



Det här verket har digitaliserats vid Göteborgs universitetsbibliotek och är fritt att använda. Alla tryckta texter är OCR-tolkade till maskinläsbar text. Det betyder att du kan söka och kopiera texten från dokumentet. Vissa äldre dokument med dåligt tryck kan vara svåra att OCR-tolka korrekt vilket medför att den OCR-tolkade texten kan innehålla fel och därför bör man visuellt jämföra med verkets bilder för att avgöra vad som är riktigt.

This work has been digitized at Gothenburg University Library and is free to use. All printed texts have been OCR-processed and converted to machine readable text. This means that you can search and copy text from the document. Some early printed books are hard to OCR-process correctly and the text may contain errors, so one should always visually compare it with the images to determine what is correct.



FISKERIVERKET INFORMATION 1999:5

FISKETURISM – en naturlig näring!

*Förutsättningar och
möjligheter för
utveckling av svensk
fisketurism*

FISKERIVERKET och
TURISTDELEGATIONEN



FISKERIVERKET

Ansvarig utgivare: Generaldirektör Karl Olov Öster
Redaktion: Avdelningen för kust- och sötvattensresurser, Ingemar Olsson
Avd. dir. Bo Bengtsson
Projektled. Dennis Bederoff, Turistdelegationen
Konsult Curt Wendt
Informationschef, Lars Swahn
Informationsassistent Monica Bergman

FISKERIVERKET producerar två serier;
Fiskeriverket Information (ISSN 1402-8719)
Fiskeriverket Rapport (ISSN 1104-5906).
Dessa ersätter tidigare serier;
Kustrapport (ISSN 1102-5670)
Information från Havsfiskelaboratoriet Lysekil (ISSN 1100-4517)
Information från Sötvattenslaboratoriet Drottningholm (ISSN 0346-7007)
Rapport/Reports från Fiskeriverket (ISSN 1104-5906).

För beställning kontakta:
Fiskeriverket, telefon 031-743 03 00
Fiskeriverket, Sötvattenslaboratoriet, telefon 08-620 04 00

Artiklar publicerade under 1999, se insidan på pärmens baksida

Tryckt på Storafine miljövänligt papper i 2 000 ex, juni 1999
2:a upplagan, 1 000 ex, november 2002
Göteborgs Länstryckeri AB, Miljöcertifierat enligt ISO-14001-145140

ISSN 1402-8719

FISKERIVERKET INFORMATION 1999:5

FISKETURISM - en naturlig näring!

*Förutsättningar
och möjligheter för
utveckling av
svensk fisketurism*

FISKERIVERKET och
TURISTDELEGATIONEN



FISKETURISM - en naturlig näring!

Förutsättningar och möjligheter för utveckling av svensk fisketurism

Fiskeriverket och Turistdelegationen

Förord

Sveriges höga naturvärden med vildmark och stora vattentillgångar i kombination med gles bebyggelse och en väl utbyggd infrastruktur skapar förutsättningar för en fisketuristisk utveckling av högst betydande omfattning. Denna rapport behandlar fisketurism i Sverige och har sin grund i den nationella konferens om fisketurism som hölls i Göteborg den 9 oktober 1996 i samarbete mellan Fiskeriverket och Turistdelegationen. Rapporten innehåller förslag på ändringar eller ändrade tillämpningar av gällande lagstiftning, men också råd, tips och marknadsinformation om svenska och utländska marknader för blivande eller befintliga entreprenörer.

Turism är en av världens största näringar och ger idag arbete åt ca en tiondel av jordens befolkning. Varje år görs drygt 600 miljoner utlandsresor till olika platser på vårt klot. Turism blir allt viktigare i ett näringsperspektiv, dvs för att skapa sysselsättning, ökad lönsamhet för företag och större skatteintäkter för samhället.

Att bidra till bättre förutsättningar för aktivt företagande och entreprenörskap spelar här en nyckelroll. Resursen fisk har goda förutsättningar att utgöra en bra plattform för ett växande fisketuristiskt företagande i Sverige, framför allt i glesbygd och skärgårdar. Det ligger väl inom möjligheternas ram att Sverige kan utvecklas till en av Europas ledande sportfiskedestinationer.

Det finns idag många människor i Sverige och i andra länder som är beredda att sätta av både tid och pengar för att resa någonstans för att fiska. På de sju europeiska marknader som TuristRådets utlandskontor studerat på arbetsgruppens uppdrag finns 13 miljoner fritidsfiskare som tillsammans gör 800 000 fiskeresor till utlandet varje år. I Sverige finns över två miljoner människor som fiskar på fritiden.

Detta arbete lyfter fram sex viktiga områden för utveckling; turistiskt företagande, behov av långsiktigt hållbart resursutnyttjande, planeringsarbete, attitydfrågor, marknadsföring och kompetensutveckling.

Utvecklingen av fisketurism i Sverige kräver fortsatta resurser, insatser och engagemang från många olika aktörer, såväl bland myndigheter, organisationer som företag. För det fortsatta arbetet skall en referensgrupp för fisketuristiska frågor etableras under ledning av Turistdelegationen. Gruppen skall bestå av representanter för Fiskeriverket, TuristRådet och Turistdelegationen och företrädare för aktörer med nära koppling till fisketurism.

Det är vår förhoppning att rapporten skall tjäna som ett bra diskussionsunderlag för såväl offentliga som privata aktörer intresserade av fisketuristisk utveckling och att vi tillsammans kan lyfta Sverige till en tätplats bland Europas sportfiskedestinationer.

Karl Olov Öster
Generaldirektör
Fiskeriverket

Göte Ekström
Direktör
Turistdelegationen

Innehåll

Sammanfattning, slutsatser och förslag	5
1. Bakgrund	9
1.1. Arbetsgruppens medlemmar...	9
1.2. ...och deras organisationer	9
2. Definitioner och avgränsningar	11
3. Fisketurismens förutsättningar	13
3.1. Traditionen	13
3.2. Fiskerättsliga frågor	13
4. Planering för hållbar turism	16
4.1. Den kommunala översiktsplaneringen	16
4.2. Fiskeplanering	17
5. Den biologiska resursen	18
5.1 Biologisk mångfald	18
5.2. Fiskevård och fisketillsyn	18
6. Marknad och marknadsinformation	21
6.1. Den svenska marknaden	21
6.2. Utländska marknader	24
6.3 Finland	26
6.4 Danmark	28
6.5 Nederländerna	31
6.6 Tyskland	33
6.7 Storbritannien	35
6.8 Frankrike	38
6.9 Italien	40
6.10 Andra utlandsmarknader	41
7. Produktutveckling och entreprenörskap	42
7.1 Starkare turistföretag	42
7.2 Mer intäkter till bygden	42
7.3 Turism i ett näringsperspektiv är förflyttad konsumtion	43
7.4 Anläggningar ökar tillgängligheten	44
7.5 Checklista för fisketurismentreprenörer	44
8. Fisketurismens samhällsvärde	48
8.1. Det nationalekonomiska perspektivet	48
8.2. Samhällsekonomiska förutsättningar för fisketurism	49
8.3 Några exempel	50
9. Utbildning och forskning	54
9.1 Utbildningsbehov	54
Bilaga 1. Planering för fisketurism. Bilaga 2. Resursen fisk - bedömningar, nyttjandet och vården av fiskeresursen. Bilaga 3. Utbildning. Bilaga 4. Litteratur	56

Sammanfattning, slutsatser och förslag

Det turistiska företaget

Från en turistisk utgångspunkt utgör fisketurism en god möjlighet till företagande och entreprenörskap i glesbygd, såväl i inlandet som i skärgårdarna. Entreprenören har och måste alltid ha en nyckelroll i den fortsatta utvecklingen. **Myndigheter och organisationer bör vara lyhörda för krav och önskemål från entreprenörer och vara beredda att bidra till rimliga, långsiktiga förutsättningar för entreprenörskapet. Det är också viktigt att intresserade entreprenörer nyttjar de möjligheter som redan finns. Åland och Irland är goda exempel på vad som går att göra, om man bara vill.**

Inriktningen på det turistiska företaget löper som en röd tråd genom hela rapporten. **Det finns inga möjligheter att utveckla turism som näring utan ett tydligt fokus på företagandet.** Det är företagen som får intäkter, anställer personal och betalar skatt. Det är också turistföretaget som vis á vis sina kunder står som garant för kvaliteten i den turistiska produkten.

Långsiktigt hållbar utveckling

En annan viktig förutsättning för att Sverige skall lyckas i ambitionen att utveckla svensk fisketurism kommer att vara möjligheten – och inte minst viljan – att bevara, utveckla och vårda det unika och det speciella i den svenska fiskemiljön. Detta måste vara grundläggande uppgifter för alla som arbetar med fisketurism. Undersökningar både i Sverige och i utlandet visar att den moderna fisketuristen kommer att premiera ett fiske på **naturliga fiskbestånd i en naturlig miljö. Möjligheten att nyttja resursen fisk för att utveckla en ny typ av företagande bör uppmärksammas – i lagstiftningen, i FoU-sammanhang, och naturligt ingå i berörda myndigheters ansvarsområden.**

För den biologiska resursmyndigheten – Fiskeriverket – är ansvaret för fiskeresursens

och fiskbeståndens tillstånd och långsiktiga nyttjande en huvuduppgift. Begrepp som t ex hållbar turism, biologisk mångfald och ekoturism används allt oftare i pågående diskussioner. Åtgärder inom fiskevården, som trädaläggning, kvotering av fångster (baglimit), differentiering mellan redskap, ”catch and release” jämte andra exempel, har alla som mål att skydda resursen och långsiktigt vara till gagn för de fiskande. **Dimensionering och inriktning av fiskevården blir därför en strategisk fråga för den framtida utvecklingen. Samma sak gäller för dimensionering av uttaget. Anläggningar för fisketurism måste utformas så att de inte stör eller påverkar den omgivande miljön.**

Om planering och samverkan

Kommunerna har genom sitt planmonopol (den kommunala översiktsplaneringen, KÖP) stora möjligheter att påverka hur mark och vatten skall användas. Där görs avvägningar mellan olika allmänna intressen. **Framsyna och väl genomförda planeringsinsatser, t ex enligt Jämtlandsmodellen (Bilaga 1), är nödvändiga för varje fisketuristisk satsning.**

Fisketurism är en aktivitet som kräver omfattande samverkan mellan många aktörer, såväl offentliga som privata. Här finns vattenägare, lokala fritidsfiskare, yrkesfiskare, husbehovsfiskare, sportfiskare, kringboende, fiskevårdsområdesföreningar, kommuner, länsstyrelser, turistorganisationer på olika nivåer, centrala myndigheter som Fiskeriverket, Vägverket, Boverket, Naturvårdsverket, Glesbygdsverket och Turistdelegationen, kommersiella aktörer som flygbolag, bussbolag, researrangörer, rederier och fiskeentreprenörer, intresseorganisationer som Fiskevattenägarna, Sportfiskarna, Hushållningssällskapen och sist men inte minst turisten själv med sina preferenser och ambitioner.

Viktiga frågeställningar för utveckling av fisketurism rör allt från biologi, miljövård, juridik, fiskevård, företags- och nationalekonomi, planering, marknadsföring, distribution, till försäljning och prissättning. Perspektivet blir med nödvändighet alltid tvärvetenskapligt.

Attityder

Attityder och preferenser är del av de grundläggande system vi använder för att sortera information. För fisketurismens del finns här viktiga frågeställningar på såväl kundsidan som på producentsidan och också i producentens omgivning, dvs i lokalsamhället.

Kunskap om kunder och kunders preferenser kommer att vara utslagsgivande för vilka som blir morgondagens vinnare på den framtida turistiska världsarenan. I Turistdelegationens handlingsprogram är "Kundorienterad produktutveckling och marknadsföring" en av huvudstrategierna.

För utvecklingen i området där fisket sker är lokalbefolkningens uppfattningar viktiga att ta hänsyn till. Fisketurism måste tillföra något till lokalsamhällets ekonomi för att kunna uppfattas positivt av de närmast berörda. Sker inte detta hämmas och försvåras utvecklingen. Den lokala förankringen är idag särskilt viktig i områden med fritt handelskapsfiske. Fisketuristiska satsningar kan inte hanteras över huvudet på lokalbefolkningen, utan måste lösas i samverkan på ett sådant sätt att delaktighet och ett positivt utvecklingsklimat skapas.

Marknadsföring och marknadsutveckling

Den svenska marknaden står för en mycket stor del av den nuvarande fisketurismen i Sverige. En stor del av fiskeresandet sker i befintliga nätverk. Man använder sällan researrangörer och fisket sker ofta på platser där man tidigare fiskat. ***På den svenska marknaden är det därför en viktig uppgift att intressera fler för fiske*** genom oli-

ka stimulerande arrangemang som t ex fiskefestivaler, Fiskets Dag eller liknande aktiviteter.

Arbetsgruppens undersökning på sju viktiga marknader i Europa visar att där finns drygt 60 researrangörer specialiserade på fiskeresor. Dessa arrangörer vänder sig till en kunnig och intresserad målgrupp som i sin tur har stor påverkan på andra grupper av fisketurister (imagebyggande). Svenska fiskedestinationer är dock endast i mycket begränsad utsträckning närvarande i deras kataloger. En viktig målsättning för svensk fisketurism bör därför vara ***att få fram fler produkter som är tillräckligt bra för att komma med bland de produkter som säljs av utländska arrangörer.***

Utveckling av kompetens

Ökade insatser behövs på alla nivåer avseende utbildning för entreprenörer, planerare, utvecklare och också inom forsknings- och utvecklingsområdet. Utveckling krävs av befintliga turismutbildningar vid högskola och också av kvalificerade yrkesutbildningar (KY-utbildningar) på gymnasienivå.

Att bidra till utveckling av företagande och entreprenörskap handlar mer om inspiration än om regler. Det går t ex inte att föreskriva "minimimått på fisketurismentreprenörer", ens om man skulle vilja! Därför handlar mycket av det som föreslås i rapporten snarare om önskvärda färdriktningar än om konkreta förslag. Inom vissa områden anser arbetsgruppen dock att det idag finns direkta praktiska hinder för en fortsatt fisketuristisk utveckling och lämnar därför nedanstående förslag som syftar till att skapa ett mer positivt utvecklingsklimat för fisketuristiska satsningar.

Förslag

Arbetsgruppen har under arbetet med rapporten inhämtat synpunkter från ett stort antal myndigheter, organisationer och per-

soner och också anordnat fyra regionala seminarier i Falun, Skellefteå, Linköping och Göteborg. Rapporten har också under våren 1999 remitterats till mer än hundra instanser inom förvaltning, utbildning, intresseorganisationer och företag med anknytning till fisketurism.

Remissinstanserna har genomgående haft en mycket positiv inställning till utveckling av fisketurism till en bärkraftig näring. Man välkomnar initiativet att ta fram en rapport av detta slag och lämnar också förslag till åtgärder som skulle främja en fisketuristisk utveckling.

Efter genomgång av inkomna remissvar och synpunkter som lämnats vid seminarier eller i andra sammanhang lämnar arbetsgruppen härmed förslag till åtgärder inom följande områden.

1. Regelverket
2. Fiskevård inklusive tillsyn och forskning rörande den biologiska resursen
3. Utbildning och information

1. Regelverket

Arbetsgruppen bedömer att det nuvarande regelverket på vissa punkter verkar direkt hämmande på en fisketuristisk utveckling. Det är i första hand fråga om möjligheterna för entreprenörer att få rådighet över den resurs som utgör själva grunden för verksamheten, dvs fisket, på vissa kustavsnitt, i de stora sjöarna och i fjällområdet.

Arbetsgruppen föreslår därför att nuvarande regelverk ändras på ett sådant sätt att det underlättar utveckling av fisketuristisk verksamhet. Speciellt i skärgård och annan glesbygd skulle en sådan utveckling vara till stort gagn för företagande och sysselsättning. Detta förslag har också ett mycket starkt stöd hos remissinstanserna.

Det bör bli möjligt att bilda fiskevårdsområden/fiskeskötselområden på geografiskt be-

gränsade områden där det idag råder fritt handredskapsfiske, med upphävande av gällande bestämmelser om fritt handredskapsfiske, under förutsättning att fisketuristiska utvecklingsplaner för området ifråga har tagits fram och godkänts av samma instans (länstyrelsen) som beslutar om bildandet av fiskevårdsområdet. De sålunda bildade områdena skall ta ansvar för fiskevård i området och intäkter från försäljning av fiskekort användas för finansiering av denna fiskevård. Vid etablering av sådana områden skall särskild hänsyn tas till närboendes fiske, så att konflikter med lokalbefolkningen undviks.

Strandskyddsbestämmelserna bör kunna medge etablering av fisketuristisk verksamhet i vattennära attraktiva områden, t ex för anläggande av fiskecamper, bryggor eller ramper **i avsikt att öka tillgängligheten till fiske och natur.** Detta är inte minst viktigt för fiskande med funktionshinder eller för andra med begränsad rörlighet.

Den befintliga lagstiftningen anvisar möjlighet till dispens från strandskyddet om särskilda skäl föreligger. Arbetsgruppen anser att särskilda skäl föreligger när det gäller etablering av bryggor, ramper och andra anläggningar för fisketurism och menar att fisketuristiska etableringar skall behandlas i enlighet med de undantag som redovisas i prop 1997/98:45, sid 322, för bl a fiske. Arbetsgruppen föreslår att Regeringen uppdrar åt ansvarig myndighet att utarbeta praktiska riktlinjer för tillämpning av gällande bestämmelser om strandskydd i syfte att förbättra möjligheterna för fisketuristisk verksamhet.

2. Fiskevård inklusive tillsyn och forskning

Satsningar bör göras på att öka kunskapen, främst genom samlade tvärvetenskapliga forsknings- och utvecklingsprogram, i nationalekonomiska och företagsekonomiska studier av fisketurismens värde, studier om produktion och uttag av fisk (Bilaga 2) för att

långsiktigt säkerställa en god tillgång på resursen fisk och också rörande fisketuristisk produktutveckling och marknadskunskap.

Det statliga fiskevårdsanslaget bör förstärkas och få användas till insatser som främjar utvecklingen av fisketurism.

Frågan om allmän fiskevårdsavgift eller alternativ till en sådan bör tas upp till förnyad prövning.

3. Utbildning och information

För att fisketurismen skall kunna utvecklas till en bärkraftig näring krävs att utbildning på gymnasie- och universitetsnivå kan erbjudas inom för näringen relevanta ämnesområden.

Utbildningar med tydlig inriktning mot fisketuristiskt **företagande** bör premieras.

Det bör uppdras åt berörda branschorganisationer att efter samråd med Fiskeriverket och Turistdelegationen m fl, att lämna förslag på hur sådana utbildningsaktiviteter bör organiseras, finansieras och genomföras. En genomgång av befintliga utbildningar presenteras i Bilaga 3.

Arbetsgruppen förslår vidare att **informationsinsatser** rörande fiskerättsliga frågor i relation till de allemansrättsliga frågorna, särskilt riktade mot den inkommande turismen till Sverige, genomförs av ansvariga myndigheter.

Referensgruppen för fisketurism bör ta fram en **populärversion av rapporten** för att på ett lättfattligt sätt sprida information om huvuddragen i den fisketuristiska utveckling som här presenteras i dokumentet.

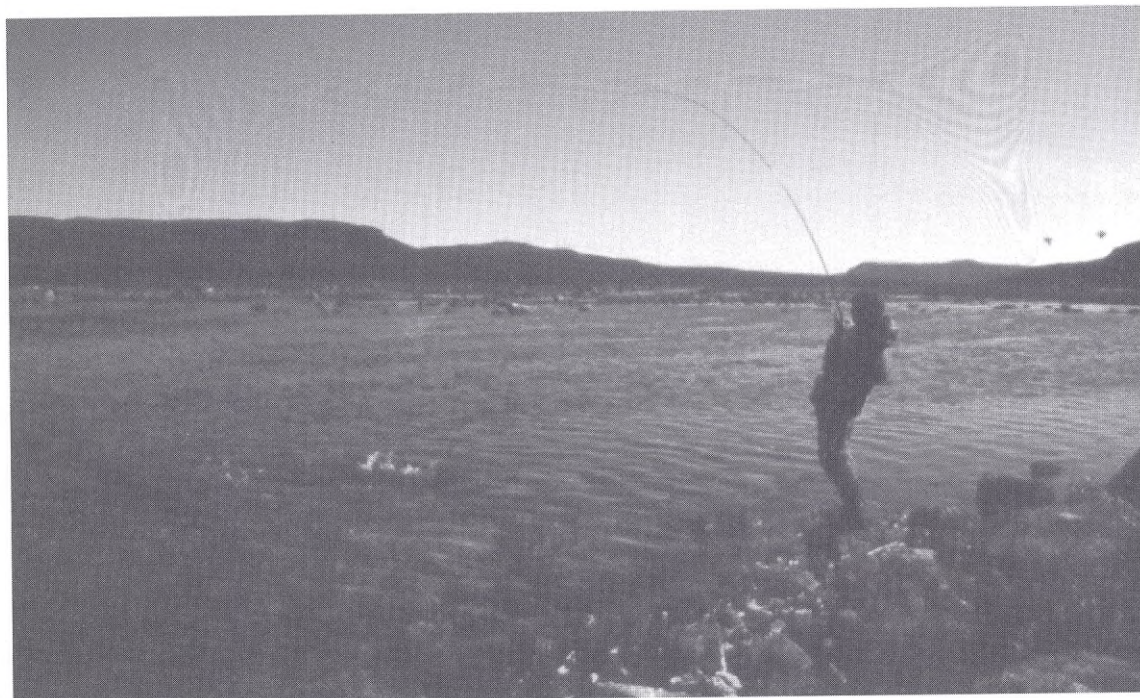


Foto: Martin Engström

1. Bakgrund

Fiskeriverket och Turistdelegationen arrangerade i oktober 1996 i Göteborg en konferens på temat "Fisketurism – en naturlig näring!". Syftet med konferensen var att lägga grunden för ett nytt sätt att se på svensk fisketurism – att betrakta den som en reell näring och integrera den med övrig turistnäring som en del i en långsiktigt hållbar naturturism.

Vid konferensen slog jordbruksminister Annika Åhnberg bl a fast "....Det är dags att vi gör en offensiv för landsbygden – att vi verkligen tillvaratar alla möjligheter till arbetstillfällen och sysselsättning. I det perspektivet är naturligtvis utvecklingen av fritidsfiske och fisketurism av mycket stor betydelse och här finns givetvis ett statligt ansvar att med hjälp av struktur- och näringspolitik stötta den utvecklingen, t ex inom ramen för de olika EU-program som finns på området."

Läs mera i Fiskeriverkets dokumentationen från "Konferens om fisketurism..."

Efter konferensen i oktober 1996 tillsatte Fiskeriverket en arbetsgrupp med uppdrag att utarbeta förslag för utveckling av svensk fisketurism.

1.1. Arbetsgruppens medlemmar...

Curt Wendt, konsult och gruppens ordförande; med mångårig erfarenhet av sportfiske och fisketurism.

Bo Bengtsson, Fiskeriverket, biolog och gruppens sekreterare, med lång erfarenhet av fiskevårds- och sportfiskefrågor.

Dennis Bederoff, Turistdelegationen, med särskilt ansvar för marknadsfrågor.

Mats Jonsson, TuristRådet, med ansvar för marknadsföring och information.

Sven-Ola Öhlund, fiskerikonsulent, Länsstyrelsen i Jämtlands län, med ansvar för länsstyrelsens roll i utvecklingen av svensk fisketurism och med lång yrkeserfarenhet

från den centrala och regionala fiskeriadministrationen.

Björn Tengelin, Sveriges Fiskevattenägareförbund, rådgivare vid Hushållningssällskapet i Östergötland rörande ägandefrågor, yrkesfiske och fritidsfiske.

Tomas Söderberg, generalsekreterare, Sveriges Sportfiske- och Fiskevårdsförbund, representerande konsumentintresset.

Arbetsgruppens ambition är särskilt att utveckla fisketurismen i riktning mot tydliga kommersiella mål, att skapa förutsättningar för ett starkare entreprenörskap, att förändra det gängse synsättet på fritidsfiske och sportfiske från aktiviteter enbart för nöje och rekreation till kommersiella verksamheter som långsiktigt skapar förutsättningar för en ökning av sysselsättning, lönsamhet och skatteintäkter.

Som en viktig del i framtagande av denna rapport har en jämförande analys av viktiga utlandsmarknader genomförts. I detta arbete har TuristRådets utlandskontor i Finland, Danmark, Tyskland, Storbritannien, Nederländerna, Frankrike och Italien medverkat.

Rapporten har redigerats av Curt Wendt, arbetsgruppens ordförande, Bo Bengtsson, Fiskeriverket och Dennis Bederoff, Turistdelegationen. Lars Hultkrantz, Högskolan i Borlänge har bidragit med kapitel 8 och Curt Johansson, Fiskeriverket med kapitel 9.

1.2. ...och deras organisationer

Fiskeriverket

Fiskeriverket har som övergripande mål att verka för en ansvarsfull hushållning med fiskeresurserna så att de ger god långsiktig avkastning samtidigt som den biologiska mångfalden bevaras, konkurrenskraftiga företag inom fiskerinäringen utvecklas och tillgång på fiske av god kvalitet till fördel för konsumentintresset främjas.

Fiskeriverkets instruktion föreskriver bl a: "Fiskeriverket skall verka för en ansvars-

full hushållning med fisktillgångarna på ett sätt som långsiktigt medverkar till livsmedelsförsörjningen och vårt välbefinnande i övrigt. Verket skall med sitt sektorsansvar för miljön och i samråd med naturvårdsmyndigheterna

- verka för en biologisk mångfald och därmed för ett rikt och varierat fiskbestånd
- medverka till att öka fiskemöjligheterna för allmänheten,
- främja och bedriva utvecklingsverksamhet på fiskets område”.

Turistdelegationen

Turistdelegationen är en statlig myndighet för turism och sorterar under Näringsdepartementet. Myndigheten påbörjade sin verksamhet 1995 och har i dag sex anställda. Turistdelegationen är ansvarig för att utarbeta policies och strategier för svensk turism och presenterade 1996 ett handlingsprogram för utveckling av turismen i Sverige.

Speciella ansvarsområden är kompetensutveckling, forskning, miljöfrågor och statistik, fakta och analys. Turistdelegationen ansvarar också för utveckling av samverkan mellan myndigheter, organisationer och företag på turismens område.

Länsstyrelsen

Länsstyrelsernas övergripande mål är att länen skall utvecklas på ett sådant sätt att de av regering och riksdag fastlagda nationella målen får genomslag samtidigt som hänsyn tas till varierande regionala förhållanden och förutsättningar.

Bland verksamhetsmålen kan nämnas:

- prioritering av insatser som bidrar till en ökad tillväxt och sysselsättning i länet
- fiskevård och en ansvarsfull hushållning med fiskeresursen
- utveckling av konkurrenskraftiga företag inom fiskerinäringen

Länsstyrelserna har förutom expertfunktion på fiskeområdet särskild kompetens på

en rad områden som berör turistiska utvecklingsfrågor. Exempel på sådana områden är ekonomisk rådgivning och ekonomiskt stöd, kommunikationer, planfrågor och juridik.

Sveriges Rese- och Turistråd AB (TuristRådet)

TuristRådet ägs och finansieras till lika delar av staten och den svenska turistnäringen. TuristRådet har utlandskontor i Norge, Danmark, Finland, Tyskland, Storbritannien, Italien, Frankrike, USA och Japan. Kontorens verksamhet är inriktad mot konsumenter, säljled och massmedia.

TuristRådet är en samlande och drivande kraft i marknadsföringen av Sverige som resmål. Uppgiften är att aktivt bidra till att öka Sveriges attraktionskraft som turistland. Målet är ökade intäkter till näring och offentlig sektor samt nya jobb över hela Sverige.

Sveriges Fiskevattenägareförbund

Sveriges Fiskevattenägareförbund är en sammanslutning av fiskerättsägare i Sverige. Förbundet består av läns- och provinsförbund. Dessa består i sin tur av enskilda fiskerättsägare, fiskevårdsområden, kommuner och bolag och representerar totalt ca 110 000 fiskerättsägare. Fiskevattenägareförbundet ger råd, hjälp och information till medlemmarna. Förbundet ger ut tidskriften Fiskevård och ordnar seminarier och kurser.

Sveriges Sportfiske- och Fiskevårdsförbund

Sportfiskeförbundet är en folkrörelse som företräder sportfiskeklubbar, föreningar och enskilda i sportfiske- och fiskevårdsfrågor. I dag finns ca 40 000 medlemmar. Organisationen är en ”konsumentföreträdare” som verkar för tillgängligt bra sportfiske och en miljövårdsorganisation som främjar fiskevård genom utbildning och opinionsbildning. Sportfiskeförbundet har ett mycket aktivt föreningsliv i sportfiskeklubbar. Konsulenter arbetar med rådgivning och opinionsbildning. Sportfiskeförbundet är experter på sportfisket som företeelse och har omfattande kontaktytor med systemorganisationer i Norden och Europa.

2. Definitioner och avgränsningar

I den svenska fiskelagstiftningen används begreppet fritidsfiske. Fritidsfisket uppdelas i sportfiske och husbehovsfiske.

Sportfiske är ett fiske på fritid med handredskap utövat för sport och rekreation där fångsten inte är för avsalu.

Husbehovsfisket är också ett fiske på fritid, oftast med mängdfångande redskap. Inte heller i det här fallet är fångsten avsedd att försäljas. Gränsdragningen mellan dessa båda grupper kan i praktiken vara svår att göra.

Någon definition av benämningen ”fisketurism” finns inte i fiskelagstiftningen. I den här rapporten används därför följande definitioner, begrepp och avgränsningar.

Turism handlar om människors aktiviteter när de reser, i tjänsten eller på fritiden. **Fisketurism** är en del av turismen och utgör den del av fritidsfisket som sker utanför fiskarens vanliga omgivning, oavsett om detta sker med handredskap eller med andra redskap. Därav följer att fiske inom fiskarens normala omgivning icke är fisketurism. I rapporten kallar vi detta för närfiske eller lokalt fiske.

Närfisket kräver i stort sett bara en bra resurs i form av bra fiske.

Fisketurism däremot kräver – utöver en bra resurs – en stark produkt, en definierad marknad, etablerade säljkanaler, en effektiv transportlösning, en bra image, ett konkurrenskraftigt pris som leder till god lönsamhet, och en intresserad kund – för att fungera.

Det finns i Europa – liksom i Sverige – många människor som tycker om att fiska på fritiden. De allra flesta fritidsfiskare i Europa fiskar – liksom i Sverige – i sitt närområde eller i det egna landet. De fisketurister som fiskar utanför sin vanliga omgivning kan grovt delas in i två huvudkategorier, de som tar semester för att fiska - och de som fiskar på semestern. De förra benämner vi **specialister** och de senare **familjefiskare**. Utöver dessa två grupper finns fiskare som bestäm-



mer sig för att fiska när de anlänt till destinationen. Dessa fisketurister kallar vi **tillfällighetsfiskare**.

Anledningen till att dela upp fiskarena på detta vis är att dessa huvudkategorier visar helt olika beteende när de fiskar, när de väljer resmål, när de väljer resällskap, när



de väljer tidpunkt för resan och hur de informerar sig om och köper produkten. Alla kategorierna är intressanta, men de nås, bearbetas och behandlas på olika sätt.

Om vi karikerar bilden något söker specialisten ett utmanande, spännande och varierat fiske i sällskap av likasinnade vid tidpunkter då fisket är bäst och där andra aktiviteter förutom fisket är helt ovidkommande. Specialisten nås genom starkt tematiskt orienterade aktiviteter och säljkanaler.

För familjefiskaren handlar det om den normala sommarsemestern som går till en

plats där man förutom fiske också kan ägna sig åt andra aktiviteter som uppfyller övriga familjemedlemmars önskemål. Familjefiskaren bearbetas med destinationsmarknadsföring. Tillfällighetsfiskaren bearbetas på resmålet.

I verkligheten är naturligtvis inte gränserna mellan dessa grupper inte alldeles knivskarp, utan består snarare av en gråskala av olika kategorier med olika intresseinriktning. I många fall kan också familjefiskaren och specialisten vara samma person, fast vid olika tillfällen och i olika sällskap.

- *En turist är en person som reser till och vistas på platser utanför sin vanliga omgivning för kortare tid än ett år och som övernattar på platsen för besöket.*
- *Resan ska gå till en plats utanför resenärens vanliga omgivning. Detta exkluderar regelbundna pendlingsresor, t ex resor till och från hemmet för arbete eller studier.*
- *Den sammanhängande vistelsetiden på platsen för besöket ska vara högst ett år. Längre vistelsetid betraktas som bosättning.*
- *Huvudsyftet med resan ska vara annat än att utöva lönearbete som betalas av någon på platsen. Detta exkluderar arbetsmigration.*
- *Inhemsk turism innefattar de som har sin hemvist i ett givet land, bor och reser i det landet.*
- *Inkommande turism innefattar de som reser i ett land men bor i ett annat.*
- *Utgående turism inbegriper de som bor i ett land och reser i ett annat.*
- *Turism inom ett land är summan av inhemsk turism och inkommande turism.*
- *Nationell turism är summan av inhemsk turism och utgående turism.*
- *Internationell turism utgörs av inkommande turism och utgående turism.*

Källa: Turismens begreppsnyckel, Turistdelegationen

3. Fisketurismens förutsättningar

Fritidsfisket har av tradition haft stor betydelse för vårt lands innevånare. Tillsammans med jakten gav fisket ursprungligen en möjlighet att överleva. I avlägsna och glest befolkade delar har den traditionen levt vidare med olika styrka. I takt med utvecklingen tillkom efter hand de rent rekreativa momenten, bl a som en följd av landets industrialisering. Monotona och ansträngande arbetsuppgifter, samt efterhand ett ökat välstånd, medförde större krav på den rekreativa miljön och dess innehåll.

Fiskeriverkets enkätundersökning 1995 (Fiskeriverket och SCB; Sport- och husbehovsfiske 1995, en undersökning av svenska folkets fiskevanor) visade att fiskeintresset och utövandet låg kvar på en fortsatt hög nivå jämfört med en motsvarande studie 1990. Antalet personer som i någon mån var fiskeintresserade uppgick till 3,1 miljoner (52%), 0,4 miljoner var mycket intresserade. Det var en viktig fritidsaktivitet för 916 000 svenskar (16%). Intresset var större hos män (66%) än hos kvinnor (39%). Den största andelen intresserade återfanns i Norrlands inland (74%). Minst var intresset vid Sydskusten (42%). Samma skillnad i intresse med små variationer visade Fiskeriverkets studie 1990 (Fiskeriverket och SCB, Fiske 1990). Enligt undersökningen 1995 var det 68% av de fiskande som använde sportfiskeredskap, 4% husbehovsfiskade och 28% blandade metoderna.

De bägge undersökningarna 1990 och 1995 skiljer inte mellan sportfiske och husbehovsfiske, varför det är svårt att dra slutsatser rörande skillnaderna mellan de bägge grupperna.

Skillnaden i fiskeintresse mellan södra och norra Sverige illustrerar på ett utmärkt sätt hur stort Sverige är, 450 000 kvadratkilometer, ca 1 500 km från norr till söder, med ca 100 000 sjöar, med lång kustlinje omgivet av vidsträckta havsområden. Utsträckningen i längsled medför stora skillnader i förutsättningar för fiske; geografiskt, biologiskt, klimatologiskt, traditionsenligt, men

också fiskerättsligt till följd av skillnader i ägarstrukturen i olika delar av landet. Utifrån dessa naturliga förutsättningar, traditionen och fiskerätten har sportfisket och fisketurismen i olika delar av landet utvecklats olika. Därav följer att generella förslag till åtgärder och regler för fisket är svåra att både lämna och genomföra.

3.1. Traditionen

Fritidsfisket har under åren utvecklats i huvudsak utifrån ovan givna förutsättningar och det förhållandet att jakt och fiske en gång i tiden skapade förutsättningar för överlevnad. En fisketuristisk utveckling måste börja i ett lokalt engagemang inom en by eller i ett annat område, men också i den nya samhällsstruktur som bl a utvecklingen av fritidshusboendet bidragit till att skapa.

För den äldre generationen har fisket haft betydelse för kosthållet. För yngre generationer har andra moment blivit viktigare. Fisket med handredskap har ökat och handlar idag nästan uteslutande om ren rekreation.

Fiskevatten belägna i närheten av tätorter ger förutsättningar för en utveckling av ett lokalt rekreativt fiske, s k närfiske. Fiske i fiskevatten belägna utanför fiskarens vanliga omgivning ger upphov till s k fjärrfiske eller snarare fisketurism med den benämning vi använder i rapporten.

3.2. Fiskerättsliga frågor

3.2.1 Historik

Den lagstiftning och de synsätt som idag på olika sätt präglar reglerna för fisket i vårt lands fiskevatten härstammar från 1950-talet. Fisket var ett yrkes- och husbehovsfiske. Begreppen fritidsfiske och sportfiskare var då inte etablerade eller använda i lagstiftningssammanhang.

Därefter har dock samhällets utveckling på olika sätt präglat lagstiftarens arbete. Redan Fiskevattenutredningen 1939 uppskat-

tade antalet sportfiskare inom landet till minst 100 000 och senare ansåg Fiskerättskommittén att antalet låg snarare över än under 200 000. Räknade man dessutom med det stora antalet nöjesfiskare, blev siffran flera gånger högre. Kommittén ansåg att den starka tillväxten främst hängde samman med friluftslivets uppsving, motorismens genombrott till lands och sjöss och den ökade fritiden. Dessa uppskattningar låg sedan till grund för statsmakternas beslut vid 1950 års riksdag när det gällde att underlätta och främja fritidsfisket i vårt land. Senare undersökningar bekräftade denna utveckling. Fritidsutredningen visade att under 1962 fiskade 2,5 miljoner svenskar, varav 300 000 fiskade 20 gånger eller mer. Utredningen visade också att 600 000 personer i åldern 18-65 år hade fiske som en betydande fritidsaktivitet.

Utvecklingen fortsatte i samma riktning under flera år. Det socioekonomiska inslaget blev allt tydligare och rekreationstänkandet rörande sportfisket präglades av utländska impulser, främst från USA och Kanada.

1973 års fiskevattensutredning i "Svenska folkets fiskevanor" (DsJo 1977:3) visade att svenskarna hade ett fortsatt högt fiskeintresse. Cirka två miljoner svenskar fiskade på sin fritid varje år. Det höga fiskeintresset ligger kvar på samma höga nivå, vilket framgår av Fiskeriverkets undersökningar 1990 och 1995. Motivet för statsmakterna att gynna fritidsfiskets utveckling kom att förskjutas från ett socioekonomisk perspektiv till en fråga som handlade mer om sysselsättning och ekonomi. Den rekreativa målsättningen fick stryka på foten inför frågor om budgetunderskott och arbetslöshet.

Idag påverkar den allmänna miljödebatten utvecklingen mot ett mera resursanpassat samhälle. ***För fiskets del handlar detta i ökande utsträckning om ett naturligt fiske på naturliga bestånd i en naturlig miljö.***

3.2.2 Insjöar och strömvatten

Fiskerätten i alla insjövatten följer markägandet och är enskild, med undantag för de stora sjöarna Vänern, Vättern, Mälaren, Hjälmaren och Storsjön i Jämtland.

För samordning av den enskilda fiskerätten spelar fiskevårdsområdesföreningen (FVOF) en betydelsefull roll. Ett fiskevårdsområde kan inte betraktas som en anläggning i traditionell turistisk mening utan är en speciell organisation bildad för att besluta om åtgärder som t ex fiskevård och försäljning av fiskekort. Mera i undantagsfall uppträder fiskevårdsområdena som huvudmän för anläggningar för fisketurism. Den splittrade ägostrukturen och de låga fiskekortspriserna har inte alltid stimulerat till en ökad satsning på fisketurism.

Bland många fiskerättsägare och fiskevårdsområden finns ett bristande engagemang för att upplåta och utveckla fisket. Förklaringarna kan vara flera. I vissa fall anser man intäkterna vara så små att de inte kompenserar för intrånget, störningarna och besväret. I andra fall ackumuleras intäkterna i fiskevårdsområdet och delas inte ut till delägarna. Fiskevårdsområdena har i många fall stadgar som anger att behållningen skall användas till fiskevårdsinsatser och att utdelning ej får ske. Delägarna bedömer då ofta att besväret och kostnaderna för en ändring av stadgarna kan överstiga den förväntade behållningen och avstår därför från att agera.

Det kan också förekomma oenighet mellan stora och små andelsägare om var intäkterna gör störst nytta; hos ägaren eller i sjön. Den enkätundersökning rörande fiskevårdsområdenas verksamhet m m, som Fiskevattenägareförbundet genomfört med stöd från Fiskeriverket visar dock att inte mindre än 90% av de fiskevårdsområden som besvarat enkäten redan var engagerade i eller villiga att medverka i en fisketuristisk utveckling.

Vid all utveckling av fisketurism för fiskevatten belägna i inlandet måste fiskerättsfrågan stå i förgrunden. Bildandet av fiskevårdsområden har varit förutsättningen för att åstadkomma juridiskt hållbara beslut för en oftast mycket stor skara fiskerättsägare. Den äldre modellen med fiskevårdsföreningar visade sig inte hålla måttet. Bildandet av fiskevårdsområden betraktas som en viktig fiskevårdsåtgärd och statsbidrag utgår därför för att täcka en del av kostnaderna för bildandet.

Ett fisketuristiskt nyttjande av fisket ovan odlingsgränsen och på renbeteslandet ställer särskilda krav på upplåtelseformer, fiskevård och samverkan med intressenter, i första hand med samerna. Resursutnyttjandet inom dessa områden är en fråga av sådan komplexitet att den ligger utanför arbetsgruppens uppdrag. Frågan är också föremål för utredning på annat håll. Gruppen har därför inte närmare behandlat hur en fisketuristisk utveckling skulle kunna ske där och lämnar inte heller några särskilda förslag på hur en sådan utveckling kan komma till stånd i dessa områden.

3.2.3 Kust och hav

I havet, längs kusterna och i de stora insjöarna är fisket med handredskap fritt.

Av fiskevårdsskäl kan dock finnas begränsningar av generell eller regional karaktär. De kan innefatta regler om minimimått, fredningstider, fredningsområden, etc. Förekomsten av fritt handredskapsfiske har inte medfört att särskilt mycket hänt, vare sig i ett fisketuristiskt perspektiv eller avseende fiskevården inom de aktuella områdena. Bristen på utveckling skylls ofta på att ingen enskild idag känner ansvar för områden med fritt handredskapsfiske.

Samtidigt kan det noteras att det inom vissa kustområden och i de stora sjöarna pågår ett omfattande yrkesfiske som ibland konkurrerar med en fisketuristisk utveckling.

Det går inte heller att bortse från att fisketurismen bland innevånarna längs kusterna och kring de stora sjöarna ibland uppfattas som ett intrång i urgammal hävd och livsstil.

Berörda bygder och människor skulle kunna engagera sig i en fisketuristisk utveckling och genom sin kunskap erbjuda fisketurister fiskeservice och boende med hög kvalitet i en traditionell svensk hemmiljö. Tradition och livsstil skulle då bli en tillgång både för den boende och för fisketuristen. En sådan utveckling skulle på sikt gynna bygden, skapa arbetstillfällen och ge underlag för fortsatt bosättning i kustsamhällena.

För att underlätta en sådan utveckling är det viktigt att ha ingående kunskap om t ex yrkesfiskets framtida inriktning, planer och ambitioner, lika väl som om fisketurismens faktiska förutsättningar vad gäller marknad, resurser m m.

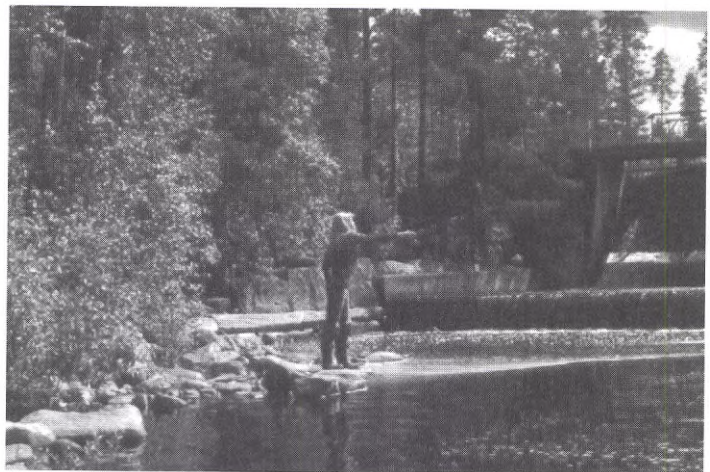


Foto: Martin Engström

4. Planering för hållbar turism

Utveckling av turism sker idag i allt större utsträckning med beaktande av miljökonsekvenser. Det känns självklart för de allra flesta att även morgondagens generationer måste kunna få del av orörd natur, ren luft, fina badsjöar och bra fiske. Resurser som är viktiga för turismen får inte förbrukas eller försämrats vare sig av turistnäringen eller av andra näringar. I Agenda 21-arbetet för turismen sägs bl a: "Hållbar utveckling innebär en förbättrad livskvalitet för människor samtidigt som ekosystemets bärformåga inte överskrids". Med

Läs mera i
Hållbar utveckling i
svensk turistnäring,
Turistdelegationen.

detta avses en utveckling där ekonomiska, ekologiska, kulturella och sociala konsekvenser vägs samman för att uppnå en hållbar turism.

4.1. Den kommunala översiktsplaneringen

Turistdelegationen framhåller i sitt handlingsprogram från maj 1996 bl a följande:

"En ökande turism ställer speciella krav på samhällsplaneringen. Det ankommer på samtliga offentliga organ med planeringsuppgifter att beakta och förena rese- och turistindustrins behov med andra övergripande samhälleliga mål".

Läs mera i
Turistdelegationens
handlingsprogram.

Kommunerna har genom sitt planmonopol stora möjligheter att påverka hur mark och vatten skall användas. Kommunerna gör avvägningar mellan olika allmänna intressen i översiktsplanen. I juridiskt bindande detaljplaner och områdesbestämmelser görs även avvägningar mellan enskilda intressen.

Den kommunala översiktsplanen fyller tre viktiga funktioner i kommunen – som vision för kommunens framtida utveckling, som vägledning för kommunen och andra myndigheters beslut om mark- och vattenanvänd-

ningen samt som ett instrument för dialogen mellan stat och kommun angående de allmänna intressenas innebörd, avgränsning och tillgodoseende.

Där visas på sambanden mellan turism och den kommunala planeringen och hur ett ökat samarbete mellan planerare och turistnäringens företrädare kan komma till stånd. Därigenom kommer turistfrågorna att i ökad utsträckning att beaktas i den kommunala översiktliga planeringen, vilket är nödvändigt för utvecklingen av turismen.

Omsorgen om den fysiska miljön samt utveckling och skydd av natur- och kulturreсурser är också centrala frågor i kommunens översiktliga mark- och vattenplanering. Därför behöver den fysiska miljös betydelse för turismen, kvalitetstänkandet och sambanden med turistprodukten lyftas fram och föras in i planeringen.

Arbetet med kommunens översiktsplan är en process som inbjuder till dialog mellan kommun, turistorganisationer och enskilda företagare om förutsättningarna för turistnäringens utveckling. I planeringsprocessen kan för turismen viktiga synpunkter lyftas fram och diskuteras inför avvägningarna gentemot allmänna intressen. Samarbete i tidiga skeden ger oftast bäst resultat och kan leda till att samarbetet fördjupas och permanentas.

I 3 och 4 kapitlet Miljöbalken (tidigare naturresurslagen, NRL) finns bestämmelser om vilka hänsyn som ska tas till olika allmänna intressen. Bestämmelserna syftar till att uppnå en god hushållning med mark och vatten och den fysiska miljön i övrigt. Den rymmer såväl bevarande- som exploateringsintressen. Vissa av dessa kan vara av riksintresse. Sådana intressen har ett starkt skydd enligt lagen och ska som huvudregel skydd-

das mot åtgärder som kan innebära att de påtagligt skadas. Inom vissa av dessa områden ska turismens och friluftslivets intressen särskilt beaktas.

Kommunens roll är att i dialogen med länsstyrelsen pröva innebörden av riksintressena, precisera områdena geografiskt samt ta ställning till deras skyddsbehov och möjligheter. Via översiktsplanen konkretiseras således bestämmelsernas generellt uttryckta hushållningsregler. Planen är därmed ett gemensamt beslutsunderlag för alla beslutsfattare som ska tillämpa miljöbalken.

4.2. Fiskeplanering

Grundkonceptet i fiskeplaneringen måste vara att fördela fiskemöjligheterna över sådana ytor och på ett sådant sätt att efterfrågan tillgodoses genom att resursen vårdas och nyttjas på ett hållbart sätt. Sättet man fiskar på avgör sedan många gånger fiskets kvalitet. Det är upp till varje fiskare att avgöra kvaliteten i fisket, var och en efter sin bedömning. Samtidigt är det viktigt att erinra om mångfalden bland sportfiskarna. Olika målgrupper har ofta olika krav och värderingar i fråga om vad som är ett bra fiske. Den variationen är berikande och skapar en mångfald i efterfrågan vilken också måste tillgodoses i produktutvecklingen.

I Jämtlands län har länsstyrelsen tillsammans med åtta kommuner tagit fram fiskeplaner baserade på ortens - bygdens behov och uppfattningar i olika fiskefrågor, hur dessa uppfattas av samhället i övrigt och slutligen satt dessa planer under demokratisk prövning i samhällets olika instanser. Denna planering innehåller också en plan för fiskevården. I varje plan finns också självklart ett resursavsnitt. Det genomförda planeringsarbetet har vunnit stor uppskattning och har samtidigt som ett riktmärke bidragit till att underlätta arbetet vid länsstyrelsens fiskeenhet. Fiskeriverket har bedömt det genomförda arbetet som ett utmärkt exempel värt att efterlikna. Planeringsmodellen beskrivs närmare i Bilaga 1.

Huvuddragen i denna planeringsmodell består av:

- resursinventering
- bevarandeplan med redovisning av konfliktrisker och förslag till säkerställande-åtgärder
- förvaltningsplan för fisket anpassad till utvecklingsbehovet för turistsatsningen
- målformulering för satsningen på fisketurism samt
- utvecklingsprogram för fiskevårdsarbetet

Dimensioneringen – och arronderingen – av ett fiskeområde är en viktig fråga i samband med planering och produktutveckling. Begreppet hållbar turism lämpar sig mycket väl för utveckling av naturresursen fisk som ”rätt skött är förnyelsebar, men vanskött lätt förstörs”.

För att uppnå ett långsiktigt hållbart nyttjande måste fisketrycket fördelas med hänsyn till resursens förmåga att svara upp mot efterfrågan. Ett större uttag än produktionen tillåter leder på sikt till att fiskaren upplever ett dåligt fiske.

De strukturfrågor som redovisats under kapitel 3 och begrepp som ”Hållbar turism”, ”Ekoturism” och ”Biologisk mångfald” är alla av sådan art att de tillsammans ger tillräckliga skäl för att särskilt lyfta fram planeringsfrågan som en av de absolut viktigaste i fråga om fisketurismens framtida utveckling i landet. Ännu viktigare blir planeringen om den dessutom involverar de olika marknader som omger Sverige och prioriteras som Sveriges framtidsmarknader.

Arbetet med fiskeplaner är exempel på underlag som bör arbetas in i den kommunala översiktsplanen (KÖP) när denna revideras.

Läs mera i
Kust och hav i
översiktsplaneringen,
PBL/NRL-
underlag nr 42,
Boverket

Vattenplanering -
fiske, rapport 4495,
Naturvårdsverket
och Boverket

5. Den biologiska resursen

En viktig uppgift för fiskeridistributionen är att bedöma de olika möjligheter till nyttjande av den biologiska resursen fisk som kan gynna utvecklingen av svensk fisketurism. Fisketuristen är emellertid inte den ende nyttjaren av våra fiskbestånd. Dessa nyttjas också av yrkesfiskaren, husbehovsfiskaren och den traditionelle närfiskaren. Det sammanlagda uttaget kan leda till att vissa fiskbestånd överfiskas.

I Bilaga 2 beskrivs fiskresursen ur ett fisketuristiskt perspektiv och där görs också en översiktlig genomgång av framtida uttagsmöjligheter för olika fiskarter i olika delar av Sverige. Det är viktigt att ha god kunskap om den resurs man avser nyttja för en fisketuristisk satsning, något som också markeras i avsnittet om fiskeplanering (4.2).

Utöver fiskarens påfrestningar på resursen utsätts fiskbestånden också för annan påverkan som t ex försurning, övergödning, miljögifter, andra föroreningar, vattenkraftutbyggnad, vattenuttag, dikning och muddring.

5.1 Biologisk mångfald

Den biologiska mångfaldens principer är numera ett naturligt inslag i såväl fiskevårdssamarbetet som i miljövårdssamarbetet. Detta dokumenteras inte minst genom att både Fiskeriverket och Naturvårdsverket har aktionsplaner för arbetet med bevarandet av biologisk mångfald.

På senare år har således bevarandepakterna fått en starkare ställning inom fiskevården. Fortfarande upplevs det dock ofta att dessa ställs emot nyttjandepakterna. Det är i detta sammanhang som den traditionella producentuppfattningen starkast har hävdats. ***Bevarandet och det uthålliga nyttjandet är i själva verket en av grundförutsättningarna för en fisketuristisk verksamhet baserad på ett marknadsekonomiskt tänkande.***

Fiskeriverket och länsstyrelserna har här tillsammans med kommunerna en av sina viktigaste arbetsuppgifter; att ansvara för hushållningen med våra naturresurser och leda fisketurismens resursvård in i nya banor i takt med den utveckling som sker i samhället i övrigt. Detta är inte möjligt utan en tydligare och mer effektiv resursövervakning av alla typer av fiskevatten.

5.2. Fiskevård och fisketillsyn

En väl fungerande och ansvarsfullt genomförd fiskevård är en förutsättning för att naturresursen fisk skall kunna nyttjas långsiktigt hållbart. För varje entreprenör, fiskevattenägare, fiskare eller annan intressent i ett fisketuristiskt projekt borde det vara en självklarhet att vårda det kapital som fisken och dess miljö representerar. Lika självklart som att på rätt sätt vårda ett sådant projekts finanser, personal, produkter och marknader.

Fiskevård och fisketillsyn hänger intimt samman. Det är t o m så att god fisketillsyn är att betrakta som god fiskevård. Vidare är en god organisatorisk grund nödvändig för fiskevården och fisketillsynen. Här spelar bildandet av fiskevårdsområdesföreningarna (de s k fiskevårdsområdena, FVO) en viktig roll. Idag finns det ca 2 000 fiskevårdsområden i Sverige. Inom ramen för deras verksamhet kan såväl juridiskt som ekonomiskt bindande beslut fattas rörande fiskevården. Den praktiska fiskevården kan därmed sägas stå på tre ben: biologi, juridik och ekonomi. Genom god biologisk kunskap kan de rätta fiskevårdande åtgärderna genomföras och också avkasta de förväntade resultaten.

Genom det juridiska regelverket och en väl fungerande fisketillsyn försöker samhället att minimera riskerna för att uppnåda resultat av gjorda insatser skall förstöras genom brott mot fiskereglerna. Genom ekonomiska satsningar på biologiskt välgrundade fiskevårdsinsatser, från såväl enskilda som från samhället, ökar möjligheterna till ett

såväl nationalekonomiskt som företagsekonomiskt sunt nyttjande av resursen fisk. Det gamla talesättet om att inte kasta pengarna i sjön kan här sägas äga synnerlig god tillämplighet!

Biologi

Den biologiska delen avser insatser av skilda slag som främjar, hämmar, återetablerar eller bevarar en viss biologisk utveckling. I normalfallet är målsättningen med insatserna att hjälpa naturen på traven för att uppnå en högre produktion av t ex lax- eller öringungar per hektar och därmed ett bättre fiske i ett senare skede på vuxen fisk i sötvatten och i havet. Vegetationsbekämpning är ett exempel på en insats som också indirekt kan komma att främja ett ökat fiskuttag. Genom att vass och sly röjs undan förändras fiskens förutsättningar för födosök, skydd och reproduktion och därmed också förutsättningarna för fisket och fiskaren. Målsättningen bör vara att genomföra sådana insatser som på sikt gynnar en utveckling som möjliggör ett bestående men inte nödvändigtvis högre fångstuttag.

Juridik

Genom lagar och förordningar, Fiskeriverkets föreskrifter m m, ges förutsättningar för det man i dagligt tal kallar fiskeregleringar. Sådana finns för både det internationella och det nationella fisket. I fisketurismsammanhang är det närmast de nationella fiskereglererna som är av intresse. Bland dessa kan nämnas fiskelagen, förordningen om fisket, vattenbruket och fiskerinäringen (fiskeriförordningen) och Fiskeriverkets författningssamling (FIFS). För vissa arter blir också den internationella regleringen av intresse. Regleringen av fisket efter lax i Östersjön har direkta konsekvenser för sådan svensk fisketuristisk verksamhet där fisket efter denna lax ingår.

I Fiskeriverkets författningssamling lämnas mer eller mindre detaljerade anvisningar på biologisk grund om var, när och hur fiske får bedrivas, minimimått på vissa arter som t ex lax, öring och ål, om vilka och hur många redskap som får användas, t ex antalet nät, ryssjor och tinor. Här kommer fisketillsynen in – utan en väl fungerande fisketillsyn kan fiskevårdsinsatser lätt bli verkningslösa.

Fisketillsynens huvuduppgifter är att tillse att gällande bestämmelser och föreskrifter iakttas. Information om gällande fiskeregler är också en viktig uppgift och då inte enbart för myndigheterna. Här har fiskevattenägarna, fiskevårdsområdena och fiskets organisationer ett stort ansvar. Den fiskande har alltid huvudansvaret, men det är också viktigt att den fisketuristiskt engagerade tar sin del av ansvaret t ex genom ett korrekt beskrivande av förutsättningarna för sitt utbudna fiske i sin marknadsföring. Korrekt information om fiskeregler och om allemansrätten är särskilt betydelsefull när man vänder sig till den utländska marknaden. **Rätten till fiske utgör aldrig en del av allemansrätten!** Det gör inte heller det fria handredskapsfisket. Detta är förhållanden som särskilt bör beaktas i utbildningssammanhang.

Fisketillsynsmän förordnas av länsstyrelserna. Fiskeriverket utfärdar föreskrifter för tillsynsmännen och deras verksamhet. Ca 8 000 tillsynsmän har hittills förordnats i landet – ca 450 av dessa för tillsyn på allmänt vatten.

Ekonomi

Fiskevårdsinsatser är ofta kostsamma att genomföra och i många fall saknas en tillräckligt stark finansiär. Statliga medel anslås därför varje år för fiskevårdsinsatser. Medlen används till åtgärder inom områden där staten har ett stort ansvar för fiskevården – vatten med fritt fiske – i huvudsak de stora

sjöarna och kustområdet, men också till områden av s k riksintresse med avseende på nyttjande (rörligt friluftsliv där fisket ingår) och bevarande (naturvård där skyddsvärda arter och stammar av fisk ingår). I övrigt åvilar ansvaret för fiskevården inkl dess finansiering ägaren av resursen, dvs fiskevattenägaren. I det fisketuristiska sammanhanget är detta ett viktigt faktum och något att noga beakta för varje entreprenör med ambitionen

att långsiktigt etablera en verksamhet där resurskapitalet – fisken och dess livsmiljö – måste förvaltas förnuftigt för att långsiktigt ge en acceptabel ränta. I många fall står s k vattenavgiftsmedel till förfogande för fiskevårdsinsatser. Hur och inom vilka områden dessa medel får användas är fastställt av vattendomstolen. Länsstyrelserna och Fiskeriverket beslutar i normalfallet om användningen av dessa medel.



Foto: Martin Engström

6. Marknad och marknadsinformation

I framtiden kommer den fisketuristiska produktens kvalitet och kvantitet – kanske främst kvalitet – att vara avgörande för framgång eller inte. Kvaliteten är mer upp till den fiskande att avgöra men utvecklaren måste ändå skapa rätt kvalitet för sin/sina målgrupper. Skillnaderna mellan olika fiskare eller grupper av fiskare är mycket stora och mycket beroende av var på fiskekarriärstegen sportfiskaren befinner sig.

Beroende på fiskarens intresse, ekonomi och andra faktorer utvecklas sportfiskekarriären ofta stegvis. Det viktigaste är att den fiskande känner sig nöjd med "sin" situation och positiv till sitt fiske och att fisket kan bedrivas utan allför mycket krångel.

Tävlingsinstinkten, tävlingen mot sig själv och mot andra leder ofta utvecklingen vidare. En gång trollbunden av sportfiske alltid sportfiskare. Det skall mycket till för

att det intresset minskar eller försvinner. Mot denna bakgrund är ett varierat utbud av sportfiskeprodukter av mycket stor betydelse.

Kunskap om målgruppens utseende, sammansättning, fiskevanor och prioriteringar är nödvändig i produktutvecklingsarbetet. Var finns marknaden, vad efterfrågar kunden och hur nås målgruppen? Detta är centrala frågor för en blivande entreprenör inom fisketurism.

6.1. Den svenska marknaden

Hemmamarknaden är vår viktigaste marknad. Den är enklast att nå och kostar minst att bearbeta. Ytterligare kartläggning av fisketurismen i Sverige, dess förutsättningar, krav och önskemål bör ges hög prioritet. Denna kunskap lägger i sin tur grunden för en ytterligare utveckling mot en internationell marknad.

Turistiska trender

Resenärerna blir allt tydligare i vad de vill uppleva. Aktiviteter baserade på natur och kultur blir allt viktigare som orsak till människors resande. Bakom denna utveckling finns behov av spänning, äventyr, personlig utmaning och egen utveckling. Framför allt de naturbaserade aktiviteterna ställer krav på resursen. När resenärerna vill ta för sig av ortsbefolkningens "egendom" kräver detta lokal acceptans och ekonomisk eller annan kompensation till de lokalt boende.

Idag sker en utveckling mot fler och kortare semestrar, vilket ställer ökande krav på snabba transporter. Transportsystemets utformning blir därför en av de faktorer som har en avgörande betydelse för resandet. Investeringar i transporter öppnar förutsättningar för resandet och bidrar aktivt till att påverka marknaden.

Med förändringar i rese mönstren får resmålens kvalitet allt större betydelse. Turisten förutsätter att det utvalda resmålet lever upp till vad som utlovats vad gäller fysisk tillgänglighet, information, aktivitets- och serviceutbud, attityder till besökande gäster samt aktiv uppföljning av gästernas reaktioner.

Nödvändigheten av att beakta resursperspektivet vid en utveckling mot en hållbar turism har på kort tid blivit en viktig fråga för rese- och turistindustrin. En del av ett sådant ansvarstagande är att anpassa turismen till vad ett område tål, s k lokal bärkraft.

Källa: European Travel Commission och Turistdelegationen, 1998

Undersökningsdata

Fiskeriverkets och Statistiska Centralbyråns studier 1990 och 1995 rörande sport- och husbehovsfisket i Sverige visade att fiskeintresset och fiskeutövandet ligger på en fortsatt hög nivå. I dessa undersökningar gjordes ingen tydlig åtskillnad mellan husbehovsfiske och sportfiske, vilket försvårar tolkningen av resultaten.

1995 tillfrågades 6 650 slumpvis utvalda personer mellan 16 och 74 år om sina fiskevanor. I 1990 års undersökning ingick inte 16- och 17-åringar.

Under 1995 var 3,1 miljoner av landets befolkning fiskeintresserade, antingen av

sportfiske eller av husbehovsfiske eller bådadera. 2,2 miljoner hade fiskat någon gång under det senaste året. Av dessa var 1,5 miljoner män och 0,7 miljoner kvinnor.

68% av fiskarna använde sportfiskemetoder, 4% använde husbehovsfiskemetoder och 28% använde båda dessa metoder.

1,7 miljoner personer metade och 1,3 miljoner spinnfiskade. Dessa båda metoder dominerade bland handredskapsfiskarna. Ungefär 0,3 miljoner trollingfiskade.

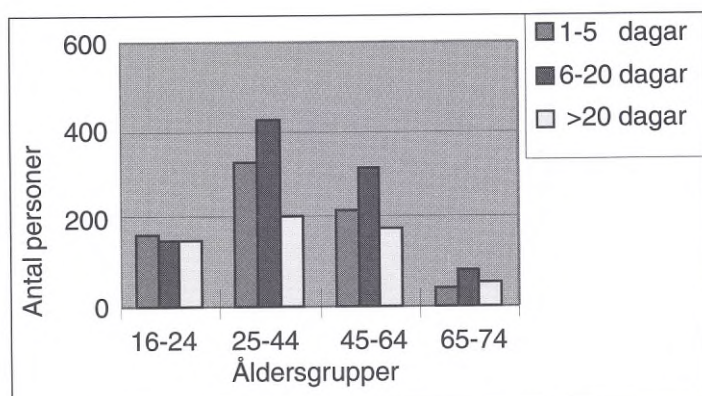
Fiskare med handredskap fångade 48 900 ton fisk och i husbehovsfisket med icke handredskap fångades 30 500 ton. Medelfångsten per person uppgick för husbehovsfiskaren till 218 kg och för sportfiskaren till 27 kg. För dem som använde båda metoderna uppgick fångsten till 34 kg per person.

Fiske var en viktig fritidsaktivitet för 915 000 personer. Det var 400 000 som var mycket intresserade. Intresset var större bland män (66%) än bland kvinnor (39%). Den största andelen intresserade återfanns i Norrlands inland (74%). Den minsta andelen fanns längs Sydkusten (42%). Andelen intresserade var störst i åldrarna 25-44 år. Den var minst i åldersgrupperna 65-74 år. Intresset mättes också genom det antal fisketurer som vederbörande uppgav sig göra per år vilket visas i vidstående diagram.

I 1995 års undersökning konstaterades att ca 560 000 personer fiskade utanför sin hemort och också övernattade på platsen. Det innebar en obetydlig minskning från ca 600 000 personer 1990. De som fiskat utomlands under 1995 var ca 80 000 respektive 100 000 under 1990.

Fisketurismen svarade 1995 för 5,5 miljoner fisketurer av de totalt 37 miljoner tururer som gjordes under året. Vidstående tabell visar var detta fiske skedde och fördelningen av antalet fiskedagar.

I 1995 års undersökning frågades efter vilka motiv som de fiskande hade för sitt fiske respektive vilka hinder som förelåg i frå-



Antal fisketurer under de senaste 12 månaderna.

Antal fiskande i tusental fördelat på antal fiskedagar och fångstområde.

Fångstområde	1-5 dag	6-20 dag	>20 dag
Bottenviken/Bottenhavet	25	11	5
Mellersta Östersjön	50	24	10
Södra Östersjön/Öresund	29	19	7
Skagerrak/Kattegatt	40	16	6
De stora sjöarna	45	17	3
Fjällregionen	116	69	16
Sjöar/tjärnar övriga landet	152	57	33
Rinnande vatten övriga landet	90	34	12
Utlandsfiske	43	32	5

ga om fisket (avsåg samtliga fiskande oavsett kategori). Utfallet blev att 71% angav avkoppling som motiv, 69% naturupplevelsen, 40% samvaro med familjen och 32% samvaro med vänner som huvudmotiv för fisket.

Som hinder för fisket angav 60% brist på tid, 27% dåliga kunskaper och 26% brist på sällskap.

Läs mera i

Fritidsfiske 90 och Fiske 95, SCB och Fiskeriverket

Majoriteten av fritidsfiskarna (både sportfiskare och husbehovsfiskare) fiskade i sjöar/tjärnar och i rinnande vatten. Det var dubbelt så många som fiskade i dessa vatten

jämfört med de som fiskade i övriga fångstområden.

52% av fritidsfiskarna fiskade tillsammans med familjen och 32% tillsammans med goda vänner. Kvinnorna fiskade mest tillsammans med familjen, medan männen fiskade ungefär lika ofta med vännerna som med familjen. Högsta andelen av de som fiskade med familjen kom från gruppen "lite intresserade". De som fiskade ensamma kom framförallt från grupperna "mycket intresserade" och "ganska intresserade".

Övriga studier

En säkrare uppfattning om marknaden och dess kunder erhålls om man kombinerar övergripande undersökningar av den typ som redovisas ovan med studier för olika typområden.

En studie av nio kortfiskeområden, gjordes 1989 av företaget Resurs på uppdrag av Sveriges Sportfiske- och Fiskevårdsförbund (Sportfiskarna). Den redovisades i Rapport 1992:2, Sverige – ett bättre sportfiskeland, från dåvarande Sveriges Turistråd.

I denna studie visas klart och entydigt att rekommendationer om bra fiskeområden har stor inverkan vid beslutet att besöka ett visst fiskeområde. Tidigare besök och rekom-

mendationer från andra var till 70% den dominerande orsaken till besöket. Annons eller broschyr uppgavs vara orsak i 2% respektive 8% av fallen. Reportage i massmedia om ett område gav som regel också ett visst positivt resultat.

Studiens förord av framlidne ordföranden i Sportfiskarna Leif Blomberg citeras nedan och återspeglar sportfiskets starka förankring i det svenska samhället. I citatet antyds att det inte finns någon tydlig gräns mellan sportfiske och fisketurism.

"Att sportfiska – att meta, att pilka, att pimpla, att spinn- eller haspelfiska, att flugfiska, att trollingfiska, har för många människor i vårt land blivit en alltmer uppskattad fritidsaktivitet. Ty i en tid med allt högre arbetstempo, allt mera stress, urbanisering, teknikberoende och datorisering är det en fullt naturlig – och mänsklig – reaktion att söka vila och rekreation under angenäma och naturlära förhållanden.

...Även andra länders innevånare – främst från övriga Europa – visar ett allt större intresse för sportfiske i Sverige. De tätbefolkade ländernas människor längtar efter vildmarken; det orörda, det genuina, stillheten, vidderna, skogarna och de glittrande fjärdarna.

Att lägga sportfisket till rätta för sportfiskare från när och fjärran tillhör idag en av de viktigaste arbetsuppgifterna för en rad olika intressenter – samhälle, fiskerättsägare, näringsliv, turistorganisationer och folkrörelser för att nämna några."

Sportfiskaren tillhör en heterogen skara friluftsutövare. Han kan vara en entusiastisk flugfiskare intresserad av allt som rör hans hobby. Han kan vara familjefadern som tillsammans med sin familj metar abborre i sjön på landet. Kanske tillhör han eller hon den stora grupp av sportfiskare som på sin semester en eller annan gång kopplar av bakom ett

spö – finner avkoppling i att vara en ”nöjesfiskare”. Andra ser vinterpimplingen efter abborre – gärna i form av tävlingar - som en av fiskeårets höjdpunkter. En annan är laxfiskare och måste åtminstone någon gång under säsongen fara till sin laxälv och hoppas att där få uppleva en ”fiskeskälva”. Den genuine havsfiskaren drar gärna ut på ”sturviltjakt” till något vrak för att fånga de största och de ovanligaste.

Trollingfisket i Väner och Vättern, liksom längs Blekinge- och Skånekusten har tagit fart på allvar och lockar nya utövare. Det gamla skutterfisket har i trollingen fått en modern efterföljare.

För gamla och unga är fisket dessutom ofta en gemensam fritidssysselsättning som överbryggar åldrarna. För handikappade och andra eftersatta grupper skänker fisket en efterlängtd stund till avkoppling.

Under senare år har miljön blivit en allt viktigare fråga för fiskaren och är idag minst lika viktig som fångsten. Detta framgår både av de stora undersökningarna 1990 och 1995 samt i flera enkätundersökningar från Jämtlands och Västerbottens län (Wendt och Öhlund; Kortfiskeundersökningar i Jämtland-Härjedalen; Karlsson och Wendt; Kortfiskeundersökningar i Västerbotten).

Trots detta finns det grupper inom sportfisket och fisketurismen som sätter fångsten i första hand. Detta gäller särskilt gruppen familjer med barn. För dessa är ”nappet” avgörande för upplevelsen. En lyckad fiskeupplevelse som barn kan vara inträdet till en livslång hobby.

Också för nöjesfiskaren är ”nappet” av stor betydelse även om fisketuren initieras av en önskan av att komma ut i naturen. Det är fisket och naturupplevelsen som gemensamt lockar. De mest avancerade fiskarna har som regel en stark känsla för miljö och resursvård och känner till och förstår att yttre omständigheter många gånger är orsaken till ”dåligt fiske”. Dessa accepterar villigare

än andra de begränsningar som skett till följd av att resursen är hotad.

Av detta framgår att målgruppens utseende, vana, krav och önskemål har största betydelse vid utformningen av en produkt lämplig för fisketurism.

Kartläggning och uppföljning av kundbesök till ett fiskeområde är en nödvändighet. Det är det bästa sättet att kontrollera fiskeproduktens innehåll och lämplighet för respektive målgrupp och ger id,er till förändringar och förbättringar av produkten.

I eget intresse bör således varje fisketuristiskt område följa utvecklingen och med jämna intervall stämma av om fiskeprodukten står i överensstämmelse med fisketuristernas uppfattningar.

De på så sätt vunna erfarenheterna bör styra den fortsatta utvecklingen och utformningen av fiskeprodukten.

6.2. Utländska marknader

Det finns mycket få tillgängliga och kända uppgifter om de utländska besökarnas antal och intresse för svensk naturturism, än mindre för fisketurism.

Naturvårdsverket lät genomföra en fördjupad analys av den gränsstudie som Styrelsen för Sverigebilden presenterade 1994. Den visar att 590 000 av de människor som reste till Sverige under sommaren 1994 hade naturorienterade skäl för resan. 80% av dessa turister kom från Danmark och Tyskland. Av dem hade 280 000 personer fiske som tungt vägande skäl för sitt besök i vårt land. Deras sammanlagda utlägg uppgick till 485 miljoner kronor. Den turism där den svenska naturen eller där naturaktiviteter varit en bidragande orsak till besöket genererade totalt fyra miljarder kronor.

För utländska turister som besöker Sverige under sommaren har naturen stor dragningskraft. Bland dessa besökare fann Naturvårdsverket en tydlig inriktning mot naturnära aktiviteter och svaga kopplingar

till annan turism, t ex storstäder och shopping.

Att bearbeta utländska marknader, liksom all marknadsberbetning, tar tid och kostar pengar. Om man kan uppnå en tillfredsställande volym och lönsamhet på sin hemmamarknad finns ingen anledning att dra på sig de ökade kostnader som en utlandsbearbetning alltid medför.

För företag eller områden som däremot inte hittar en tillräcklig kundbas på den svenska marknaden finns det all anledning att aktivt etablera kontakter med intressanta samarbetspartners på utländska marknader. Målsättningen bör vara att så snabbt, billigt och enkelt som möjligt nå fram till en lönsam verksamhet på nya marknader. ***En grundförutsättning för att lyckas är att försöka förstå hur andra marknader fungerar och en vilja att anpassa eller utveckla sin produkt till de krav marknaden och konkurrensläget ställer.***

Ett första steg i utvecklingsprocessen är att få en uppfattning om hur de olika marknaderna och marknadssegmenten ser ut och fungerar. Det finns idag inte något sådant material att tillgå, utan detta måste samlas in. Vad som brukar finnas är undersökningar om hur det inhemska fisket i olika länder ser ut, men sådant material duger bara i begränsad utsträckning till att dra slutsatser om hur fiskare i dessa länder gör när de fiskar utomlands.

Genom TuristRådets utlandskontor har vi därför låtit sammanställa material om några viktiga marknader för svensk fisketurism. Finland, Danmark, Tyskland, Storbritannien, Frankrike och Italien valdes ut. Det finns säkert flera intressanta marknader, men dessa bedömdes som mest relevanta i dagsläget. Marknaderna redovisas nedan och i redovisningen pekats särskilt på viktiga skillnader och viktiga likheter. De utvalda TuristRådskontoren fick en standardiserad frågelista med vidhängande instruktion. Under-

sökningen skulle fokuseras på följande områden;

- Kunder, dvs specialister och familjefiskare, och kundbeteende
- Distribution och försäljning
- Viktiga aktörer/organisationer
- Informationskanaler, mässor, tidskrifter och etermedier

Nedanstående beskrivningar är sammanfattningar av kontorens rapporter.



Foto: Martin Engström

6.3 Finland

6.3.1 Kunder och kundbeteende

I Finland finns ca 2,4 miljoner människor som har fiske som fritidssysselsättning. I den mest intresserade gruppen finns närmare 400 000 "aktiva fiskare". De bor oftast i mellersta eller norra Finland, har låga inkomster och fiskar mest i sitt närområde.

Av de 215 000 fiskare som reser till en annan ort för att fiska kommer de flesta från södra Finland, är i åldersgruppen 45-59 år och har oftast låga inkomster. De åker på fiskeresor 2,6 gånger per år. En dryg tredjedel av dessa, ca 80 000 personer, gör tre eller flera fiskeresor per år. Det finns inga uppgifter om utlandsresande fiskare.

De flesta fisketurister fiskar med goda vänner (46%) och med familjen (35%). 10% fiskar ensamma.

Av fiskemetoderna är mete (59%) mest populärt, följt av pimpelfiske (38%), trolling (43%, sjö och hav), spinnfiske i strömmande vatten (34%) och flugfiske (8%). För fisketuristerna är de populäraste metoderna spinnfiske i strömmande vatten (50%), pimpelfiske (50%) och trollingfiske i sjöar (44%).

6.3.2 Distribution och försäljning

Det finns inte några researrangörer i Finland som är specialiserade på fiske.

Finska Forststyrelsen marknadsför i samarbete med finska SJ fiske- och jaktpaket på statens mark- och vatten under varumärket "Villi Pohjola". Finnair har fiske som incoming-produkt och Viking Line har ett omfattande samarbete med åländska aktörer med över 30 000 fisketurister per år. Det finns också ett 30-tal regionala organisationer och privata producenter som marknadsför fiske.

6.3.3 Viktiga aktörer/organisationer

De viktigaste organisationerna för fiskare är Suomen kalamiesten keskusliitto – Finlands fritidsfiskares centralförbund, med 80 000 medlemmar, 730 klubbar och egen tidning, Kalamies (upplaga 60 000), som utkommer med fyra nummer per år.

Suomen Urheilukalastajain Liitto - Finlands Sportfiskeförbund, med 6 000 medlemmar, 90 klubbar och eget newsletter, Kalakaveri, som utkommer med fyra nummer per år. Inriktning mot flugfiske.

Suomen metsästäjien ja kalastajain liitto, inriktning mot jakt och fiske, 30 000 medlemmar varav 12 000 fiskare, medlemstidning Erämies.

6.3.4 Sammanfattning och marknadsmöjligheter – var hittar vi vår marknad?

Finland är ganska likt Sverige som fiskeland. Vi fiskar i Östersjön från var sida, i sjöar och strömmande vatten, efter i stort sett samma arter. Det är troligtvis svårt att profilera fiske i Sverige som en annorlunda upplevelse än fiske i Finland. Det finns inte några professionella aktörer/researrangörer som arbetar med fiskeresor ut från Finland. Det finns ett fungerande och framgångsrikt samarbete mellan Åland och Viking line.

Att det inte finns några researrangörer för fiskeresor kan tyda på att det marknadssegmentet är litet, att den inländska marknaden fyller behovet eller att det fåtal finnar som fiskar utomlands arrangerar sina fiskeresor helt själva. För svensk del är resultatet detsamma, det finns ingen etablerad säljkanal mot specialisterna, dvs ingen partner att söka samarbete med i Finland.

En möjlighet att ändå nå specialister är att arbeta med marknadsföring via fiskeklubbar och organisationer.

En annan möjlighet som kan användas är att försöka nå familjefiskaren genom sådana kanaler som marknadsför svensk turism generellt i Finland och så att säga "ladda" sådana produkter med ett attraktivt fiske som komplement till övriga aktiviteter. Här finns samarbetspartners som t ex regionala turistorganisationer, Svenska Turistföreningen (STF), Sveriges Campingvärdar, stugsäljare och rederier. Detta är också en bra strategi generellt när det är fråga om en närmarknad som Finland.

Informationskanaler, mässor, tidskrifter och etermedier

Tidskrift	Antal nr/år	Upplaga	Inriktning
Erä	12	51 000	jakt och fiske
Metsästys ja Kalastys	12	36 000	jakt och fiske
Perhokalatus	5		flugfiske
Urheilokalastus	7		sportfiske
Vetouistelu		410 000+	trolling
Erämies			jakt och fiske
Pro fishing	8		sportfiske
Vapa	8	8 000	sportfiske

Mässa	Tidpunkt	Periodicitet	Besökare	Inriktning
Matka, H-fors	januari	årlig	60 000	Allmän turistmässa
Venemessut, H-fors	februari			Båtmässa med sportfiskeavdelning
Meri kutsuu, Åbo	mars			Båtmässa med sportfiskeavdelning
Vapaapäivät, Jyväskylä	mars	årlig	20 000	Vildmarksmässa
Perhomessut, Tammerfors	april	årlig	3 000	Flugfiske
Kansainväliset Erämessut, Rihimäki	juni	jämna år	70 000	Vildmarksmässa
Vapa-ajan messut, Oulu	maj/juni			nyVildmarksmässa
Savon erämessut, Kuopio	april	udda år	32 000	
Pohjois-Suomen Erämessut, Oulu	maj	udda år	25 000	Vildmarksmässa

6.4 Danmark

6.4.1 Kunder och kundbeteende

I Danmark finns ca 550 000 fritidsfiskare som tillsammans totalt fiskar 5,2 miljoner dagar per år, 45% fiskar 1-5 dagar per år och 55% fiskar 6 dagar eller mer. Fritidsfisket sker oftast i samband med annan fritidsaktivitet. Den genomsnittlige fritidsfiskaren är 30-39 år, man, med något slag av yrkesutbildning och tjänar 200-300 000 danska kronor per år. Endast 13% av fritidsfiskarna är medlem i en fiskeklubb.

En försiktig uppskattning är att danskar- na spenderar ca 70 000 fiskedagar utomlands, varav den största delen i Sverige och i Norge. De flesta av dessa fiskedagar planeras på egen hand, utan kontakt med professionella researrangörer. Danskarna tycker att de känner till Sverige och den svenska fiskeprodukten så väl, att det inte stöter på några större svårigheter att själv planera sin fiskeres. Den eventuella merkostnaden motiveras med att man då kan välja platser utan alltför mycket andra fiskare, dvs där man kan få en fiskeupplevelse i orörd natur.

I första hand vill danskar fiska lax eller havsöring. Kustfiske längs Sveriges sydöstra kust efter havsöring är kanske det fiske som attraherar flest danskar. Många kommer på endagsturer från östra Danmark till södra Sverige, och här bör finnas förutsättningar att utveckla dessa till weekend- eller veckoaktiviteter. Öresundsbron kommer säkert att ha en gynnsam påverkan på detta närfiske, såväl praktiskt som psykologiskt.

Ett annat populärt fiske bland danskar- na är trollingfisket efter lax och havsöring i södra Östersjön, med Pukaviksbukten som det mest uppskattade området, både för sitt fina fiske och för sina väl fungerande gästhamnar.

Gäddfiske attraherar såväl sportfiskare som familjefiskare och upplevs också som ett exotiskt fiske av de danska fiskarna. I första hand runt Öland och Gotland.

Fiske i strömmande vatten efter lax är också efterfrågat av danska fiskare, från Mörrum i söder till Kalix älv i norr. Framför allt i norra Sverige har laxfisket blivit mer intressant, då man i jämförelse med huvudkonkurrenten Norge idag kan erbjuda ett bättre och billigare fiske. Till detta kommer möjligheten till fiske efter öring och harr i minde vattendrag inne i landet i miljöer som upplevs som orörda och jungfruliga.

Fiske i fjällen tilldrar sig intresse i första hand från yngre fiskare. Ofta i samband med vandring eller kanotturer eller stationärt på en fiskecamp.

6.4.2 Distribution och försäljning

Som redan framgått ovan, väljer de flesta danskar som fiskar i Sverige att arrangera sin fiskeres utan hjälp av professionella arrangörer. Endast ett fåtal, gissningsvis från ett par hundra till ett par tusen personer, köper kompletta fiskearrangemang till utlandet. Många av de danskar som hyr stugor i Sverige ägnar sig åt fiske under semestern. Enligt en undersökning som genomfördes under sommaren 1994 av utländsk turism i Sverige (Utländsk turism i Sverige, Styrelsen för Sverigebilden, 1994), var fiske en bidragande orsak till sverigesemestern för 26% av alla danskar.

De viktigaste researrangörerna för fiskeresor i Danmark är Penguin Travel, Gate Eleven och WWFC (World Wide Fishing Club). Aktörerna är få och marknaden av begränsad omfattning. Utöver dessa specialiserade arrangörer säljs fiskeresor genom affärer eller affärskedjor för fiske- och jaktutrustning. Här finns företag som Frimand Sport, SportDres, SalmonFly m fl.

Ytterligare en säljkanal utgör fiskeföreningarna. De arrangerar i betydande utsträckning egna turer för sina medlemmar till i första hand södra Sverige. Föreningar inom Fiskeringen (en sammanslutning av fiskeföreningar) ordnar resor till Lagan och

Informationskanaler, mässor, tidskrifter och etermedier

Tidskrift	Antal nr/år	Upplaga	Inriktning
Sportsfiskaren	10	34 000	fiske
Fisk & Fri	10	15 157	fiske
Fiskeavisen	12	16 800	fiske
Fiskeringen DHF4	4	2 500	fiske
Jaeger	11	90 000	jakt (fiske)
Jagt og Natur	12	15 000	jakt och fiske
Sejl & Motor	4	20 000	artiklar om fiske
Camping & Fritid	10	53 000	

Mässa	Tidpunkt	Periodicitet	Besökare	Inriktning
Ferie 98	januari	årlig	40 000	allmän turism
Jagt, golf og fiskeri	februari		10 000	
Båtutställning i Bella	februari		50 000	
Jagt og fiskeri, Odense	april		20 000	

Mörrum. Småbåtsklubbarna arrangerar turer till Pukaviksbukten och Hanöbukten.

6.4.3 Viktiga aktörer/organisationer

Danmarks Sportfiskeförbund (DSF), med ca 30 000 medlemmar, egen medlemstidning Sportsfiskaren som utkommer med 10 nummer per år.

Landsförbundet Danska Lystfiskere (LDL), med 12 000 medlemmar, ingen medlemstidning.

Fiskeringen, sammanslutning av fiskeföreningar, 2 500 medlemmar, 35 föreningar, egen tidning Fiskeringen.

Sjaellandske Sports- og Lystfiskeföreningens samarbetsudvalg (SU), 4 500 medlemmar, 64 föreningar och en egen tidning Fiskaren.

Danmarks Sportfiskeförbund, Fiskeringen, SportDres och Frimand Sport har egna

webplatser på Internet, där de bl a marknadsför olika fiskearrangemang. Det finns möjlighet att annonsera på dessa hemsidor.

6.4.4. Sammanfattning och marknadsmöjligheter – var hittar vi vår marknad?

Den danska fritidsfiskaren är spekulant på nästan alla sorters fiske som Sverige kan erbjuda. Kustfiske efter lax och öring, troling, mete efter alla sorters vitfisk, laxfiske i strömmande vatten och fjällfiske är alla uppskattade fiskeformer.

En mycket stor del av fisket sker naturligt nog i södra Sverige, där närheten erbjuder goda möjligheter till många korta fiskeresor och där de danska fiskarna sätter en ära i att planera sin fiskeresor på egen hand. Härigenom finns idag inte någon stor efterfrågan på kommersiella researrangemang

och marknaden för sådana arrangemang är följaktligen väldigt liten.

De danska fiskarna känner sig också hemma i Sverige, de har inga (stora) problem med språket, dvs de kan själva ta del av beskrivningar på svenska över bra fiskeplatser och de är hyggligt bekanta med fiskemetoderna i Sverige och vilken utrustning som behövs.

Sverige uppskattas för bra och varierat fiske i vacker och jungfrulig miljö. Den danske fiskaren söker ett naturligt fiske i naturliga miljöer. I takt med att fisket i Norge, framför allt efter lax, har blivit sämre och dyrare, har fiske i Sverige blivit ett allt mer attraktivt alternativ.

Danmark är en typisk svensk närmarknad, framför allt i relation till södra Sverige. Huvudstrategin bör därför inriktas mot en ökad satsning på distribution och information via fiskeföreningar, butiker för utrustning och båtklubbar. För norra Sverige, med ett längre avstånd till den danska marknaden, bör man kanske titta närmare på möjligheterna till ett samarbete med researrangörer i Danmark för att nå marknaden med mer paketerade produkter. En mycket viktig målgrupp är specialisterna, som genom en mängd olika kanaler har möjlighet att påverka övriga fiskare.

6.5 Nederländerna

6.5.1 Kunder och kundbeteende

Det finns ett stort intresse för fritidsfiske i Nederländerna. Trots att landet är mycket tätt befolkat finns fiskemöjligheter såväl längs kusten som i kanaler, bäckar och dammar. Ett tilltagande slitage av natur och miljö beroende dels på ett ökat antal fiskare, dels på en ökande nedsmutsning och miljöförstöring påverkar fisket negativt. Det är inte heller "inne" att ägna sig åt fritidsfiske.

Mot detta står ett ökande intresse för natur och miljö och också mer fritid som gärna tillbringas i naturnära miljöer.

Det totala antalet fritidsfiskare i Nederländerna uppskattas till 1,2 miljoner. Av dessa fiskar 700 000 endast i inlandet. 300 000 fiskar i såväl inlandsvatten som vid kust och hav. Ungefär 400 000 är medlemmar i fiskeklubbar eller -organisationer.

De flesta fiskar på sommaren, och många fiskar också vid andra tidpunkter under året. Viktiga påverkansfaktorer är väder, semester och tillgång på fisk. Sportfiskarna utgör 38% och ägnar mycket tid och pengar åt sin hobby. De fiskar i genomsnitt 50 dagar per år och är ofta medlemmar i en fiskklubb. De rekreativa fiskarna fiskar mest på våren och sommaren och har fisket som avkoppling. De fiskar helst när vädret är vackert. De är oftast inte medlemmar i fiskeklubbar och de utgör resterande 62% av alla fiskare.

Populära arter i Nederländerna är mört, braxen, gädda, karp och abborre.

När det blir tal om fiske i utlandet ordnar den holländske fiskaren helst sin resa själv, så länge det handlar om norra Europa. Resor till avlägsna destinationer som t ex Kenya bokas via arrangörer. Detta gäller också resor till Irland, eftersom bilresan dit är ganska komplicerad.

Detta gör det svårt att uppskatta antalet utlandsfiskare.

Försiktiga beräkningar pekar dock mot att ca 20 000-40 000 fiskare per år reser utomlands för att fiska. Till dessa säljs kanske 5 000 arrangemang av researrangörer, resten ordnar sin resa själv. Den holländska sportfiskemarknaden för Sverige uppskattas till ca 4 000 gästnätter.

Den stora volymen finns bland familjefiskarna, dvs sådana som fiskar under familjens sommarssemester, och där ett bra fiske kan påverka valet av destination.

De allra flesta som reser till Skandivien kommer med färja i egen bil. De bor helst i stugor som är belägna i närheten av fiskevattnet. Man åker gärna i sällskap med goda vänner.

6.5.2 Distribution och försäljning

I Nederländerna finns flera researrangörer som säljer fiskeresor. De viktigaste är:

- De Vluchtende Visser
- Troll Travel
- Info Scandic
- Antropool Turism Zweden
- Natuurlijk Zweden
- Tight Lines Visreizen
- P&S Visreisen

Bland de ovanstående är De Vluchtende Visser, Tight Lines Visreizen och P&S Visreisen specialiserade på fiskeresor. De har resor till ett stort antal resmål inklusive Sverige. Utöver dessa arrangörer erbjuder också många av fiskeklubbarna egna arrangemang. En växande trend bland de professionella arrangörerna är att låta utrustningsbutiker eller kedjor fungera som återförsäljare för sina produktprogram.

Konkurrenter till Sverige är bl a Irland, Danmark, Norge, Finland, Österrike, Spanien, USA, Kanada och exotiska destinationer som Senegal och Kenya. För Sveriges del är de största konkurrenterna Irland och Norge.

Informationskanaler, mässor, tidskrifter och etermedier

Tidskrift	Antal nr/år	Upplaga
Het Visblad		150 000
Vismagazine		2 050
BEET Sportvissers Magazin		72 000
Hengelsport Nieuws		14 000
Vissen		25 000
Vissport		50 000
Viswereld		20 000
Zeehengelsport		15 000

Mässa	Tidpunkt	Periodicitet	Besökare
Kortrijk, Belgien	december		25 000
Zwolle	november		2 000
Heiloo	december		500
Zaandam	februari		2 000
Visma	mars		46 000
Arnhem	april		–
Hattem	maj		2 000

6.5.3 Viktiga aktörer/organisationer

- Dutch Union of Sports Anglers Federation (NVVS), 20 förbund, 900 klubbar och totalt 370 000 medlemmar.
- Union of Dutch Autonomous Sports Angling Organizations (NASO)
- European Federation of Sea Anglers (EFSA)
- Dutch Casting Federation (NCF)
- National Information Angling Sport Foundation (NVH)
- Dutch Union of Flyfishers (VNV)

6.5.4 Sammanfattning och marknadsmöjligheter – var hittar vi vår marknad?

Sverige som fiskeresmål har ett gott rykte i Nederländerna. Det är också många hollän-

dare som kommer till Sverige på semester varje år, framför allt campare. Holländare reser gärna med egen bil och då företrädesvis till destinationer i syd- och mellansverige. Populära resmål för fiskare är Blekinge, Småland, Värmland och Lappland. Fiskare som söker bra havsfiske åker hellre till Danmark eller Norge.

Det finns ett begränsat antal researrangörer som arbetar med fiske. Den stora marknaden är sannolikt familjefiskaren och de sportfiskare som arrangerar sina resor själva. Trots detta är det viktigt att etablera svenska fiskeprodukter hos de professionella arrangörerna, då detta höjer den svenska produktens status och gör den mera synlig. Generella aktiviteter för att synliggöra fiskelandet Sverige är nödvändiga.

6.6 Tyskland

6.6.1 Kunder och kundbeteende

Det finns ungefär 3 miljoner aktiva fiskare i Tyskland. Av dessa är knappt 900 000 medlemmar i någon fiskeklubb.

Det säljs fiskeutrustning i Tyskland för drygt 5 miljarder svenska kronor. Det betyder att i genomsnitt lägger varje tysk fiskare ut drygt 1 700 kronor per år bara på utrustning. Detta är mer än vad den genomsnittliga tyske golfaren gör.

Sportfiske i Tyskland är strängt reglerat. För att överhuvud taget få fiska måste man ha en statlig fiskelicens (Fischereischein) som utfärdas efter avläggande av ett omfattande teoretiskt och praktiskt prov. Kostnaden för licensen är ca 1 700 kronor. Först därefter har man möjlighet att få lösa ett fiskekort. De flesta vattendrag i Tyskland är bundna till fiskeföreningar, där endast de egna medlemmarna får fiska. För ett gästfiskekort betalar man knappt 100 kronor per dag. Av dessa orsaker uppfattar tyska sportfiskare som känner till Sverige vårt land som ett fullständigt paradiset för fisketurism.

Antalet fiskeresor till utlandet ligger någonstans mellan 40 000-90 000 för kompletta arrangemang och ca 400 000-500 000 för de resor som organiseras av fiskaren själv.

Efterfrågeprofilen pekar mot

- bil som transportmedel
- övervägande män
- sportfiske med kompisar någon gång per år
- fiske under huvudsemestern med familjen
- fiske på naturliga bestånd i naturliga vatten – ej put and take
- fiske efter gädda och abborre
- en tredjedel väljer resmål efter rekommendation från fiskande föreningskamrater
- Sverige är dåligt känt som fiskeland

6.6.2 Distribution och försäljning

I Tyskland säljs fiskeresor mest via specialiserade distributionskanaler. Det finns 34

researrangörer i Tyskland som säljer fiskeresor. Dessutom finns det ett drygt 30-tal mer eller mindre privata aktörer som på hobbybasis ordnar fiskearrangemang. Många av arrangörerna samarbetar med sportfiskebutiker, där de presenterar sina kataloger och där kunden också kan få kompetent rådgivning. Nästan inga fiskeresor säljs av de vanliga resebyråerna. De upplevs inte som tillräckligt kunniga när det gäller fiske.

Sex tyska arrangörer har med Sverige i sina kataloger. Dessa är Atlantis, edro tours, Angelreisen E Kienitz & I Nolte, Angelreisen E Fuchs, internationale angelreisen och Vöglers Angelreisen. Två arrangörer har strukit Sverige ur sina program pga svag efterfrågan och dålig kvalitet på stugor.

Det är ganska sällsynt att de tyska fiskeföreningarna arrangerar egna resor till utlandet. Någon gång gör man resor till vänskapsföreningar i andra delar av Tyskland, men ingen är speciellt intresserad av att få konkurrens vid det egna fiskevattnet. Fisketidningar har i enstaka fall erbjudit läsaresor, men i så fall är det ändå en fiskeresearrangör som sköter det praktiska arrangemanget.

6.6.3 Viktiga aktörer/organisationer

Verband Deutscher Sportfischer (VDSF), med 25 medlemsförbund, 7 000 föreningar och ca 650 000 medlemmar.

Deutscher Anglerverband (DAV) har 34 medlemsförbund, 3 500 föreningar och 240 000 medlemmar.

Fisch & Fang och Blinker uppfattas som de mest seriösa tidskrifterna, följt av Angelwoche och Rute & Rolle. Om man frågar tyska sportfiskare litar de i första hand på föreningskolleger eller fiskekamrater, följt av skriftlig information från föreningsblad. Fisketidningar kommer först på tredje plats. Radio och TV är ännu inte aktiva kanaler för fisket. Videoband som distribueras via researrangörer till klubbarna kan vara en framgångsrik informationskanal.

Informationskanaler, mässor, tidskrifter och etermedier

Tidskrift	Antal nr/år	Upplaga	Inriktning
Blinker		130 584	sportfiske
Rute & Rolle		79 725	sportfiske
Fisch & Fang		69 400	sportfiske
Angelwoche	veckotidning	85 390	sportfiske
Esox		33 045	sportfiske - gäddfiske
FliegenFischen		11 794	sportfiske - flugfiske
Der Fliegenfischer		17 710	sportfiske - flugfiske
Petri Heil		3 500	sportfiske

Mässa	Tidpunkt	Periodicitet	Besökare	Inriktning
Grüne Woche, Berlin	jan	årlig		
boot, Düsseldorf	jan			
Jagd & Hund, Dortmund	jan/feb			
Reisen/Camping, Essen	mar			
Jagen & Fischen, München	apr			
Jagd, Leipzig	sep			jakt och fiske

Det finns inte någon renodlad sportfiskemässa i Tyskland. För tillverkare av sportfiskeutrustning finns en mässa som heter "Angeln".

6.6.4 Sammanfattning och marknadsmöjligheter – var hittar vi vår marknad?

Tyskland är den största och tuffaste resemarknaden i världen. De tyska konsumenterna ställer höga krav och är vana att få bra service. De senaste årens stora tyska investeringar i östra Tyskland har ansträngt ekonomin och bromsat upp den privatekonomiska utvecklingen, med en stagnerande resemarknad som följd.

Distribution och försäljning av fiskeresor sker genom specialiserade researrangörer. Det är få arrangörer som säljer Sverige. Information om bra fiske sker i hög grad via föreningar, men också genom tidskrifter. Det finns inga specialiserade mässor för fiske i Tyskland.

En stor del av fiskeresorna är egna arrangemang, tillsammans med kompisar eller med familjen. Transportmedel är oftast bil. Boende är oftast stuga. Man fiskar helst gädda och abborre. Resmål i Sverige är företrädesvis de södra delarna (bilavstånd).

Samstämmiga reaktioner från Tyskland pekar mot behovet av att arbeta mer med de tyska fiskeresearrangörerna för att etablera fler svenska arrangemang hos dessa. Man pekar också mot en intensivare bearbetning av fiskeföreningar med information om fiskemöjligheter i Sverige. "Vi måste ha klart för oss att det är relativt enkelt och billigt att försörja den organiserade fiskaren med information, i stället för att nå den "oorganiserade" genom påkostade annonskampanjer."

Kvalitetsnivån, framför allt på boendet, är också ett område som kräver åtgärder. En utveckling av fiskeresor till norra Sverige kräver paket som inkluderar flygresor till prisnivåer som är konkurrenskraftiga, jämfört med arrangemang till Irland och Norge.

6.7 Storbritannien

6.7.1 Kunder och kundbeteende

Antalet fritidsfiskare i Storbritannien uppskattas till någonstans mellan 3,3 och 4 miljoner. Alla som fiskar måste i princip ha en licens, men många fiskar utan, vilket gör det svårt att få en klar uppfattning om det totala antalet fiskare.

I Storbritannien delas sportfiskare upp i tre kategorier; game anglers (bl a laxfiskare), sea anglers (havsfiskare) och coarse anglers (fiske i sötvatten efter annan fisk än laxfisk, mest mete efter vitfisk och gädda). Klubbmedlemskap, tidskrifter, mässor och fisketävlingar följer denna indelning. Ungefär hälften av fiskarna är medlemmar i klubbar. Intresset för klubbmedlemskap är störst bland laxfiskare.

Intresset för laxfiske är större bland de mer välbeställda, medan vitfiske är mest utbrett bland vanligt folk.

De finns inga exakta uppgifter över hur många fiskare som fiskar i utlandet. Den generella uppfattningen är att de är ganska få och endast en liten del av dessa reser till Skandinavien. Fiskeresan är ofta en andrasemester och framför allt metarna, som ofta har begränsade ekonomiska resurser, är priskänsliga. De vill inte åka för långt, de vill bo billigt och de är extremt känsliga för priset på öl. Man vill gärna bo så att man kan laga mat och torka kläder. På grund av all utrustning föredras biltransport, men billiga flygresor kan vara ett alternativ.

Sverige uppfattas som rent, dyrt, med underbar natur och glest befolkat. Samtidigt är man osäker på produkten, man vet inte vad som kommer att möta en, är det någon som kan tala engelska, hur hittar man fram till bra fiske i detta stora land. De som varit i Sverige jämför den svenska naturen med Kanada, med skillnaden att Sverige ligger på väsentligt närmare håll.

För metare är de viktigaste utlandsdestinationerna Irland, Nederländerna och Dan-

mark. Mäskningsförbudet i Danmark, dvs förbud att locka till sig fisken genom att sprida stora mängder bete på fiskeplatsen – mäska – har dock medverkat till en negativ attityd till Danmark hos brittiska metare. För laxfiskare är de viktigaste destinationerna Ryssland, Island och Kanada. För fiske efter stor havsfisk reser man i viss utsträckning till icke-europeiska, exotiska destinationer.

6.7.2 Distribution och försäljning

Det finns en handfull researrangörer som arbetar med fiskeresor på den brittiska marknaden. De viktigaste är;

- Anglers World Holidays
- Angling Travel
- Norvista
- Travelling Together
- Kings Angling
- Anglers Abroad
- Dream Angling Holidays
- Go Fishing
- Roxton Baily Robinson
- Arthur Oglesby
- Frontiers

Av dessa hade under förra året endast två, Anglers World Holidays som i första hand arbetar med vitfiske, och Angling Travel, som är specialiserade på laxfiske, fiskeresor till Sverige.

Ledande arrangörer är intresserade av att sälja paketresor till Sverige, i första hand inriktade mot mete, som de anser vara i världsklass, men också avseende vitfiske, gäddfiske och fiske efter laxartad fisk. Intresserade anläggningar bör ha tillgång till ett varierat utbud av fiskevatten med naturligt bestånd. Put & Take är inte speciellt intressant, då man har tillgång till detta på hemmaplan.

Flera av arrangörerna i Storbritannien pekar på marknadens och sin egen okunskap om möjligheterna på den svenska marknaden. Man saknar information och man är osä-

Informationskanaler, mässor, tidskrifter och etermedier

Tidskrift	Antal nr/år	Upplaga	Inriktning
Angling Plus	12	26 500	mete
Angling times	52	75 169	fiske
Angler´s amil	52	44 657	mete
Coarse Fisherman	12	27 000	mete
Improve your coarse fishing	12	73 946	mete
Let´s go coarse fishing	12	45 000	mete
Improve your Sea Angling	1	31 381	havsfiske
Sea Angler	12	48 585	havsfiske
Fly-fishing and fly-tying	8	23 779	laxfiske
Salmon, trout & sea trout	12	26 000	laxfiske
Stillwater Trout Angler	12	22 373	laxfiske
Trout and Salmon	12	48 463	laxfiske
Trout Fisherman	12	32 157	laxfiske

Mässa	Tidpunkt	Besökare	Inriktning
Angling 98, Birmingham	april	30 000	fiske - mest mete
Chatsworth Angling Fair, Derbyshire	maj	26 000	mete och laxfiske
LA Game Fair, Stratfield	juli	65 000	jakt och fiske

ker på var de bra möjligheterna finns för brittiska fiskare. Flera arrangörer har sålt resor till Sverige, men har upphört av olika anledningar, främst beroende på kvalitets- och kommunikationsproblem.

Såväl Kanada som Irland bearbetar den brittiska marknaden mycket intensivt och Irland är marknadsledare i Storbritannien med lång säsong, billigt fiske, bra inkvartering, prisvärda arrangemang och hög tillgänglighet.

6.7.3 Viktiga aktörer/organisationer

National Federation of Anglers (NFA), med över 500 klubbar och mer än 200 000 individuella medlemmar. De är huvudorganisation för vitfiske och mete och har ett eget nyhetsbrev som utkommer med fem till sex nummer per år.

National Federation of Sea Anglers (NFSA) har 550 klubbar anslutna och över 35 000 medlemmar. De är inriktade mot havsfiske.

The Salmon & Trout Association (S&TA) med 300 klubbar och ca 100 000 medlemmar är laxfiskarnas organisation. Deras medlemmar finns över hela Storbritannien och här hittar vi fiskare med höga inkomster och hög frekvens utlandsresande. Eget nyhetsbrev 2 ggr per år.

Storbritannien har ett omfattande utbud av fisketidsskrifter. Flera utkommer varje vecka och har mycket stor upplaga. De är tydligt inriktade mot olika segment, mete, havsfiske och laxfiske.

6.7.4 Sammanfattning och marknadsmöjligheter - var hittar vi vår marknad?

Den brittiska marknaden är en idealisk marknad för svensk fisketurism. Det finns ett stort intresse för mete av vitfisk och för gäddfiske något som vi har god tillgång på. Det finns en stor grupp laxfiskare med god ekonomi, marknaden är stor - det är många som fiskar, det finns minst ett dussintal duktiga researrangörer, varav flera tydligt uttrycker intresse för att bygga upp kontakter med Sverige. Av de utomnordiska marknaderna är den brittiska den som skapar minst språkproblem för oss svenskar, även om engelsmännen själva är oroliga för detta.

Den svenska naturen upplevs som en mycket exotisk och spännande inramning till fisket, men det får inte bli för vilt. Britterna är ett civiliserat folk som gärna vill ha sällskap och uppskattar en öl på puben efter avslutat fiske.

Det brittiska pundet är just nu mycket starkt, vilket innebär att utlandssemestrar är billigt för engelsmännen. Detta syns också tydligt i den generella turiststatistiken.

Ändå är kostnadsnivån viktig att hålla ögonen på, framför allt för metare som är mera priskänsliga. Vår viktigaste konkurrent är Irland som har ett stort utbud av mycket prisvärda arrangemang och som dessutom ligger på närmare håll än Sverige.

Produkter som bygger på färjearrangemang till Västsverige kan vara väl så prisvärda och resan tar inte heller så lång tid. De nyligen etablerade flyglinjerna från Stansstad till Skavsta och Kristianstad erbjuder intressanta möjligheter till arrangemang som inte behöver bli så dyra. Produkter för norra Sverige bör utformas i nära samarbete med de brittiska arrangörerna. Exempel på sådana produkter kan vara fly&drive-lösningar eller andra arrangemang som erbjuder fungerande och prismässigt vettiga helhetslösningar för kunden.

Målgruppen i Storbritannien är i första hand specialister och därför är en grundförutsättning för aktiviteter på den brittiska marknaden en utveckling av samarbete med brittiska fiskeresearrangörer.

6.8 Frankrike

6.8.1 Kunder och kundbeteende

Det finns mellan 1-2 miljoner franska fiskare. Ungefär 100 000 åker utomlands varje år för att fiska, varav ca 15 000 använder researrangörer. En liten grupp fiskar utanför Europa, i första hand i Kanada som har blivit mycket populärt de senaste åren (bra fiske och man talar franska). Utlandsfiskandet ökar i takt med att utländska resmål blir mer tillgängliga. Fransmännen upplever också att det inhemska fisket blir sämre.

Frankrikes ca 100 000 flugfiskare har god ekonomi och 30% åker utomlands för att fiska. Laxfiske är omåttligt populärt och man vill i första hand uppleva ett förnämligt fiske. Allt annat kommer i andra hand. Man är också intresserad av fiske efter gädda, öring och harr. Trolling däremot är inte intressant.

Man vill fiska när fisket är som bäst och åker oftast med en eller två kamrater. Familjen är oftast inte med, även om benägenheten att ta med familjen ökar. Framför allt vid resor norrut åker man utan familj. I den franska researrangören Havas presentation av Tjounajokk är speciellt angivet att fruarna bör lämnas hemma!

Önskemål om boendet varierar från enkla stugor till tjugiga hotell. Generellt nöjer sig gäddfiskare med enklare standard än laxfiskare som gärna vill ha pensionat med matlagningen ordnad. Bröd och vin till maten, och gärna möjlighet att ta en aperitif före. Fransmännen har senare middagsvanor än vad som är vanligt i Sverige och vill helst inte ha middag före kl 20.00.

6.8.2 Distribution och försäljning

Strukturen i säljledet i Frankrike skiljer sig rätt avsevärt från de andra europeiska marknaderna. Medan man på de flesta marknaderna i Europa har små fristående researrangörer för fiske, är dessa i Frankrike delvis integrerade i de allra största franska researrangörerna. Utöver de etablerade rese-

arrangörerna finns också ett okänt antal privata aktörer som inte har resebyrålicens, men som ändå i viss mån konkurrerar med de etablerade arrangörerna.

De viktigaste aktörerna på den franska marknaden är

- Havas Voyages, Frankrikes största researrangör med 400 egna försäljningsställen, har egen avdelning för jakt och fiskeresor
- Jet Tours, stor researrangör, med avdelning för jakt och fiske
- Planet Fly Fishing, ny arrangör (1996) specialiserad mot flugfiske
- GP Chasse et Pêche
- Orchape, äldst i branschen, visst samarbete med Sverige.

Havas, Jet Tours och Orchape säljer svenska produkter.

Viktigaste konkurrent till Sverige är Irland med ett prisvärt och bra utbud. Spanien, Slovenien, Ryssland, Kanada, Tyskland och Österrike är också marknader av intresse för den franske fiskaren. Kanada har genom sin språkgemenskap med Frankrike en viss särställning.

6.8.3 Viktiga aktörer/organisationer

Union Nationale de la Pêche (UNP), samlar de regionala föreningarna och har också en egen tidning "le Pêcheur de France".

Conseil Supérieur de la Pêche (CSP) är statlig myndighet för fiske och lyder under Miljödepartementet. Intäkter från fiskekort delas mellan UNP och CSP och beslut rörande fiske och miljö fattas gemensamt av dessa organisationer.

De viktigaste tidskrifterna för svenska fiskeannonser är Le Magazine des Voyages de Pêche, La Pêche et les Poissons och Plaisir de la Pêche. Det finns en kabel-TV kanal "Seasons" för jakt, fiske och natur med 250 000 betalande abonnenter.

Informationskanaler, mässor, tidskrifter och etermedier

Tidskrift	Antal nr/år	Upplaga	Inriktning
Le Magazine des Voyages de Pêche	6	28 000	även på Internet
Plaisir de la Pêche	6	50 000	flugfiske
La Pêche et les Poissons		115 000	fiskeresor
Pêche en mer			medlemstidning

Mässa	Tidpunkt	Periodicitet	Besökare	Inriktning
Pêche Classique, Paris	nov	årlig	3-5 000	flugfiske
SAPEL, Paris	feb	udda år	25 000	fiske
Salon nautique, Paris	dec	årlig		allmän plus fiske

Det finns också några regionala mässor med deltagarantal som ibland kan vara större än SAPEL, som är den största nationella mässan på sportfiskeområdet. De äger rum i Clermont-Ferrand i januari, i Châlons sur Saone i maj och i Paris i mars (Salon de l'agriculture).

Det finns också en redskapsmässa, ALBI, som är öppen endast för säljare av sportfiskeutrustning.

6.8.4 Sammanfattning och marknadsmöjligheter - var hittar vi vår marknad?

Den franska marknaden skiljer sig lite från övriga europeiska marknader. Ett tydligt markerat stort intresse för laxfiske och något högre krav gällande boende och måltider. Förutom lax är man intresserad av öring, harr

och gädda. Catch & release-fiske blir allt viktigare liksom fiske på naturliga bestånd i naturlig miljö.

Konkurrensen i flygsegmentet är hård från framför allt Irland, med priser som ibland ligger på hälften av de svenska. De franska researrangörerna efterlyser också engagemang och professionalism från svensk sida.

Frankrike är i hög grad en researrangörsmarknad, med inriktning mot specialister. Avståndet till Frankrike pekar mot flyg för såväl mellansverige som för norra Sverige. Det är bara södra Sverige som i någon mån kan nås med bil, för t ex gäddfiskare som klarar sina egna arrangemang. Kanske också som sommardestination för familjefiskare, där man kan erbjuda ett varierat utbud av aktiviteter riktade mot familjer.

6.9 Italien

6.9.1 Kunder och kundbeteende

Antalet fiskare i Italien uppskattas till ca 2 miljoner. Volymen har minskat under de senare åren, främst pga dåligt intresse från ungdomen men också beroende på en sämre naturmiljö. Det finns inte någon klar uppfattning om hur många som fiskar i utlandet, men man upplever att det är ett ökande intresse för fiske i bra miljöer utomlands, pga förorenade vatten och dålig miljö i Italien.

De mest populära resmålen för fiske är Kanada, Alaska, Kuba, Irland, Skottland, Slovenien, Österrike och Skandinavien.

Bland de som fiskar utomlands är flugfiske mest förekommande. Flugfiskare har ofta god ekonomi och därigenom större möjligheter att fiska utomlands. Man reser med kamrater eller med hustrun, ofta då med ett annat par så att fruarna kan umgås medan männen fiskar.

Man reser med bil till närliggande destinationer och med flyg till längre bort liggan-

de resmål. Boendet kan variera från stugor till hotell och är beroende på resällskap och typ av fiske.

Man fiskar gärna lax, röding, öring, harr och gädda. Vid fiske utomlands söker man dock bättre fiske efter samma arter som hemma eller bra fiske efter andra arter.

6.9.2 Distribution och försäljning

Det finns mycket få specialiserade fiskeresearrangörer i Italien. På hemmamarknaden finns inget utbud av fiskeresor och för utlandsmarknaderna är endast få aktörer aktiva.

- Evasioni, startade 1994 och säljer genom ett 70-tal resebyråer men också direkt.
- Sport & Tiempo Libero hör till resebyråjätten Francorosso. Man distribuerar via resebyråer och utrustningsaffärer.
- I Viaggi Prospettive
- Graciosa Fishing Club, huvudsakligen Cuba och Kanarieöarna
- Press Tour

Informationskanaler, mässor, tidskrifter och etermedier

Tidskrift	Antal nr/år	Upplaga	Inriktning
Pesca in	12	46 000	fiske sötvattensfiske
Pescare	12	59 000	fiske allmänt
Pesca in Mare	12	52 000	havsfiske
Il Pescatore d'Acqua Dolce	12	76 000	sötvattensfiske
Pescare Artificiale	4	30 000	flug- och spinnfiske
Pescare Mare	12	32 000	havsfiske
La Pesca Mosca e Spinning	4	30 000	flug- och spinnfiske

Mässa	Tidpunkt	Periodicitet	Inriktning
AIPO show, Bologna	okt/nov	årlig	fiske och utrustning
Pesca i Pescatori, Modena	mar	årlig	regional
Pozo Fly Festival, Brescia	årlig		regional flugfiske

Evasioni och Sport & Tiempo Libero säljer fiskeresor till Sverige, i första hand till norra Sverige. I viss utsträckning arrangerar även fiskeklubbar och -tidningar egna resor.

6.9.3 Viktiga aktörer/organisationer

Federazione Italiana Pesca Sportiva e Attività Subaquea (FIPSAS), är nationell fiskeorganisation med regionala och lokala sektioner i hela Italien. Totalt har FIPSAS 300 000 medlemmar.

ARCI PESCA, AILP, Italpesca och UPS är organisationer som förvaltar fisket och fiskevatten i olika regioner i Italien.

De flesta fisketidningarna ges ut av Editoriale Olimpia i Florens. På detta förlag finns bl a Pescare Mare, Pescare Artificiale, Il Pescatore d'Acqua Dolce och Pescare.

De viktigaste tidningarna är Pesca in, Pescare och Il Pescatore d'Acqua Dolce.

6.9.4 Sammanfattning och marknadsmöjligheter - var hittar vi vår marknad?

Italien är en spännande marknad med i första hand fiskeresor via researrangörer som möjlighet. Sverige har konkurrensfördel mot Norge genom en lägre prisnivå. Irland erbjuder – som vanligt – de billigaste paketen.

Norra Sverige och flygtransport är intressant för italienarna. Viktigt att kvaliteten i de svenska produkterna stämmer med kundernas önskemål.

För att höja synligheten för de svenska fiskemöjligheterna bör samarbete utvecklas med italienska journalister som skriver om fiske.

6.10 Andra utlandsmarknader

Det finns sportfiskare i nästan alla länder. Andra intressanta marknader kan vara USA, Spanien, Kanada, Polen och Ryssland. Det finns dock ingen anledning att idag öka aktiviteterna på ytterligare marknader utan snarare bör man försäkra sig om att åstadkomma bra resultat på de marknader som beskrivits ovan.

7. Produktutveckling och entreprenörskap

Kunskapen om produkt, marknad och marknadssegment utgör en nödvändig bas för utveckling av kommersiellt intressanta produkter. Andra viktiga egenskaper för en fisketuristisk entreprenör är kunskap om fiskeresursen, god förankring i det område där man verkar och naturligtvis också ett gott affärs-mannaskap.

7.1 Starkare turistföretag

Ett skickligt fisketuristiskt entreprenörskap är nyckeln till utveckling av fisketurism i Sverige. Ett skickligt entreprenörskap utvecklar kvaliteten i den fisketuristiska upplevelsen. Entreprenören blir det nav kring vilket boende, guider, båtar och utrustning snurrar. En duktig entreprenör dimensionerar tillsammans med fiskevårdsområdet fisket på ett sådant sätt att resursen kan nyttjas på ett långsiktigt hållbart sätt. Entreprenören kan enkelt informera sina kunder om lokala förutsättningar och traditioner så att friktion med lokalboende och andra grupper av fiskare minimeras.

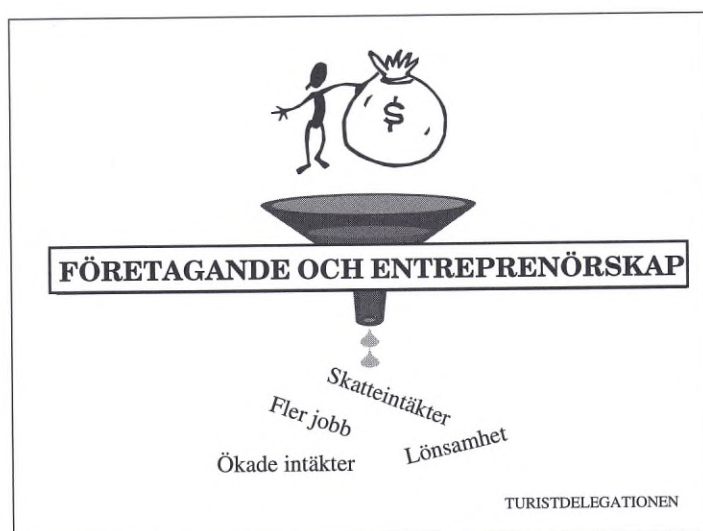
I ekonomiska analyser pekas ofta på att turism skapar intäkter hos en mängd olika aktörer i ett område. Såväl bensinstationen som livsmedelsaffären tjänar pengar på turismen. Detta leder till att vi får bensinstationer och livsmedelsaffärer med högre kvalitet och stabilare ekonomi. **Men det skapar inte direkt några förutsättningar för en högre kvalitet i själva den fisketuristiska produkten – som ofta är själva orsaken till turistens besök på platsen.** När butiker eller skolor i glesbygd läggs ner är det den lokala efterfrågan som sviktar snarare än den turistiska. Nytt turistiskt företagande tillför en starkare lokal efterfrågan i sådana områden.

Ett tydligare företagsekonomiskt fokus på själva fisketurismföretaget vore önskvärt. **Det är det lokala företagets förmåga att producera upplevelser som går att ta betalt för som är motorn i den utveckling som så småningom genererar intäkter, sysselsättning, lönsamhet, nya jobb och möjlighet för lokalbefolkningen att bo kvar i området.** De turistfrämjande organisationerna skall koncentrera sina resurser på att stödja utvecklingen av just detta företagande.

7.2 Mer intäkter till bygden

Idag ställer fisketuristen ofta högre krav på produktinnehåll och service än bara en passiv försäljning av fiskekort. Samtidigt ställer bygden och ägarna högre krav på ekonomiskt utbyte för att avstå något av sitt traditionella fiske till fisketurister. **En fisketurism som inte lämnar några synliga ekonomiska effekter i bygden kommer inte att skapa en bra grund för en positiv inställning från lokalbefolkningens sida.**

Ett framgångsrikt fisketuristiskt projekt kräver också helt andra ekonomiska resurser än tidigare. Investeringarna är större och kraven på räntabilitet har ökat eller kommer att öka. Ekonomiskt starka och stabila en-



Företagandet är en nödvändig katalysator för att skapa intäkter och jobb till bygden.

trepreneurer som tror på sin affärsid, är en förutsättning för att Sverige på sikt skall lyckas med att få fisketurismen etablerad som näring.

7.3 Turism i ett näringsperspektiv är förflyttad konsumtion

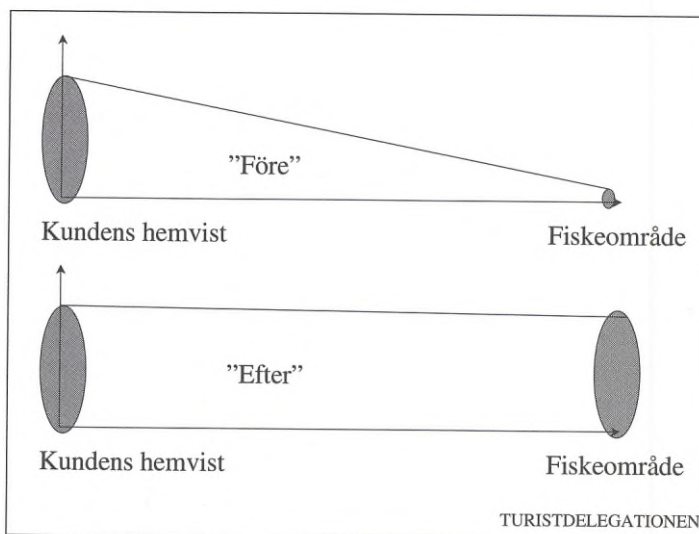
Turism beskrivs ibland som förflyttad konsumtion, dvs konsumtion som skulle ha ägt rum på annan plats, men som nu äger rum här. Det blir därför turistområdets förmåga att dra till sig konsumtion – från andra områden eller andra länder – som kommer att vara helt utslagsgivande för områdets framgång.

Fördelningen av turistens utlägg måste förändras så att en större del av utläggerna hamnar i själva fiskeområdet.

Fiskevårdsområdets – ägarnas – roll i denna utvecklingsprocess är mycket väsentlig. **Varje ingrepp i rådande ordning måste kunna motiveras och accepteras av de som är ägare och ofta även brukare av resursen.** Ett nära och förtroendefullt samarbete mellan entreprenör och FVO är en viktig grund för en framgångsrik utveckling.

Fiskevårdsområdet är knappast själv den naturlige entreprenören. Men kan naturligtvis vara det i särskilda fall, t ex när området består av ett fåtal delägare, vilka redan från början är överens om vad som behöver göras och dessutom har egen kompetens eller tillgång till sådan som kan bistå vid utvecklingen – och inte minst har de ekonomiska förutsättningarna.

I annat fall är ett arrende eller ett separat bolag/kooperativ/ekonomisk förening sannolikt att föredra. Konstruktionen måste i varje fall medge en möjlighet för ägarna och bygden att få ett ekonomiskt intressant utbyte av verksamheten. Fiskekortsintäkterna utgör i detta sammanhang en liten del av turistens totala utlägg. Det är snarare utlägg för boende, mat, guider, båtar och tillbehör som är intressanta att styra till själva fiskeområdet. Detta resonemang leder också till



Fördelning av intäkter.

att intäkterna från fiskekortsförsäljning även i fortsättningen bör kunna reserveras för fiskevårdande åtgärder.

För de vattenområden där handredskapsfisket är fritt gäller delvis andra förutsättningar. Initiativkraften och viljan att utveckla fisketurismen tycks i stort sett saknas inom dessa områden. Det är inte många som känner ansvar för resursen och dess möjligheter. Det är få som vill riskera kapital och kraft på att utveckla fisketurismen, när den kännetecknas av så osäkra förutsättningar som i landets kustområden och de stora sjöarna. Det finns dock undantag, som t ex trolingfiskeområden på platser med goda förutsättningar för riktat fiske framför allt efter lax och öring. I dessa områden där intäkter från fiskekortsförsäljning inte finns att tillgå får fiskevården lösas med annan finansiering.

Det finns dock i princip inget hinder för likartade fiskeentreprenöriella arrangemang i kustområdena som i insjövattnen. **Ett antal intresserade parter som förfogar över sammanhängande vattenområden kan naturligtvis redan idag bilda en ekonomisk förening för fisketuristisk utveckling i ett sådant gemensamt område.**

Intäkterna kommer att se likadana ut som i insjövattnet, med undantag för intäkten från fiskekortsförsäljningen. Denna går dock även i insjövattnen idag huvudsakligen till fiskevård.

Det kommer trots detta att vara svårt att uppbåda någon större entusiasm från lokalbefolkningens sida så länge som man inte ser någon tydlig roll för sig själv i den pågående utvecklingen. Fiskevården och fiskekortsförsäljningen blir här viktiga symbolfrågor som på något sätt måste finna en gemensam lösning, om man skall kunna få till stånd utveckling som bygger på lokal medverkan.

7.4 Anläggningar ökar tillgängligheten

Resursstarka fiskecamper eller fiskecentra med goda möjligheter till rådgivning, service och bokning av aktiviteter kommer att vara viktiga stödjepunkter för den framtida utvecklingen. Det är bara de allra mest erfarna fisketuristerna med god lokalkunskap som klarar sig helt själva. Alla andra är mer eller mindre beroende av att få hjälp av kunniga och serviceinriktade personer på plats.

Fiskecampen, som kan vara en gård, en stugby, ett vandrarhem, ett hotell eller en campingplats, blir därigenom **en viktig förutsättning för ökad tillgänglighet till fiske**, naturupplevelser och till den lokala kulturen. Fisketuristen är en person ”som har sin kultur i naturen”.

7.5 Checklista för fisketurismentreprenörer

- Analys av marknad, kunder och konkurrenter.
- Kartläggning av tillgängliga resurser; fisk, vatten, lokaler, personal.
- Analys av planläget; kommunala översiktsplanen (KÖP), naturresurslagen (NRL), plan- och bygglagen (PBL) – de två senare ingår numera i Miljöbalken – m m.
- Ekonomi; budget och finansiering.
- Vision, målformulering och affärsidé.

- Avtal med samarbetspartners; transportörer, finansiärer, mark- och vattenägare.
- Produkt, innehåll och kvalitet.
- Plan för marknadsföring, distribution och försäljning.

7.6.1 Analys av marknad, kunder och konkurrenter

Utvecklingen av en fisketuristisk verksamhet måste föregås av en analys enligt t ex ovanstående förslag. För att nå fram till en konkurrenskraftig produkt krävs ett gediget förarbete och också kunskaper i företagsledning och företagsekonomi. Verksamheten måste vara starkare marknadsorienterad och inte fullt så produktorienterad som hittills oftast varit fallet.

En analys av efterfrågan och konkurrenssituationen är ett nödvändigt led i produktutvecklingsprocessen.

- Finns det någon efterfrågan av fisketuristföretagets produkt?
- Hur ser kundstrukturen ut?
- Är det flugfiskaren eller någon annan specialist?
- Är det spinnfiskaren, metaren eller är det den breda gruppen allmänt intresserade eller familjefiskare som företaget vänder sig till med ett intressant och anpassat fiske?
- Är det en kategori eller flera i kombination?

Många fiskande söker ett fiske i en orörd miljö. Andra grupper ser gärna att fisket är tillrättalagt så långt som möjligt och att servicegraden är hög i fråga om mat och boende.

Specialisten söker ofta en fiskeprodukt som i sin helhet är anpassad just till fiske. Detta kan avse fisket i sig, boendet eller möjlighet att umgås med andra fiskare i en miljö med fiskeatmosfär.

Servicenivån för mat och boende är beroende av den enskilde gästens eller gruppens önskemål. En familj har andra krav än

en enskild fiskare. Utländska fiskare har ofta andra krav än ”di svenske”. Den röda stugan med självhushåll vid sjön med tillgång till båt är många familjers önskemål.

I undersökningar i svenska kortfiskeområden som refererats i kapitel 6 har önskemål framförts om ”after-fishing”. Med andra ord – det är dags att komplettera den nuvarande fiskeprodukten med arrangemang som gynnar och utvecklar den sociala delen av fisket.

I fråga om satsningar på utlandsmarknader krävs att särskilda hänsyn tas till de speciella krav som fisketurister från andra länder ställer. I flera länder börjar t ex Catch & Release-fiske (den fångade fisken sätts levande tillbaka i vattnet) bli mer och mer vanligt, vilket innebär att de utländska fiskarna faktiskt fiskar mer resurssnålt än vi själva gör.

7.6.2 Kartläggning av tillgängliga resurser; fisk, vatten, lokaler, personal

Det är viktigt att redan från början klarlägga vilka som är fiskerättsägare och hur dessa är organiserade. Organisationsgraden bland fiskerättsägarna i landets insjövatten är betydligt högre idag än för 10-20 år sedan. Många är organiserade i fiskevårdsområden (FVO) och också engagerade i utveckling av fisketurism. Varje fisketuristisk satsning bör föregås av en noggrann bedömning rörande det möjliga resursuttaget.

7.6.3 Analys av planläget; kommunal översiktsplan, miljöbalken m m

Initiativ till utveckling bör uppmuntras och hanteras på ett sådant sätt att företrädare för olika intressen får framföra sina synpunkter under planeringsprocessen. Kommuner och länsstyrelser har här en viktig arbetsuppgift att tillsammans med berörda parter starta och underhålla en sådan process.

Tänk alltid på att de närboende, oavsett vilken väg man väljer, vill behålla en del av sina traditionella fiskevatten. Planera så att

konflikter mellan de närboende och fisketurismens utövare undviks – segmentera hemmamarknaden – och utveckla fiskemöjligheterna därefter.

7.6.4 Ekonomi; budget och finansiering

Grundförutsättningarna för budgetering av en fisketuristisk satsning skiljer sig inte från andra typer av satsningar. Budgeten måste bygga på realistiska förutsättningar beträffande marknadens volym och utveckling, liksom på projektets förmåga att konkurrera med andra likartade projekt. Särskilt viktigt är att långsiktigt säkra tillgången till fiske av god kvalitet och också till långsiktig finansiering för verksamheten. En del finansieringskällor kommer endast i fråga för vissa delar av verksamheten; EU-medel, fiskevårdsmedel och regionala medel.

När det gäller prissättningen är det hela upplevelsen eller hela vistelsen inom ett visst fiskeområde som bör utgöra grunden. Med en sådan utgångspunkt blir priset på enskilda komponenter, t ex fiskekortet, mindre viktigt. Det är primärt hela upplevelsen, hela produkten, som kostar och som skall ge ekonomisk täckning till produktens alla delar.

7.6.5 Vision, målformulering och affärsidé

Det är viktigt för ett företag att det finns en klar målsättning för verksamheten. I en inledande diskussion bör därför självklart en övergripande målsättning eller vision finnas med.

7.6.6 Avtal med samarbetspartners; transportörer, finansiärer, mark- och vattenägare

Under ett uppbyggnadsskede är det viktigt att träffa nödvändiga avtal med olika intressenter i de delar som företaget själv inte förfogar över, men som är tänkta att ingå i den kompletta produkten. Avtalen är därför en viktig del i utvecklingsprocessen. Där klarläggs vem som ansvarar för de olika delarna i den slutliga produkten.

Utveckling av fisketuristiska projekt inom områden med fritt handredskapsfiske kräver att särskild hänsyn tas till traditioner och olika intressen jämfört med vad som gäller i fråga om fiske på enskilt vatten i inlandet.

Transportfrågorna har haft en tendens att hamna i skymundan vid analysen av förutsättningarna för fisketuristiska projekt. När tiden för många människor är den mest knappa resursen prioriteras områden med hög tillgänglighet och låg transportkostnad. För att driva fisketuristiska projekt för utländska marknader i norra Sverige krävs fungerande flygtransporter. Sverige, med sin glesa turistiska struktur, kan troligtvis vara mycket lämpligt för s k Fly & Drive- eller Train & Drive-lösningar.

7.6.7 Produkt, innehåll och kvalitet

Det är inte alltid nödvändigt att upplåta alla fiskevatten inom ett visst fiskeområde. Om många fiskevatten ingår i ett större vattenområde, administrerat av ett FVO eller annan ägare, är det sannolikt en fördel att differentiera utbudet - att göra utbudet mer tillgängligt och spännande. Det tar lång tid för en fiskare att lära sig ett fiskeområde, särskilt om fiskeguide inte är tillgänglig. Är alltför många vatten upplåtna kan fiskaren känna sig frustrerad över att inte hinna fiska i alla.

Det ligger därför nära till hands att variera fiskemöjligheterna efter fisketuristens önskemål. En sådan utveckling kan samtidigt också underlätta hänsynstagandet till de närboende, genom t ex förmånlig prisdifferentiering.

Fiskeservice handlar om olika åtgärder i eller i direkt anslutning till fiskevattnen. Det handlar också om information beträffande förutsättningarna för fiske; kartor, artsammansättning, fiskemetoder och fisketider, minimimått på fisken m m. Det kan också handla om parkeringplatser och andra ar-

rangemang på land, båtuthyrning, båtramper, arrangerade fisketurer eller förslag till egna fisketurer, tillgång till fiskeguider och fiskevärdar.

Den del av fisketurismprodukten som är minst utvecklad i vårt land är mottagningsservicens uppbyggnad och innehåll. I takt med att fisket får en bredare publik, en publik som kanske inte är så van vid att umgås med naturen och därför inte heller har den nödvändiga kunskapen blir mottagnings servicen allt viktigare. En ökad internationisering bidrar naturligtvis också till att kraven på en mer kvalificerad mottagnings service ökar. Ett viktigt moment i mottagnings servicen är att arrangören informerar sina gäster om gällande fiskeregler, säkerhetsföreskrifter m m.

För de fiskare som är på semester tillsammans med sin familj är kompletterande aktiviteter nödvändiga. Detta kan handla om allt från sol och bad till stadsbesök med shopping eller svamp- och bärplockning. För familjefiskaren är det ofta det totala utbudet i området som avgör valet av destination.

Exempel på anpassningar till kundens behov är; generösa öppettider, servicekänsla, kompetenta medarbetare, semesteruttag under lågsäsong, möjligheter till förfriskningar och inköp av utrustning. Sådana anpassningar bidrar till att höja områdets status genom att också tillgodose en del av den sociala sidan av fisket; att diskutera redskapsval, inte minst flugmönster och bindning av flugor. Ortens flugmönster är ofta eftertraktade.

7.6.9 Plan för marknadsföring, distribution och försäljning

Turism karakteriseras av småföretagande. En av turismens många paradoxer är att till skillnad från annat småföretagande finns kunderna oftast på långt eller mycket långt avstånd från turistföretaget. Det är få turistföretag som har resurser eller tillräcklig kun-

skap om marknader eller marknadssegment för att själva klara marknadsföring, distribution och försäljning. Det är därför mycket viktigt för en entreprenör att tidigt i processen ha en klar uppfattning om vem som skall bli hans kund och att etablera kontakter med samarbetspartners som har goda kundkontakter och distributionskanaler. IT-lösningar som t ex hemsidor kan vara ett bra komplement till annan marknadsföring, men man bör noga diskutera detta med sina samarbetspartners, så att det inte uppstår någon oklarhet om hur och av vem den aktuella marknaden ska bearbetas.

Den specialiserade fisketuristen nås lättast genom researrangörer som är inriktade mot dessa kundsegment. Det är viktigt att synas i arrangörernas kataloger. Det finns ganska många researrangörer som är inrik-

tade på fisketurism i de flesta länderna i Europa, medan utbudet av sådana arrangörer på den svenska hemmamarknaden är mera begränsat. Specialisterna är en viktig målgrupp, inte minst genom sin funktion som stilbildare eller trendsetters för andra fiskare.

Familjefiskaren efterfrågar ett bredare utbud av aktiviteter för sig själv och sin familj. Detta kan handla om andra naturrelaterade verksamheter som paddling, ridning eller cykling, men också om shopping eller museibesök. När det gäller att nå familjefiskare är destinations-marknadsföring ett bättre verktyg än specialiserade researrangörer. Man är då som fisketurismentreprenör med och säljer hela sin destination med dess hela utbud och det är den samlade styrkan i utbudet som säljer destinationen.

Foto: Martin Engström



8. Fisketurismens samhällsvärde

8.1. Det nationalekonomiska perspektivet

Olika näringsgrenars ekonomiska betydelse anges ofta med mått hämtade ur nationalräkenskaper, dvs produktionsvärde och förädlingsvärde (produktionsvärdet minus värdet av de insatsvaror som har köpts från andra näringsgrenar). Nationalräkenskaper har emellertid vissa begränsningar som ofta inte spelar så stor roll men som är kritiska när det gäller att bedöma sportfisketurismens samhällsekonomiska betydelse. En sådan är att räkenskaper enbart inkluderar varor som är marknadsprissatta. Det innebär att miljötillgångar som tillhandahålls som fria nyttigheter inte inkluderas. Detta gäller därför t ex värdet av det fria handredskapsfisket.

Även kortfisket kan ha liknande problem i den utsträckning som kortpriserna inte egentligen är marknadspriser utan är administrativt bestämda. En andra begränsning är att sektorsindelningen i nationalräkenskaper är rätt ålderstigen. Branschindelningarna för tjänstebranscher är grova. Turistnä-

ringen hamnar dessutom mellan stolarna, dvs den består av delar av flera olika branscher. Ett särskilt problem när det gäller sportfisketurism är om definitionen av branschen bara ska ta hänsyn till turisternas direkta utgifter i samband med en fiskeresor eller om man också skall inkludera utgifter för egen utrustning, båt, fritidshus osv. Ett ytterligare problem är att urskilja sportfiskets andel av turistbranschen. För många turister är ju fiske bara en av flera syften med en resa, så hur stor del av hela utgiften för resan bör man tillmäta just detta syfte?

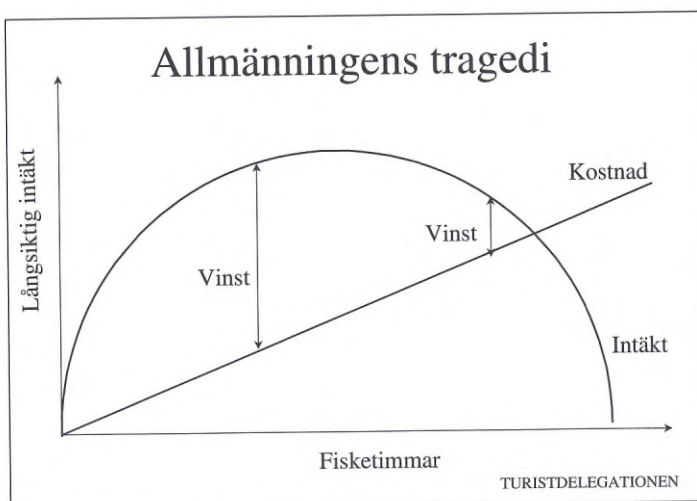
I Sverige har vi sedan en tid särskilda nationalräkenskaper för turistnäringen. En-

Läs mera om turismen i nationalräkenskaper på www.tourist.se

ligt dessa uppgick turistnäringens andel av BNP år 1996 till 3,3 procent. Något underlag för att beräkna sportfisketurismens andel av detta har vi dock inte

idag. Däremot har vi genom de undersökningar Fiskeriverket och SCB har genomfört en bild av värdet av den inhemska konsumtion som är kopplad till sportfiske. Bara en del av denna konsumtion hör dock samman med turism. Å andra sidan saknas i dessa siffror värdet av utländska besökares konsumtion.

Utgångspunkten för den samhällsekonomiska värderingen av sportfiske är sportfiskarnas egen värdering av fisket, dvs det som brukar kallas betalningsviljan. Nettovärdet för sportfiskarna brukar benämnas konsumentöverskott. Detta utgörs av skillnaden mellan betalningsviljan och vad konsumenterna, här alltså sportfiskarna, faktiskt betalar. Ur deras synpunkt är det naturligtvis en fördel om kostnaden är så låg som möjligt. Det innebär att även nyttigheter som inte prissätts, eller är underprissatta, kan ha ett högt samhällsekonomiskt värde. I de studier som har gjorts av värdet av sportfiske är det ofta detta konsumentöverskott man har för-



I figuren balanserar kostnad och intäkt i en punkt där vinsten är noll, dvs när det inte finns några restriktioner fiskar man tills fisket blir dåligt.

sökt mäta. Man mäter detta antingen direkt genom enkätfrågor, eller indirekt genom att studera hur efterfrågan på sportfiske påverkas av kostnader för resa eller fiskekort. På andra sidan Atlanten har många sådana studier genomförts. Ett typiskt resultat är att konsumentöverskottet uppgår till mellan 20 och 30 dollar per fiskedag. I Sverige finns en studie av Silvander som gäller fiske i kustvatten och som uppskattar konsumentöverskottet till cirka 55 kronor per fisketillfälle. Här inkluderas naturligtvis till största del hemmafiske, så det är troligt att man bör använda belopp som ligger närmare den amerikanska nivån för fisketurister.

För en allsidig värdering måste man även se fisket i producenternas perspektiv. När man ska göra en värdering av utländska turistbesök är det vanligen detta som har störst intresse. För just denna kategori turister kan man i producentöverskottet ofta inte bara räkna in värdet i produktionsledet i olika företag utan även de skatteinkomster som genereras. För utländska besökare är det, till skillnad från för svenskarna, inte så troligt att dessa skattebetalningar skulle ha flutit in på något annat sätt om inte fisket varit.

Utgångspunkten för att beräkna producentöverskottet är turisternas faktiska utgifter som ju omvandlas till inkomster för företagen och den offentliga sektorn. Producentöverskottet är emellertid ett netto efter avdrag av rörliga kostnader, dvs ett täckningsbidrag. Detta beror därför på vilka kostnader som kan räknas som rörliga och vilka som är fasta. En turist som under lågsäsong bor på ett hotell som ändå hålls öppet ger troligen ett högt täckningsbidrag. Om det däremot är så att man håller hotellet öppet, och måste engagera personal, enbart för detta blir kalkylen naturligtvis mindre förmånlig. Av samma skäl kan turism i en region och vid en tidpunkt då det råder hög arbetslöshet ge ett högt netto om den skapar jobb för personer som annars skulle varit arbetslösa, men ett lågt netto om den leder till att perso-

ner som annars skulle varit helårssysselsatta fastnar i säsongjobb. Grundregeln är alltså att fisketurismens lönsamhet ur samhälls-ekonomisk synpunkt i hög grad beror av i vilken grad den kan bidra till ett samutnyttjande av resurser.

Fisketurismens betydelse bör naturligtvis inte bara bedömas på nationell nivå utan även regionalt. Turismen har ett särskilt värde om den kan bidra till inkomster och sysselsättning i bygder där underlaget för arbete och bosättning är små. Ur denna synpunkt har det därför stort intresse om sportfisketurismen kombineras med andra verksamheter, t ex stuguthyrning, restauranger och andra aktiviteter, eller om det bedrivs separat.

Fisketurismens värde kan även ses ur företagsekonomisk eller kommunfinansiell synvinkel. Här är det naturligtvis inte turisternas hela utgift som är av intresse utan bara de betalningar som berör företaget eller kommunen.

8.2. Samhällsekonomiska förutsättningar för fisketurism

I rapporten om "Samhällsekonomiska förutsättningar för att utveckla sportfisketurism i Sverige" (B. Finn: Working paper från CTS 1997:5) ställs bl a följande frågor:

Kan sportfisketurism utvecklas till en näringsgren som tillför den svenska fiskeresursen ett högt förädlingsvärde?

Vilka är egentligen våra komparativa fördelar när det gäller sportfisketurism?

Vilka fiskarter och vilka aktiviteter är mest intressanta?

Vad vet vi om förädlingsvärdets storlek?

Ur rapporten citeras:

"I debatterna förekommer ofta en logisk konflikt i form av önskemålen om ökade intäkter och ökat antal arbetstillfällen genom utveckling av sportfisketurism och å andra sidan öviljan att kommersialisera och dessutom avstå från eget fiske. Här tvingas vi konstatera att man kan inte både äta upp

kakan och ha den kvar. Med andra ord, vill man utveckla en lönsam sportfisketurism så måste detta till del ske på bekostnad av annat fiske och naturens relativa orördhet.”

Författaren definierar och förklarar olika samhällsekonomiska värden, talar om direkta effekter av en verksamhet jämte de sk multiplikatoreffekterna och berör de missuppfattningar som är knutna till detta begrepp. Under rubriken ”Sportfiskets betydelse för landets ekonomi” redovisas de betydelsefulla skillnader som finns mellan ett fiskerkortsfiske och ett fritt fiske.

Det görs också en jämförelse mellan ett fiske utövat av svenskar i Sverige och ett fiske utövat i Sverige av tillresande fisketurister. Vad betyder i det förra fallet fiske och konsumtion av andra nyttigheter jämfört med vad det betyder i det senare fallet? Finn's slutsats är att det från nationalekonomiska utgångspunkter är särskilt intressant att utveckla utlandsturismen. Det samhällsekonomiska värdet bli större för landet om fisketuristen kommer utifrån och reser till Sverige än om en svensk fisketurist reser i Sverige förutsatt att ingen sk utträngning sker. Hans råd är att genom marknadsföring och utveckling av utbudet ytterligare öka attraktiviteten av den svenska fisketuristiska produkten.

Sverige har komparativa fördelar jämfört med flera av de länder som representerar huvudutbudet av fisketurism i Europa. Sådana är bl a orörd natur, många fiskevatten, rik tillgång på fisk av flera olika arter och tillgång till varierat fiske. Samtidigt har vi också sk komparativa nackdelar i form av kallt klimat, svagheter i transportsystemen från viktiga huvudmarknader, myggplågan, priser på symbolvaror som t ex öl, brist på anpassat boende och svag lönsamhet.

Finn anför också följande:

”När man besöker kommuner och diskuterar fiske och fiskevård möter man ofta en brist

på professionalism och kunskaper om turistfiskets förutsättningar. Det förefaller som om man på många håll tror att det räcker med att sälja fiskekort till ett antal sjöar där det enligt uppgift skall finnas vissa fiskarter och sedan hoppas att sportfiskaren i fråga självsäger till att han får fisk. Detta har eventuellt vissa möjligheter att lyckas så länge vi har att göra med svenska fiskare, men så snart vi får utländska besökare blir riskerna för misslyckanden stora”.

Finn anser att det finns några allvarliga begränsningar, som gör att man bör undersöka möjliga utfall av turismsatsningar mycket noggrant innan investeringar görs.

Han menar också att satsningar på fisketurism borde kunna prioriteras framför många andra typer av turistsatsningar. Enligt arbetsgruppens mening har Finn med dessa ord träffat huvudet på spiken och det är gruppens förhoppning att gruppens riktlinjer för utveckling skall leda utvecklingen i en helt annan riktning än hittills genom att skapa förutsättningar för en utveckling och anpassning av fisketurismen till marknaden och en kraftfull marknadsföring genom en kunnig organisation.

8.3 Några exempel

Fisketurismens samhällsekonomiska effekter är ofullständigt belysta i Sverige, varför det redan nu betonas vikten av att fördjupa, vetenskapligt genomförda undersökningar av fisketurismens ekonomiska betydelse/inverkan kommer till stånd med inriktning på samhällsekonomin, regionen och lokalt respektive enskilda fisketurismprojekt.

De undersökningar som gjorts bygger ofta på olika förutsättningar och metodik, vilket försvårar möjligheterna att dra allmän-giltiga slutsatser. I det följande görs därför inget försök till generell syntes; vi nöjer oss här med att översiktligt referera ett antal ”case studies”.

Samtidigt kan det dock konstateras, att det framför allt internationellt finns ett betydande vetande som tydligt visar att fisketurismen har stor ekonomisk betydelse. Detta vetande borde ha inneburit att man mera allmänt i samhällsutvecklingen såväl i debatten som i praktiskt handlande, redan tillerkänt fisketurismen dess roll som faktisk näring. **Arbetsgruppen anser vidare att fisketurismens betydelse kommer att öka och bli resultatet i nya arbetstillfällen. En sådan utveckling förutsätter dock en resurspolitik som medger att fiskeresurserna kan nyttjas för fisketurism och att den ej reserveras för annat bruk.**

8.3.1 Undersökningar

Ett i sammanhanget stort problem är, att knappast några relevanta undersökningar belyser fisketurismens ekonomi annat än i laxälvar. Detta förhållande speglas också i följande exempel från några olika länder.

Kanada

Undersökningar av bl a Toumi och Talhelm på 1980-talet visade att sportfiskarna spenderade miljardbelopp på sitt fiske och att försurningen av sjöar och vattendrag ledde till mångmiljonförluster i form av förlorat eller reducerat sportfiske.

Skottland

Studier rörande främst laxfiske i floderna Spey och Tay har visat att en dags fiske genomsnittligt var förknippad med en utgift av 880-1 170 kronor. De totala utläggerna för sportfiske efter lax i Skottland beräknades vara ca 500 miljoner kronor. Det har vidare uppskattats, att sportfisket genererar 3 360 heltidsarbeten årligen.

Utredningen "Lax – en utredning beträffande förutsättningarna för det svenska laxfisket" (DsJo 1984:5) anger bl a följande rörande det skotska laxfisket: "Antalet turist-

ande sportfiskare utgjorde 2% av den totala turistströmmen (13 miljoner) till Skottland, men svarade för ca 20% av den skotska turistnäringens intäkter. En stor del av laxfiskevattnen är privatägda – 89% av antalet spöfisketillfällen bedrevs i privatägda vatten.

I huvudsak är dessa vatten upplåtna för kortfiske. Ett dagsfiskekort kostade mellan 20-550 svenska kronor. Totalt inbringade fiskekortet 410 miljoner kr, vilket motsvarade 25% av sportfiskarens totala kostnader för sitt laxfiske... ...Sportfisket efter lax svarade för 97% av det totala skotska laxfiskets omsättning - men tog bara 15% av laxfångsten. Yrkesfisket svarade således för 3% av omsättningen och 85% av fångsten... ...Andra skotska undersökningar av inkomster från laxfiskande turister betonar hotellindustrins inkomster, som skattades vara 30 gånger fångstvärdet på den lax turisterna landade. Skattningen tycks något hög men indikerar i alla fall laxfiskets betydelse för lokal selsättning."

Island

På Island beräknades år 1984 en spöfångad lax motsvara ett värde av ca 1 900 kronor. Det isländska sportfisket efter lax år 1990 uppgavs enligt North Atlantic Salmon Conservation Organization (NASCO) omsätta totalt 150-200 miljoner kronor.

Norge

I Norge genomförs kontinuerligt studier för att beräkna värdet av miljöinsatser av typen kalkning av sjöar och vattendrag. Sportfiskets värde har i sådana sammanhang beräknats för flera älvar och uppgår till miljonbelopp. För Gaula har det beräknats till 17,2 miljoner kronor, för Vikedalselva till 0,7-1, för Storelva till 0,7-0,9 och för Audna till 0,6 miljoner kronor.

Värdet av sportfisket i de norska vattendragen är relativt lika de man finner i Skottland.

Sverige

I Sverige har endast ett fåtal undersökningar gjorts rörande fritidsfiskets värde. Det befintliga materialet visar emellertid att fritidsfisket har stor omfattning i vårt land.

I "Fritidsfiske 90" visas att fritidsfisket (sport- och husbehovsfisket) har en omsättning på ca 2 miljarder kronor 1989, exklusive värdet av båtar, husvagnar, sommarstugor etc. Fångsten uppgick till mellan 34 000 och 53 000 ton, motsvarande ungefärligen 1/6 av den totala kommersiella fångsten samma år.

Undersökningen upprepades år 1995. Av denna senare rapport ("Sport- och husbehovsfiske 1995 – En undersökning om svenskarernas fiskevanor") framgår bl a, att man spenderat drygt 4 200 miljoner kronor på sitt fritidsfiske. Summan fördelas på löpande utlägg med ca 2 800 miljoner kronor och investeringar med ca 1 500 miljoner kronor (denna post ingick ej i den tidigare studien). Av de löpande utgifterna svarar fiskekort och andra fiskeavgifter för i sammanhanget blygsamma drygt 250 miljoner kronor, dvs mindre än 10% av de totala utläggerna.

Ur socio-ekonomisk synvinkel har betydligt mer kunskap inhämtats beträffande sportfisket och fisketurismen än på det nationalekonomiska området. Det är väl dokumenterat att sportfisket skapar arbetstillfällen, medverkar till att behålla en levande landsbygd och är en fritidsaktivitet med speciellt stor social betydelse i termer av förbättrad livskvalitet och allmän hälsa, särskilt bland barn, äldre och handikappade (Norling 1985: "Sportfiske för alla", 1994: "Barn och ungdomars fiske").

Undersökningar har också gjorts för att beskriva de lokala och regionala ekonomiska effekterna av fisketurism.

Älvkarlebyundersökningen

Undersökningen utfördes av länsstyrelsen i Uppsala län och avser lax- och havsöringsfis-

ket i Dalälven vid Älvkarleby år 1983. Den gav bl a följande resultat. Sportfisket omsatte totalt ca 4,7 miljoner kronor och genererade 10 helårsarbeten. Omsättningen fördelades på fiskekort med 10,9%, resor (endast bensin) 30,9%, logi 7,3%, livsmedel 21,0%, div inköp inkl båthyra 8,8% och utrustning 21,3%.

Om summan av sportfiskarnas utlägg sätts i relation till antalet fångade laxar och öringar blir värdet ca 1 100 kronor per fisk eller 845 kronor per kg. Förstahandspriset på lax uppgick vid denna tidpunkt till ca 50 kr/kg medan öringen betingade ett något lägre pris. I rapporten dras slutsatsen, att rekreativvärdet därför kan sättas till ca 800 kronor per kilo fångad fisk, dvs ca 16 gånger större än förstahandsvärdet av lax.

Mörrumsåundersökningen

Undersökningen, som utfördes av lärare och elever vid Blekinge landstings folkhögskola i Bräkne-Hoby avser sportfisket efter lax och havsöring år 1989 i det sk Mörrums Kronolaxfiske. Av undersökningsrapporten (Erlandsson och Hammargren 1991) framgår bl a följande.

Sportfiskarna spenderade 1989 ca 18 miljoner kronor. Cirka 4-500 000 turister uppges besöka Mörrumstrakten/Mörrumsån årligen, mycket tack vare åns ryktbara laxfiske. Med antagandet att varje besökare genomsnittligt spenderar 50 kronor, svarar denna allmänturism för en intäkt till bygden av storleksordningen 22 miljoner kronor.

Sportfisket på Mörrums Kronolaxfiskes sträcka (7 km) svarar enligt utredningen således för att totalt ca 40 miljoner kronor spenderades i bygden. Utredningen anger att denna summa var ungefär dubbelt så stor som förstahandsvärdet av Sveriges totala yrkesfiskefångst av lax i Östersjöområdet. En dags fiske svarade genomsnittligt mot ett utlägg av 1 979 kronor per kg fångad lax eller havsöring.

*Laxen tillbaka till våra älvar,
Umeå Universitet*

Projektet redovisas i en rad rapporter. I slutrapporten "Lax i strida strömmar" (Weissglas et al. 1996) framhålls att om vildlaxälvarna i Norrland fick möjlighet att producera så mycket lax som är biologiskt möjligt, skulle man där ha tillgång till ett högst betydande underlag för en omfattande fisketurism.

Laxsportfisket skulle uppskattningsvis ge underlag för ca 300 000 fiskedygn i norrlandsälvarna. Dessa fiskedygn innebär i förlängningen att en lokal omsättning kan skapas på omkring 150 miljoner kronor årligen genom laxfiskarens utlägg för fiskekort, livsmedel, logi etc. Utöver laxfiskarens utlägg tillkommer en omsättningsökning på ca 50 miljoner kronor per år tack vare bl a medföljande sällskap och andra turister som lockas till området. Av dessa ca 200 miljoner kronor antas ca 20% gå till löner, vilket skulle kunna motsvara ca 180 helårsarbeten.

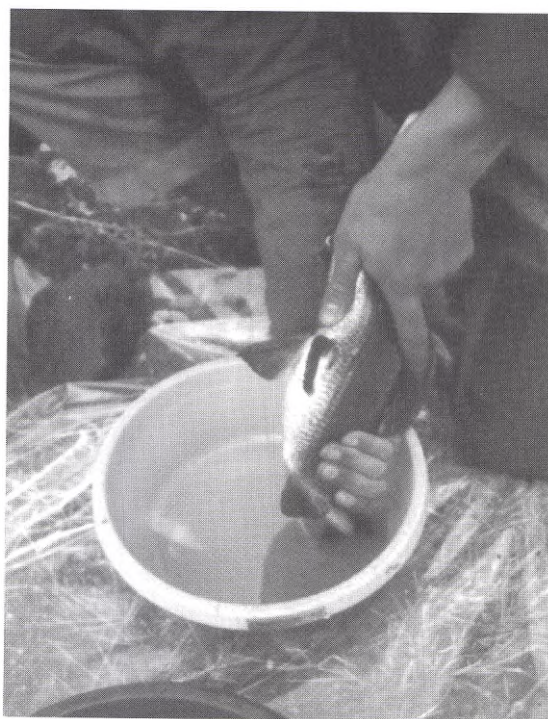


Foto: Martin Engström

9. Utbildning och forskning

I denna rapport har i en lång rad olika avseenden framhållits vikten av att utvecklingen av fisketurismen sker på ett genomtänkt sätt, med hänsyn tagen till t ex fiskresursen, målgrupperna och de aktörer som är eller kommer att bli inblandade. Det är närmast en självklarhet att såväl planeringen och genomförandet av en fisketurismsatsning som uppföljningen, den fortsatta verksamheten och produktutvecklingen har möjlighet att lyckas endast om aktörerna besitter en god kunskap om de förhållanden som påverkar utvecklingen. Dessa kan vara allt från fysiografiska förhållanden i vattnen och fiskeribiologi till marknadskunskap, marknadsföring och ekonomi.

9.1 Utbildningsbehov

Utvecklingen på fisketurismens område är helt beroende av att "de duktiga entreprenörerna" verkligen finns och att de också tar initiativ till utveckling och besitter eller kan inhämta erforderlig kunskap.

Utvecklingen förutsätter samtidigt att det goda entreprenörskapet understöds i en rad avseenden. Ett fiskeområde behöver specialkunskaper – i varierande grad allt efter storlek och inriktning:

- tillgång till bl a fiskevårdssakkunnig personal,
- bevaknings-/tillsynspersonal,
- fiskeguider,
- mottagare/receptionist
- marknadsförare.

Utveckling av fisketurismprojekt berör helt naturligt en mängd aktörer som företag, offentlig förvaltning, intresseorganisationer och andra. Det bör finnas regelmässiga kontakter med bl a: länsstyrelsens enheter för fiske, miljö och regional ekonomi, länsarbetsnämnden, olika kommunala instanser, turistorganisationer som regionala turistråd och turistbyråer, regionala enheter inom fiskets

organisationer för yrkesfiskarna, sportfiskarna och fiskevattenägarna.

Fisketurismen har hittills inte blivit betraktad och behandlad som en näring. Detta gäller inte minst inom stora delar av den offentliga förvaltningen. Man har i stället ofta sett enbart till själva fisket och fiskeområdet och inte till övriga inblandade/berörda. Besökaren har betraktats enbart som en nöjesfiskare som löst ett (billigt) fiskekort, trots att han borde betraktas som en turist som ofta spenderar mångdubbelt större belopp på boende, mat, inköp och resor än på fiskeavgifter, och som rätt "hanterad" skulle kunna fås att återkomma och locka andra med sig.

Okunskapen om de verkliga förhållandena är fortfarande betydande i förvaltnings-Sverige. Ett tydligt erkännande att fisketurismen är en näring bland andra ter sig därför nödvändigt för att den fortsatta utvecklingen skall kunna ske på ett med andra näringar jämbördigt sätt. Ett sådant erkännande är en förutsättning för att erforderlig information om och utbildning i fisketurism ska kunna bedrivas framgångsrikt.

Utbildnings-/informationsinsatserna måste av uppenbara skäl bygga på en strategi där en hög grad av anpassning till både gruppvisa och individuella behov dominerar. Det finns också ett stort och omedelbart behov av att utbilda personal vid turistbyråer och regionala turistråd i fisketurismens specifika förhållanden.

Det finns vidare ett behov av mera kunskap inom fisketurism, bl a om fiskresursen, preferenser för svenska respektive utländska grupper fiskande, hinder som upplevs motverka fisketurismens utveckling, betalningsbenägenhet, utlägg och fisketurismens nationalekonomiska, regionala och lokala betydelse.

Hultkrantz et al. (1993) framhåller i utredningen "Fisketurism i Sverige" bl a följande angående forskningsbehovet: "Det är författarnas uppfattning att de i dagsläget mest

angelägna områdena för forsknings- och utvecklingsinsatser återfinns under rubrikerna informationssystem, produktutveckling/infrastruktur och ekonomisk analys.”

Ökad kunskap är av vital betydelse för entreprenörerna. Viss FoU-verksamhet med bäring på fisketurism bedrivs bl a vid Mitt-högskolan, Östersund, Umeå universitet, Göteborgs universitet och Centrum för transport- och samhällsforskning vid Dalarnas högskola (CTS).

Den högre utbildningen vid universitet och högskolor saknar emellertid i stort moment som hör hemma inom området fisketurism. Ett undantag utgörs av Sveriges Lantbruksuniversitet (SLU), som samverkar

med Sportfiskeakademin, Forshaga i vidareutbildningen i sportfisketurism där. Avslutningsvis bör tilläggas, att betydande insatser dock görs – såväl beträffande FoU som högre undervisning – inom områden som gränsar till fisketurismen, t ex fiskeribiologi, fiskevård och vattenbruk.

En utbyggnad av FoU-verksamheten och den högre utbildningen inom området fisketurism är väsentlig, såväl för entreprenören och det lokala initiativet som för fisketurismens utvecklingsmöjligheter, i samspel med näringslivet i övrigt och också som ett av flera inslag för samhällsutvecklingen i stort. I Bilaga 3 återfinns en sammanställning över utbildningar i sportfiske och fisketurism.

Bilaga 1. Planering för fisketurism

Sven-Ola Öhlund, Länsstyrelsen i Jämtlands län, Östersund

Allmänna förutsättningar

Planering på fiskets område måste ta sin utgångspunkt i fiskeresursens storlek och produktionsförutsättningar. Redan här framstår en stor skillnad gentemot de flesta aktiviteter på uturistområdet. All turism som bygger på anläggningar (t ex utförsåkning, arenaaktiviteter, kulturturism osv) måste sträva efter att koncentrera så stora grupper människor som möjligt till investeringsobjektet (backen etc) för att optimera lönsamheten. Inom fisket råder egentligen det motsatta förhållandet, fisket måste spridas med hänsyn till produktionens storlek. Vi kan inte ta ut mer än den avkastning som bestånden ger. Om vi gör det får vi betala kommande fiskesäsonger med ett dåligt fiske och en dålig produkt. Grundkonceptet i fiskeplaneringen måste således vara att fördela fisket över så stora ytor som möjligt. Sättet vi fiskar på avgör sedan den kvalitet vi uppnår.

Det är samtidigt viktigt att vi i planeringen kommer ihåg att begreppet fiske egentligen är ett samlingsbegrepp, som i sig inrymmer mycket stor variation vad gäller redskap och metoder. Variationen bör vi ta tillvara för att skapa aktiviteter som passar alla grupper i samhället med hänsyn till betalförmåga, rörelseförmåga, intresseinriktning osv.

Basen i ett turistfiske bör vara etablerade bestånd, som skall vårdas och bevaras för att tillåta ett uthålligt fiske av god kvalitet. Med hjälp av fiskevården kan vi restaurera förstörda miljöer och etablera alternativa fiskemöjligheter (för att tillgodose bredden) under förutsättning att det sker på sådana villkor att de ursprungliga bestånden skyddas.

Särskilda förutsättningar

Fiskerättigheterna är enskilt ägda. Bara längs våra kuster och i de fem stora insjöarna finns allmänna vattenområden/enskilda frivatten, där varje svensk medborgare har rätt att fiska. Fisket är som regel samfällt inom byarna (skifteslagen). Enskilt fiske förekommer främst i landets södra och mellersta delar.

Varje projekt, som syftar till upplåtelse av fiske till turister, måste därför bygga på samförstånd och överenskommelser med berörda fiskerättsägare. Det kollektiva ägandet skapar särskilda förutsättningar, eftersom det kräver konsensus eller i vart fall att en stor majoritet står bakom utvecklingsåtgärderna. Utvecklingen av ett turistfiskeprojekt kan/får således aldrig stå i strid med fiskerättsägarnas intressen. En beprövad utvecklingsmetod är att låta kollektivet (t ex fvo) helt svara för de inledande utvecklingsåtgärderna och, först när lönsamhet kunnat uppnås, bilda företag för fortsatt drift.

Det finns ett stort allmänintresse att ta tillvara naturresursen fisk för turistiska ändamål. Detta bl a mot bakgrunden av behovet att skapa underlag för service och sysselsättning.

De intressen som måste förenas – och hanteras i en plan – skulle kunna exemplifieras enligt vidstående modell.

För att utvecklingsarbetet skall bli framgångsrikt måste enskilda och allmänna intressen/mål/ambitioner förenas. En sådan process måste ovillkorligen startas med breda samråd, där fiskerättsägarna och andra lokala intressenter (t ex fritidsfiskare) ges en möjlighet att påverka planeringen. Först om när målen för allmänna och enskilda intressen är gemensamma (alla drar åt samma håll) kan utvecklingsprocessen bli effektiv.

I Jämtlands län har Länsstyrelsen i åtta kommunala fiskeplaner genomfört en planeringsprocess enligt det beskrivna ”nedifrån-upp-perspektivet”. I Bilaga 1 illustreras den jämtländska planeringsmodellen närmare.

Planeringens syfte och innehåll

Planeringen bör syfta till att på läns- eller kommunal nivå inventera lämpliga utvecklingsområden för fisketurism, skapa ett långsiktigt skydd av fiskeresurserna och ge fisket en aktiv roll i den regionala utvecklingen.

För att skapa en långsiktigt säker grund för åtgärder i syfte att etablera ett turistfiske bör planeringen innehålla;

Enskilda intressen/mål	Allmänna intressen/mål
Ett bra eget fiske Tjäna pengar Höja den egna fastighetens värde Skapa arbete, möjlighet att bo kvar i bygden	Bevarande av biologisk mångfald Skapa meningsfull fritid för människor utan egen fiskerätt Skapa sysselsättning Skapa underlag för service i glesbygd Generera intäkter, företagsetableringar
Ambition (enskild)	Ambition (allmän)
Att framhålla det egna områdets förutsättningar för att uppfylla målen	Att väga mellan olika förutsättningar/områden för att få till stånd en optimal utveckling som uppfyller målen

- En resursinventering av samtliga vatten som planen omfattar (län, kommun).
- En bevarandeplan som redovisar konflikt-risker och förslag till säkerställandeåtgärder.
- En plan för förvaltning av fisket anpassad till utvecklingsbehovet för turistsatsningen.
- Målformuleringar för en gemensam satsning på fisketurism samt utvecklingsprogram för fiskevårdsarbetet.

Kompetensbehov

Utveckling av en turistfiskeprodukt kan således ske bara om en rad problemområden kan bearbetas systematiskt. Ett bra slutresultat förutsätter att fiskerättsägare, organisationer och samhälle har en uttalad vilja att uthålligt samverka innan åtgärder vidtas, säkra fiskeresurserna och tillskapa tillräckliga resurser för erforderliga investeringar. Slutligen bör understrykas vikten av att alla åtgärder utvärderas fortlöpande.

För att lyckas med uppgiften att planera för ett bra turistfiske bör kompetenser inom följande områden finnas att tillgå.

Kunskaper om resurserna (vatten, fiskbestånd m m) i ett regionalt/lokalt perspektiv för att kunna välja rätt objekt (resursop-timering).

Fiskebiologisk kompetens för att vårda och utveckla utvalda objekt (sjöar, fiskpopulationer).

Kunskaper om samhällsbyggande/samhällsplanering (boende, kommunikationer, service m m).

Kunskaper om förutsättningarna att skydda utvalda objekt mot olika former av exploatering (vattenkraftutbyggnad, industri, vägar, skogsbruk, jordbruk, m m).

Kunskaper om marknaden, marknadsföring, information.

Kunskaper om stödformer, ekonomi, m m.

Samtliga ovan uppräknade områden svarar mot länsexpertområden, som finns tillgängliga på samtliga länsstyrelser i landet. Länsstyrelserna bör svara för planeringsarbetet och i en särskild styrgrupp knyta till sig berörda fiske- och turistorganisationer, större enskilda ägare (t ex skogsbolag) och kommuner.

Erfarenheterna från Jämtlands län är att fiskeplaneringen skapat en gemensam grund och fungerat som motor för en större läns-satsning på fisketurism. Samordningen av resurser och kompetens har gjort det möjligt att stödja ett stort antal lokala utvecklingsprojekt. Idag görs satsningar på fisketurism i ett 100-tal fiskevårdsområden i Jämtlands län.

Bilaga 2. Resursen fisk - bedömningar rörande det nuvarande och framtida nyttjandet och vården av fiskresursen

Bo Bengtsson, Fiskeriverket, Göteborg

Bakgrund

Fiskeriverket ser det som viktig uppgift att bedöma de möjligheter den biologiska resursen fisk har att långsiktigt kunna klara ytterligare uttag genom en utvecklad fisketurism. Samma resurs nyttjas redan idag genom ett rationellt bedrivet yrkesfiske, ett husbehovsfiske och ett traditionellt sportfiske. Det fiske som är aktuellt när det gäller utvecklingen av fisketurismen är närmast att betrakta som ett rationellt bedrivet sportfiske - ett fiske bedrivet med icke yrkesfiskeredskap och ingående som en komponent i en helt professionellt bedriven näringsverksamhet med gängse krav på lönsamhet, stabilitet och afärsmässig legitimitet.

Fiskbestånden exploateras genom fisket och därtill hörande verksamheter och utsätts för annan påverkan genom försurning, förorening, vattenkraftsutbyggnad, vattenuttag och muddring bara för att nämna några exempel.

Definitioner och förutsättningar

Med resursen avses i detta sammanhang i första hand den biologiska resursen fisk. Det är ibland dock nödvändigt att vidga detta begrepp något. Den fysiska miljön måste ge tillräckliga förutsättningar för fiskens överlevnad. Sjöar och vattendrag måste ha en acceptabel vattenkvalitet. pH-värdet får inte vara för lågt, tungmetaller och gifter inte störa eller omintetgöra den biologiska produktionen, vattentillgången vara tillräcklig m m.

Vidare kan såväl lagstiftning, ekonomiska och politiska förutsättningar ses som en form av resurser eller snarare som instrument för styrning av resursutnyttjandet. Benämningen resurs kan också användas som ett mera vitt begrepp - hela landet Sverige med alla sina sjöar och vattendrag, den stora landarealen och den långa kuststräckan kan då betraktas som en resurs.

Varje satsning på utveckling av fisketurismen måste bygga på förutsättningen att det långsiktigt finns tillgång till exploaterbara mängder fisk av attraktiva arter. Eller annorlunda uttryckt - det i turistbroschyren

utlovade fisket skall finnas i verkligheten och inte bara vara en kortlivad pappersprodukt. Endast i undantagsfall är det möjligt att bortse från de gränser naturen själv sätter för uttaget av fisk - oavsett om uttaget sker genom yrkesmässigt fiske eller genom sportfiske. Undantagen representeras av skput and take-fiske och annat fiske baserat på utsättning av odlad fisk. I alla andra fall sätter den naturliga produktionen gränserna.

Circa 10% av Sveriges landareal på ca 450 000 kvadratkilometer utgörs av ytvatten. Det finns ca 90 000 sjöar som är större än 1 hektar. Den sammanlagda längden av vattendrag utmärkta på den topografiska kartan har beräknats till ca 300 000 km och kuststräckans längd (fastlandet inkl de där invid belägna öarna och skären) till ca 7 264 km.

Vattens produktionsförmåga varierar från norr till söder och är olika i de olika typer av sjöar som finns; fjällsjön, inlands/skogssjön och kust-/låglandssjön. De rinnande vatten kan delas in i oreglerade småvattendrag, kustmynnande vattendrag och reglerade inlandsvattendrag.

Västkusten, Östersjön och de stora sjöarna uppvisar flera likheter vad gäller både fisk och fiske och behandlas för sig.

Här följer några uppgifter om fiskreproduktion och produktion från svenska vatten:

- I ca 350 kustmynnande vattendrag finns själv-/naturreproducerande bestånd av havsöring. Hälften av dessa bestånd finns på Västkusten.
- Vattendragen på Syd- och Västkusten producerar 70-90 öringungar per 100 kvadratmeter och år - för övriga delar av landet är motsvarande siffra 20-30 ungar.
- Fjällsjöns avkastningspotential är 0,5 - 4 kg/ha och år främst beroende på artsammansättningen och höjdläget.
- Inlands-/skogssjöns avkastningspotential varierar mellan 0,5-10 kg/ha. Sik och siklöja är högavkastande arter. Öring, abborre och gädda är lågavkastande.

- Kust-/låglands-/slättsjön är den artrikaste sjötypen och uppvisar också den största spridningen i avkastningspotential, 0,5-200 kg/ha.
- De rinnande vattnen uppvisar stor spridning vad gäller avkastningssiffror. Vissa bestånd av t ex öring och harr kan vara högvastande. Harr kan ge upp till 20 kg/ha beroende på typ av vatten och vattenregim.

Avgörande faktorer för en bedömning av ett vattens biologiska förmåga att tåla ytterligare uttag av fisk är bl a dess produktivitet, dess produktion och det nuvarande uttaget. Sett i fisketuristiskt perspektiv tillkommer en rad ytterligare faktorer att beakta. Det kan vara konkurrerande verksamheter, det samlade totala nyttjandet eller begränsningar av skilda slag som samhället ställt upp; nationalparksbestämmelser, strandskyddsbestämmelser eller miljökrav gällande transporter, vatten och avlopp m m som kan försvåra eller i värsta fall omöjliggöra en fisketuristisk satsning.

Statistik över uttaget av fisk från olika vatten föreligger endast undantagsvis avseende annat fiske än det yrkesmässiga. Bristen på data är särskilt stor avseende alla våra

inlandsvatten med undantag för yrkesfisket i de stora sjöarna och i ytterligare ett fåtal sjöar med yrkesmässigt fiske. Undantagsvis finns sportfiskestatistik från några viktiga lax- och öringvattendrag. Beträffande statistik rörande fritidsfisket finns uppgifter från Fiskeriverkets/Statistiska Centralbyråns studier 1990 och 1995.

Den regelmässiga överskattning av fångsten på årsbasis som sker i denna typ av enkätstudier gör att data om fångstuttaget har begränsad användbarhet.

Med dessa begränsningar i åtanke kommenteras nedan fiskarter och fiskevatten under fyra huvudrubriker:

1. Arter som idag inte nyttjas i den utsträckning som är biologiskt möjligt.
2. Arter som idag nyttjas endast i ringa omfattning eller inte alls.
3. Arter om vilka kunskapen idag är otillräcklig för en bedömning.
4. Arter som idag överutnyttjas eller där omfattande författningsmässiga eller andra restriktioner för fisket föreligger.

1. Arter som idag inte nyttjas i den utsträckning som är biologiskt möjligt

Art	Utbredningsområde	Bedömning	Anmärkning
Gädda (Esox lucius)	Alla eller praktiskt taget alla vatten i hela landet inkl Östersjön	Fisket kan ökas	Ökad beskattning ger ökad föryngring. De riktigt stora fiskarna blir färre men beståndet större med ökad fångstchans
Abborre (Perca fluviatilis)	Alla eller praktiskt taget alla vatten i hela landet inkl Östersjön	Fisket kan ökas. I Östersjön bedöms bestånden vara goda och kunna tåla ett avsevärt ökat uttag	(se gädda) Bestånden påverkas starkt av klimatet; värme ger goda årsklasser
Gös (Stizostedion lucioperca)	(se gädda) Utbredningen dock inte lika vidsträckt som för gädda och abborre	Fisket kan ökas särskilt i näringsrika vatten där yrkesmässigt fiske inte förekommer	(se gädda)
Sik (Coregonus lavaretus)	Hela landet	Fisket kan troligen ökas	Ökat uttag ger ökad föryngring. Vissa sydliga kustbestånd är storväxta och därmed särskilt intressanta för sportfiske -
- Havslekande sik	Bottniska viken och lokalt längs hela Östersjökusten	Beståndsprognosen för Södra Bottenhavet är positiv för de närmaste åren	inte minst för vinterfiske
- Älvlekande sik	Bottniska viken	Resultat från ett urval älvar i Norrbotten indikerar överfiske	
Siklöja (Coregonus albula)	Bottenviken Vänern	Troligen överfiskad eller på gränsen därtill i Bottenviken	Inget intresse som sportfiskeart
Lake (Lota lota)	Hela landet. Undantag fjällkedjan och Västkusten. Många välkända vatten; Bolmen, Vättern, Skagern.	Ökat uttag både möjligt och önskvärt	Borde kunna bli turistisk "nischfisk"; vinterfiske, isfiske, lakekojor.
Sandskädda (Limanda limanda)	Egentliga Östersjön - norska gränsen	Fisket kan troligen ökas. Bra eftersom den är en konkurrent till rödspottan	Sportfiskeintresset begränsat

Art	Utbredningsområde	Bedömning	Anmärkning
Rödspotta (Pleuronectes platessa)	Egentliga Östersjön - norska gränsen	Troligen är en begränsad ökning av uttaget möjlig	Visst intresse för sportfiske
Skrubbskädda (Platichthys flesus)	Egentliga Östersjön - norska gränsen	Fisket kan ökas avsevärt såväl i Östersjön som på Västkusten	Utmärkt för bottenmete. Ofta möjligt från land, hamnpirar m m.
Lax (Salmo salar)	Vissa Östersjöälvar där stora kompensationsutsätt- ningar sker av odlad smolt	Fisket kan ökas särskilt om fisket i Östersjön begränsas ytterligare	Redan idag sker fiske- turismsatsningar med denna inriktning. Byske älv, Mörrumsån, trollingfiske
Havsöring (Salmo trutta)	Se lax	Se lax	Se lax

2. Arter som idag nyttjas endast i ringa omfattning eller inte alls

Art	Utbredningsområde	Bedömning	Anmärkning
Samtliga karpfiskarter (Cyprinidae spp) t ex - Mört - Färna - Id - Sarv - Asp - Sutare - Karp	Sydsverige - Norrlands kustland	Fisket kan ökas på flertalet av arterna. Försiktighet avseende asp och karp.	Flera av karpfiskarterna är synnerligen intressanta som s k specimenfiskar. Asp (<i>Aspius aspius</i>) skyddad enligt EU:s habitatdirektiv
Nors (<i>Osmerus operlanus</i>)	Lokalt förekommande, ibland i stor myckenhet. Ex. Norrström	Fisket kan ökas, särskilt under lekvandring. Leker mars - april	Borde kunna utvecklas som turistisk "nischfisk". Jämför håvfisket i Stockholms ström.

3. Exempel på arter om vilka kunskapen idag är otillräcklig för en bedömning (alla marina och med olika grad av intresse för sportfiske)

Art	Utbredningsområde	Bedömning	Anmärkning
Bergtunga	Västkusten		
Rödtunga	"		
Makrill	"		
Vitling	"		
Bleka	"		
Havskatt	"		
Fjärsing	"		
Knot	"		
Lubb	"		
Kolja	"		
Tunga	"		
Piggvar	" /Ostkusten		
Slätvar	" /Sydkusten		
Hälleflundra	Västkusten		
Pigghaj	"		
Rocka (flera arter)	"		

4. Arter som överutnyttjas idag

Art	Utbredningsområde	Bedömning	Anmärkning
Torsk (Gadus morrhua)	Östersjön - norska gränsen	Överfiskad på områden tillgängliga för traditionellt sportfiske, spec. Västkusten	Regionalt av stort sport- fiskeintresse. Gotland, Öresund, Västkusten
Sill/strömning (Clupea harengus)	Östersjön - norska gränsen	Troligen överfiskad i det traditionella havsfisket. Östersjö-kusten t ex	Regionalt av stort intresse. "Rycka strömning" ev utvecklingsbart längs Uppland, Stockholms skärgård, Blekinge
Lax (Salmo salar)	Alla naturrepro- ducerande bestånd		Attraktiv art som som blivit ekonomiskt och tekniskt tillgänglig för allt fler fiskande
Öring, Havsöring (Salmo trutta)	Vissa större fjällvatten Vissa norrlandsälvar		Se lax
Röding (Salvelinus alpinus)	Större fjällvatten		Se lax
Harr (Thymallus thymallus)	Svealand-Norrland, Bottenhavets kustzon		Se lax Lokalt av stort sportfiske- intresse i flera av våra älvar t ex Torne älv, Övre Kaitumälven, Vindelälven, Dalälven, Klarälven. Hänsynstagande skall ske enligt EU:s habitat- direktiv

Ovanstående sammanställning rörande resursläget för vissa fiskarter av intresse för utveckling av svensk fisketurism är en översiktlig bedömning och måste därför behandlas med omdöme. Beträffande flera viktiga sport- och fritidsfiskearter gäller att de inom vissa geografiska regioner mycket väl skulle kunna placeras i en annan kategori än vad

som skett här. Detta gäller t ex öring, röding och harr i delar av Norrland. Enligt uppgift från länsstyrelsen i Jämtlands län både kan och bör uttaget ökas i vissa vatten för dessa arter. De skulle därmed placeras i kategori 1. Detsamma skulle kunna sägas om havsöring på vissa kustavsnitt.

Bilaga 3. Utbildning inom turism, sportfiske och fisketurism m m.

Curt Johansson, Fiskeriverket, Göteborg

Skola	Typ av skola	Utbildningens omfattning	Kurs/utbildningsgren
Kalix Naturbruksgymnasium, Kalix (riksintag)	Gymnasieskola Naturbruksprogrammet	2435 poäng	Vattenbruk (NP014) Bl a ingår sportfiske, 285 p samt kustfiske, 225 p Riksintag
Naturbruksgymnasiet Älvdalen	Gymnasieskola Naturbruksprogrammet	1010 poäng	Sportfisketurism (NP09) Ingår bl a flugfiske, spinn o. haspelfiske samt isfiske, tot 340 p
Tornedalens Folkhögskola, Övertorneå	Folkhögskola	2 år	Naturguideutbildning. Ingår bl a vår-, höst-, sommar-, och vinterfiske med nät, pimpel, krok, sax, sportfiske med spö samt en sep "fiskevecka" med ledare
Malgomajskolan, Vilhelmina	Gymnasieskola Hotell - o Restaurangprogrammet	846 poäng + kärnämnen	Jakt, fiske o vildmarksliv (HR09). Ingår bl a sommarfiske, 120 p samt vinterfiske, 80 p
Pihlskolan, Hällefors	Gymnasieskola Naturbruksprogrammet	2370 poäng	Fiskodling, vatten och miljövard samt fisketurism (NPR008). Ingår bl a sportfiske-ekoturism, 60p samt sportfisketurism, 30 p. Genomförare av fiskekurs: Sävenfors Vattenbruksskola, Hällefors.
D:o	Eftergymnasial utbildning	820 poäng	Vattenbruk, fiskodling med vattenvård samt sportfisketurism (WNP106). Bl a ingår sportfiske-ekoturism, 60 p samt sportfisketurism, 30 p
Sportfiskeakademin, Forshaga	Gymnasieskola Naturbruksprogrammet	2400 poäng	Sportfiske/sportfiske-turism, NPR007. Kärnämnen och andra ämnen samverkar med de specialinriktade yrkesämnena, varigenom kursinnehållet får en klar profil av en renodlad sportfisketuristutbildning. Riksintag. KY-utbildning, 2-årig, inriktning sportfisketurism, 80p varav 25 högskolepoäng, samverkan med SLU
Naturbruksgymnasiet, Osby	Gymnasieskola Naturbruksprogrammet	2370 poäng	Vattenbruk och fiske (NP012). Bl a ingår insjöhusbehovs- o sportfiske, 130 p samt landsbygdsturism, 75% av utbildningstiden ägnas åt sportfiske, 100 p

Skola	Typ av skola	Utbildningens omfattning	Kurs/utbildningsgren
Sveriges lantbruksuniversitet	Universitet	Sammanlagt kurser på ca 100 poäng (2,5 år) på grundnivå, se kolumnen t.h. dessutom ges forskarutbildning inom fiskbiologi/vattenbruk, 160 p (4år).	Kurserna ges på olika nivåer A-D. Vissa kurser har antagningskrav på gymnasiekompetens (allmän resp särskild behörighet). Andra kurser kräver tidigare universitetskurser inom biologiområdet. Kursområden: Fiskbiologi ca 20 p; fiskevård ca 30 p, fiskodling ca 15 p; förvaltning ca 10 p. Individ, påbyggnadskurser, olika inriktn. Ca 30 p
Göteborgs Universitet	Universitet	Maximalt ca 50 p (50 veckor) på fördjupningsnivå i fiskbiologiska och akvatiska kurser efter genomgången baskurs i biologi 40 p.	Fiskekologi och fiskevård 10 p, vattenvård 10 p, fiskfysiologi o. morfologi 10 p, förvaltningskunskap 10 p.

Anm: 1 poäng = 1 undervisningstimme i samtliga fall utom betr universiteten där 1 poäng = 1 undervisningsvecka

Bilaga 4. Här kan Du läsa mera:

- Aktionsplan för biologisk mångfald, Fiskeriverket, 1995
- Barn och ungdomars fiske, Fiskeriverket, 1995
- Bättre flugfiske, Göran Andersson, Ingemar Norling och Torkel Norling, Sportfiskarna, 1991
- Ekologisk fiskevård, Sportfiskarna, 1998
- Fisketurism i Jämtlands län, Länsstyrelsen i Jämtlands län, 1993
- Fisketurism i Sverige, Hultkrantz et al. 1993
- Fiska på fritid, SOU 1978:75
- Fiske och vattenbruk, Rapport 4247, Naturvårdsverket, 1996
- Fiskeriverket 50 år, Fiskeriverket, 1998
- Fiskevård i rinnande vatten, Fiskeriverket
- Flugfiskarens insekter, Ulf Pierrou, 1984
- Fritidsfiske -90, Fiskeristyrelsen och SCB, 1990
- Handbok i fisketurism, Centralförbundet för Fiskerihushållning, Helsingfors, 1998
- Handlingsprogram för utveckling av svensk turism, Turistdelegationen, 1996
- Havets liv och miljö, Rutger Rosenberg, 1982
- Hållbar utveckling i svensk turistnäring, Turistdelegationen, 1998
- Lax i strida strömmar, Kulturgeografiska institutionen, Umeå universitet, 1996
- Lax och öringfisket i Vänern, Fiskeriverket, 1998
- Om västerbottningars fiskevanor och attityder till sportfisketurister, fiskeresursen, fiskevård och allemansrätten, Maria Alatalo, Kulturgeografiska institutionen, Umeå universitet, 1998
- Planera för turism, Boverket/Turistdelegationen, 1997
- Samhällsekonomiska förutsättningar för att utveckla sportfisketurism i Sverige, Björn Finn, CTS, 1997
- Sportfiske för alla, Ingemar Norling, Göteborgs universitet, 1985
- Sportfiskets etiska regler, Sportfiskarna
- Sport- och husbehovsfiske 1995, Fiskeriverket och SCB
- Sunt förnuft, grunden för en god byråkrati, Turistdelegationen, 1996
- Så lever fisken, Olle W Nilsson, 1987
- Truede ferskvandsfiskearter i Norden, nordisk Ministerråd, 1994
- Vandlöbsfiskens verden, Jan Nielsen, Köpenhamn, 1994

FISKERIVERKET INFORMATION

har under 1999 utkommit med följande nummer:

1999:1 **Verksamhetsplan 1999 för Fiskeriverket**

1999:2 **Flodkräftodling – En möjlig produktionsgren
i Norrland**

1999:3 **Elfiske**

1999:4 **Miljö kvaliteten i 39 svenska sjöar –
en bedömning grundad på fisk**

Sören Johansson

Tommy Odelström

Erik Degerman, Berit Sers

Henrik C Andersson

Magnus Dahlberg

FISKERIVERKET RAPPORT

har under 1999 utkommit med följande nummer:

1999:1

Flodkräftodling i Norrland – biologiska och ekonomiska förutsättningar

Tommy Odelström och Sören Johansson

Utvecklingen av kräftodlingen i Sverige under 1980- och 90-talen

Hans Ackefors

1999:2

A review of the literature on acoustic herding and attraction of fish

Magnus Wahlberg

Visual ecology of fish – a review with special reference to percids

Alfred Sandström

Reproduction biology of the viviparous blenny (*Zoarces viviparus* L.)

Markus Vetemaa

1999:3

Påverkan och skyddszoner vid vattendrag i skogs- och jordbrukslandskapet

En litteraturöversikt

Björn Bergquist

1999:4

Biologiska kontrollundersökningar vid Barsebäcks kraftverk 1985–1997

Stig Thörnqvist

Biologiska recipientkontroll vid kärnkraftverken Årsrapport för 1998

Jan Andersson, Kerstin Mo och Stig Thörnqvist



FISKERIVERKET, som är den centrala statliga myndigheten för fiske, vattenbruk och fiskevård i Sverige, skall verka för en ansvarsfull hushållning med fisktillgångarna så att de långsiktigt kan utnyttjas i ett uthålligt fiske av olika slag.

Verket har också ett miljövårdsansvar och skall verka för en biologisk mångfald och för ett rikt och varierat fiskbestånd. I uppdraget att främja forskning och bedriva utvecklingsverksamhet på fiskets område organiserar Fiskeriverket *Havs fiskelaboratoriet* i Lysekil med lokalkontor i Karlskrona, *Sötvattenslaboratoriet* i Drottningholm med lokalkontor i Örebro, *Kustlaboratoriet* i Öregrund med lokalkontor i Simpevarp och fältstation i Ringhals, två *Fiskeriförsöksstationer* (Älvkarleby och Kälarne) och tre *Utredningskontor* (Luleå, Härnösand och Göteborg).



FISKERIVERKET

Ekelundsgatan 1, Box 423, 401 26 GÖTEBORG
Telefon 031-743 03 00, Fax 031-743 04 44
www.fiskeriverket.se