007
<b>SAMARBEID OG NETTVERK INNEN LANDBRUKSSEGMENTET</b>							
Videreføre driftsplanleggingsprosjektet		X		X			
Klyngebygging/nettverksbygging mellom næringsaktører	X	X					X
Maler for avtaler/modeller for lokale selskapsdannelser		X	X				
Integrert næringsmessig utnyttelse av ferskvannsfisk (reiseliv, yrkesfiske, oppdrett)				X			
Internasjonalt samarbeid				X	X		
Regional organisering av næringsutøverne					X		
Bedre grunneierorganisering lokalt						Felles	
Bygge på og videreutvikle det som allerede er etablert av felles organisatoriske virkemidler og tiltak						Felles	
Samle kompetansen: Samlokalisering NBG, NIL, Norske lakseelver						Felles	
Klarere oppgavefordeling mellom NIL, NBG og landbruksorganisasjonene						Felles	
Innlandsfiskerieringen kobles til næringsutvikling i landbruket (virkemiddelapparat, finansiering av støttefunksjoner og regional forvaltning av disse)						Felles	
Organisasjonsoppbygging/-utvikling	X			X		Y	
<b>SAMARBEID MED TRADISJONELT REISELIV</b>							
Prosjekter for å knytte landbruks- og reiselivsnæringene tettere sammen		X					X
Sterkere samarbeid med destinasjonsselskaper					X		
Lokalt: Utvikle flere tilrettelagte produkter				X	X		
Samarbeid mellom bransjeorganisasjoner: Bedre rammebetingelsene					X		
Nasjonalt: Kontaktutvalget for landbruk/reiseliv videreføres					X		
Markedstiltak i regi av Innovasjon Norge bør utformes og gjennomføres i nært samarbeid med landbrukets næringsorganisasjoner						T	
Samarbeidsløsninger i utmark for å utløse helhetlige reiselivsprodukter							X
<b>MARKEDSFØRING – SALG- DISTRIBUSJON</b>							<sup>1</sup>
Utvide "markedsføringssamarbeidet Bygdeturisme": Merkevarerbygging, distribusjon, markeds-kunnskap for utmarksbasert turisme			X				
System for bedriftsstatistikk			X				
Utarbeide felles informasjons- og brosjyremateriell om innlandsfisk og innlandsfiskeprodukter	X						
Utrede muligheten for distribusjonsselskap		X					
Stimulere salgskanaler med ambisjoner om å tilby større produktporteføljer innen samme tema					X		
Økt markedsføring					X		
Økt næringsengasjement					X		
Videreutvikle etablerte kanaler for markedsføring og distribusjon						Felles	X
Næringen må selv ta ansvar for å utvikle opplegg for markedsføring, distribusjon og salg						Y	

<sup>1</sup>Nasjonal og internasjonal profilering og markedsføring av bygdebaserte reiselivsbedrifter inngår som en fast del av programmet.



	1997	2002	2003a	2003b <sup>1</sup>	2004	2006	2007
<b>RESSURSGRUNLAGET</b>							
Bedre kvalitet på råstoff og videreforedlet vare						Y	
<b>PRODUKTUTVIKLING</b>							
Utarbeidelse av årlig fangsstatistikk	X						
Bedriftsrådgivning og tilrettelegging					X		
Stimulere til utvikling av pakketilbud					X		
Bedre guidetilbud					X		
Kvalitetssikringsordninger	X	X	X		X		X
Kvalitetsmerkeordninger	X						
Merkevarebygging – vassdrag					X		
Høyere pris					X		
Videreutvikle effektive fangstredskaper	X			X		Y	
Høyere foredlingsgrad				X			
Satse på fiskearter med stort kvantumspotensial og høy verdiskaping ved videreforedling							
Merkevarebygging og utvikling av regionale spesialiteter				X			
"Kulturhistorisk fiske" - reiselivsprodukt				X			
Utvikle reiselivsprodukter knyttet til yrkesfiske						Y	
Nasjonalt pilotprosjekt - pakketilbud						T	
Videreutvikling av tematiske satsinger							X
<b>LOKALT EIERSKAP I VERDIKJEDEN</b>							
Stimulere grunneierne til eierskap også i andre deler av verdikjeden enn produksjon					X		
<b>KOMPETANSEUTVIKLING</b>							
Kurs om effektive yrkesfiskeredskaper	X						
Kartlegging av kompetansebehov; utvikle kurs/materiell					X		
Kompetanseheving gründere					X		
Utvikle bedre statistikkgrunnlag; evaluere måloppnåelse					X		
Styrke utdanningstilbudet i eks. utdanningsinstitusjoner			X				
Håndbøker for produktutvikling			X				
Besøksordninger/fadderordninger				X			
Oppstartveileder				X			
Foredling				X			
Produktutvikling				X			
Ordning med "fyrtårnsbedrifter" som kan brukes som inspiratorer og rådgivere for næringsaktører			X				
Nettbasert portal m. veiledning for næringsaktører		X	X				
Fagsamlinger/seminarer	X						
Videreutvikle det lokale og regionale veiledningsapparatet i Skogeierforbundet og Bondelaget			X				
Forretningsutvikling /økonomistyring	X						X
Distribusjon, markedsføring, salg	X						X
Internasjonalisering							X
Kunnskap om lokal kultur og natur							X
Kunnskap om Merkevaren Norge							X
Kurs i fisketurisme i innlandsvassdrag						T	
Bedre utdanningstilbud for fiskeguider						T	

Vedleggstabell 2 forts. Tiltak foreslått i planer og strategier for innlandsfiskesektoren

	1997	2002	2003a	2003b <sup>1</sup>	2004	2006	2007
<b>FOU</b>							
Kartlegging av forskningsbehov; forskningsstrategi					X		
Markedsundersøkelser		X		X			X
Analyser og undersøkelser om utviklingen i næringen, internasjonal kompetanse etc.							X
Forbedre det statistiske beregningsgrunnlaget, biologisk produksjon						Felles	
Utvikling av optimale høstingsmodeller						Felles	
Utvikle regionale kompetansemiljøer				X			
Mer biologisk kunnskap om optimal utnyttelse av fiskeressursene				X			
Analyser miljøgifter og gjødsel				X		Felles	
Evalueringsprosjekt						Felles	
Nordnorsk Kompetansesenter Holt bør ha et hovedansvar for koordinering av FOU-aktivitetene				X			
Lønnsomhet/lønnsomhetsforbedrende tiltak						Y	
Matkvalitet og -trygghet						Y	
Utnytting av småfisk som mat						Y	
Oppfølging av nye og igangværende FOU-prosjekt						T	
<b>FINANSIERINGSORDNINGER</b>							
Verdiskapingsprogram for utmark		X					
Utmarksprodukter inkluderes i SND-satsingen "Jeg fant, jeg fant"			X				
SND regionalt bør støtte salgskanaler oppretta av næringa sjøl			X				
Utviklingsprogram - ferskvannsfisk som næring				X			
Forvaltnings- og næringsutviklingsfond for større verneområder			X				
Årlig støtte til NIL fra LMD						Y	
Øremerking av 1.5 mill. kr. årlig av sentrale BU-midler til gjennomføring av tiltak i handlingsplanen						Felles	
VSP Mat: Gi støtte til utvikling av regionale spesialiteter						Y	
Det bør kunne gis offentlig støtte til å utvikle markedskonsepter som inngår i regionale utviklingsstrategier for landbruksnæringen							
Landbruksbaserte salgs- og distribusjonskanaler innen fisketurisme i innlandet skal innenfor reglene i EØS-regelverket kunne få midler til markedstiltak						T	
Offentlig støtte til regionale prosjekter						T	
<b>MOTIVASJON/MOBILISERING</b>							
Studieringer i regi av næringsorganisasjonene		X					
Opinionspåvirkning		X					
Rekrutteringstiltak		X					

	1997	2002	2003a	2003b <sup>1</sup>	2004	2006	2007
<b>OFFENTLIGE RAMMEBETINGELSER</b>							
Enklere å drive næringsutvikling i verneområder					X	T	
Lokal forvaltning av verneområder					X		
Bygging innefor 100 m grensen					X		
Økt tilgjengelighet for næringsutøvelse i vassdrag				X			
Videreføring av arbeidet med driftsplaner for vassdrag				X			
Reviderte forskrifter /lovverk som i større grad hensyntar verdiskaping			X			Felles	
Bedre samordning mellom landbruk, miljø og reiseliv			X				
Klargjøring av eiendomsforhold til vann/ vassdrag						Felles	
Endre innlandsfiskeloven (fisketider, lokale forskifter)						Y	
Jordskifteretten: Utreie rettslige forhold						Y	
Mattilsynet: Tilpasset og klart regelverk, avklare ansvarsforhold, kvalitetskrav, veileder						Y	
Plan- og bygningsloven: Landbruksbegrepet defineres slik at fisketurisme kan innlemmes						T	
Lov om dyrevern: Regler for "fang og slipp"						T	
Veitrafikkloven: Skilting fra hovedveier							
Statskog bør bidra med å legge til rette for næringsfiske på egne grunn						Y	
<b>ANNET</b>							
Pilotprosjekter for å belyse utfordringer og muligheter						Felles	





# NINA Rapport 553

ISSN:1504-3312

ISBN: 978-82-426-2129-0



## Norsk institutt for naturforskning

NINA hovedkontor

Postadresse: 7485 Trondheim

Besøks/leveringsadresse: Tungasletta 2, 7047 Trondheim

Telefon: 73 80 14 00

Telefaks: 73 80 14 01

Organisasjonsnummer: NO 950 037 687 MVA

[www.nina.no](http://www.nina.no)