Utvikling innlandsfiske – sett fra rettighetshaverne
TEFA seminar Kristiansand 12. mars

fishspot
- Adventures in Norway

Gudmund Nygaard, Fishspot

Sportsfiske, en viktig aktivitet for reiselivet

- Forvaltning
- Produktutvikling
- Tilrettelegging
- Markedsføring
- Salg

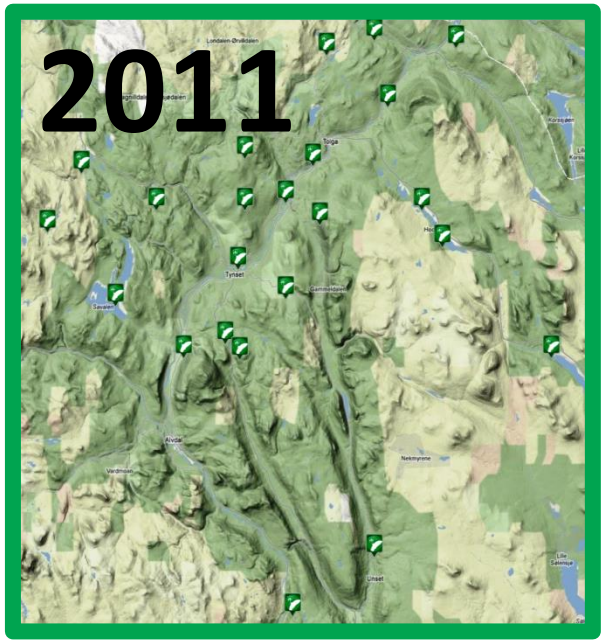
«Alt henger sammen»

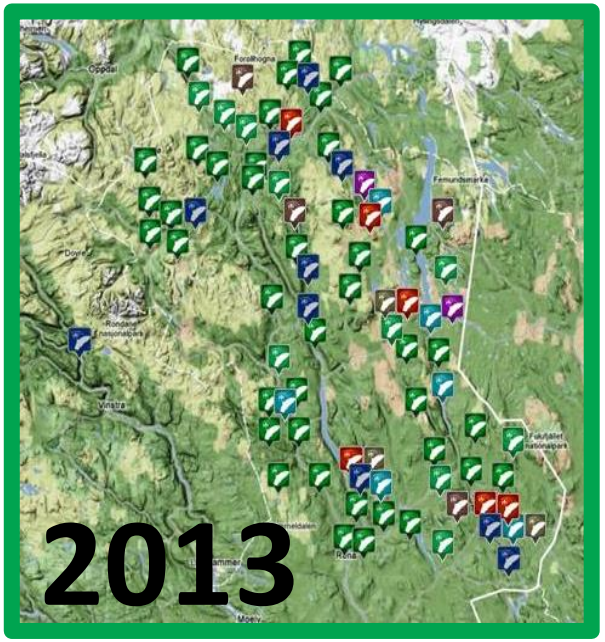
fishspot
- Adventures in Norway

fishspot
- Adventures in Norway

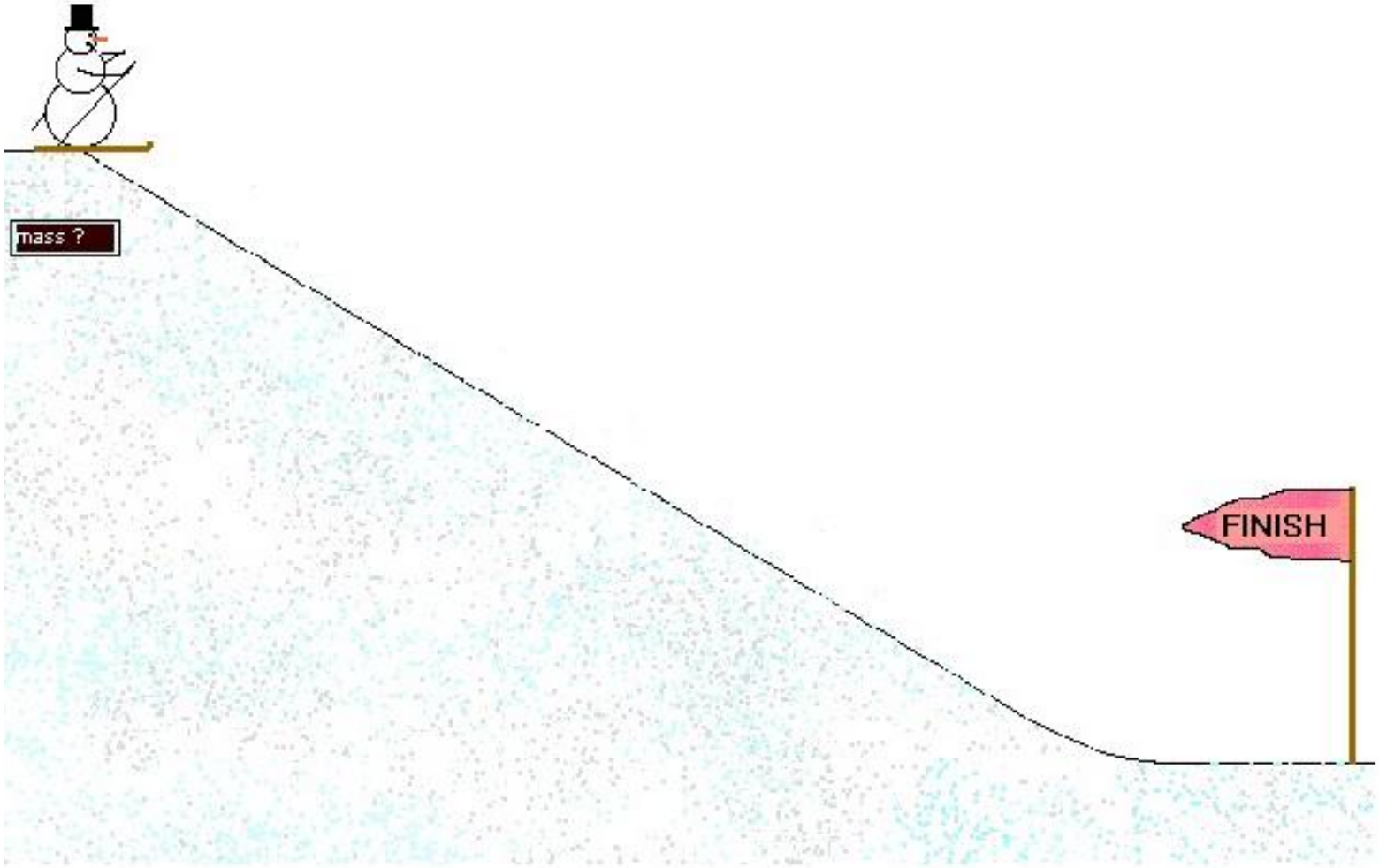
Målsetting:

«Utvikling av fisketurisme skal gi økt omsetning, verdiskaping og næringsutvikling hos rettighetshavere og andre aktører. Dette skal være grunnlag for en egen organisering for langsiktig og forutsigbar drift.»





fishspot
- Adventures in Norway


mass ?
FINISH

fishspot
- Adventures in Norway

Fiske for alle

Villmarksfiske

Aktiv Forvaltning

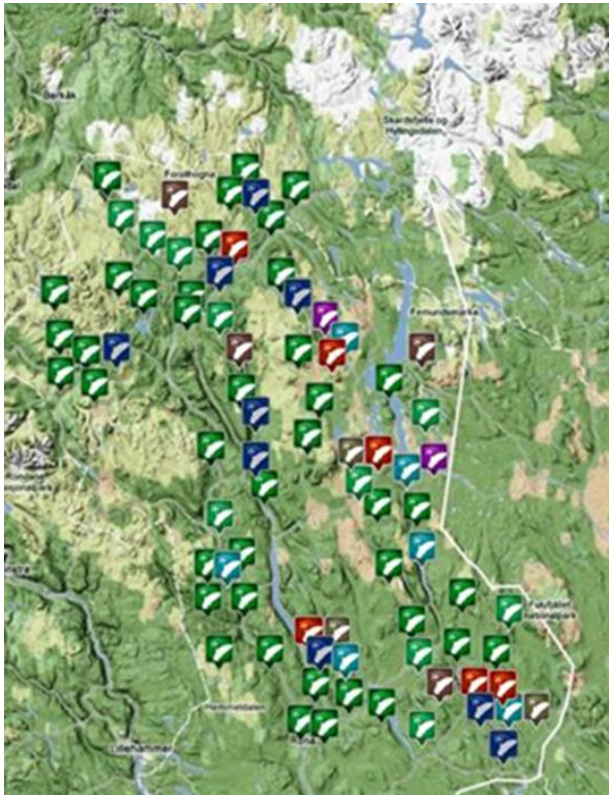
GraylingZones

Fluefiske

Gjeddefiske

Destinasjoner

Femund-/Trysilelva



fishspot
- Adventures in Norway

Tilrettelegging

Markedsføre

Fisketilbud

Informasjon

Naturgitte forutsetninger

Rettighetshavere

Nettside

Forvaltning

Kampanjer etc.

Organisering

Guider

Andre tilbud/ aktiviteter

Reise

Handel

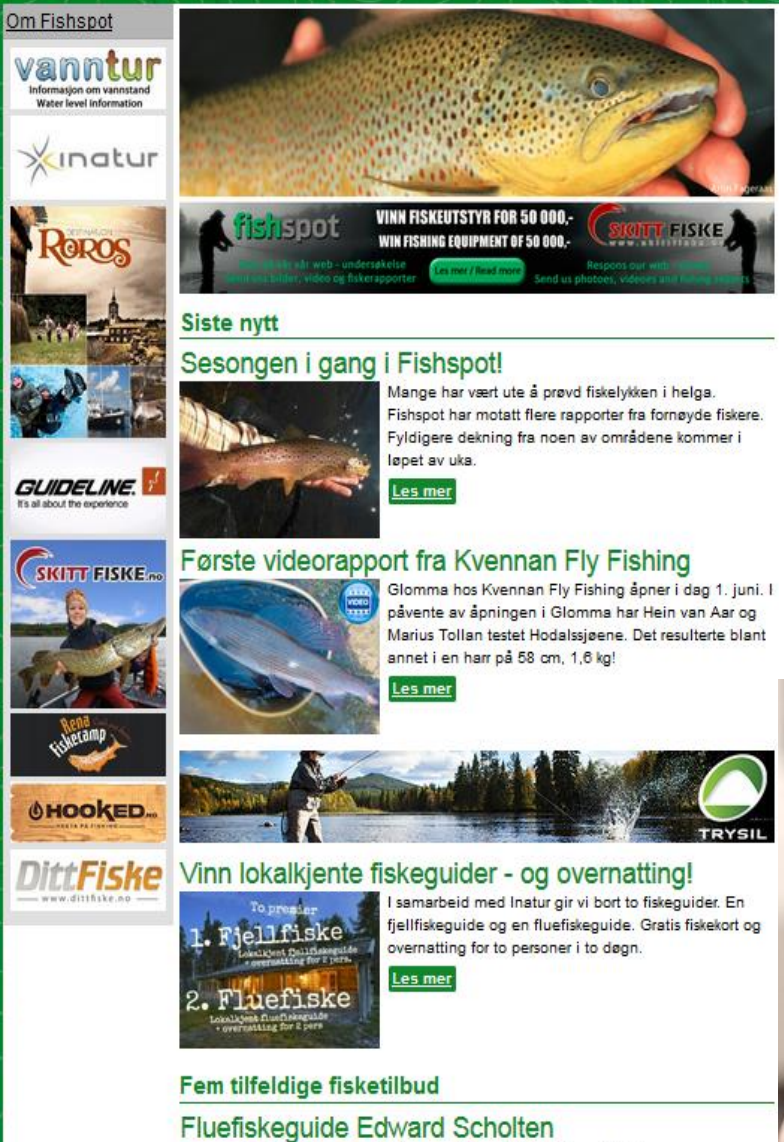
Bo

Spise

fishspot
- Adventures in Norway

Strategier

- Helhetlig satsing.
- Kunnskapsformidling, rådgivning og kvalitetssikring.
- Bygge nettverk og infrastruktur for fisketurisme.
- Samarbeid, felles satsing og felles strategier. Ressursforvaltning, produktutvikling, markedsføring og salg.
- Kompetanse og arbeid i nettverk.
- Målrettet og spisset markedsføring. Presentere «riktig vare» i riktig marked.
- Samlet får en «muskler» og blir synlig.

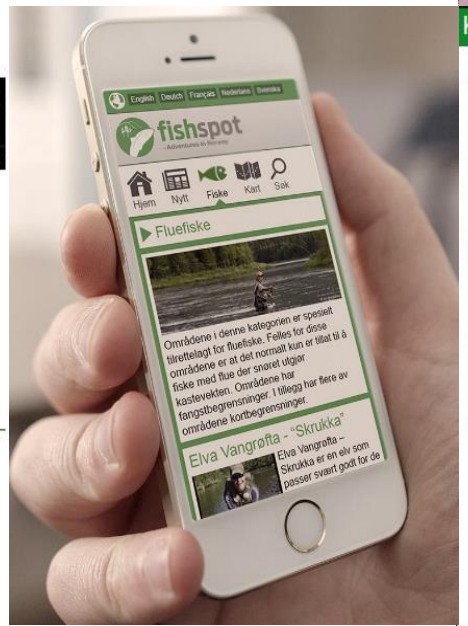


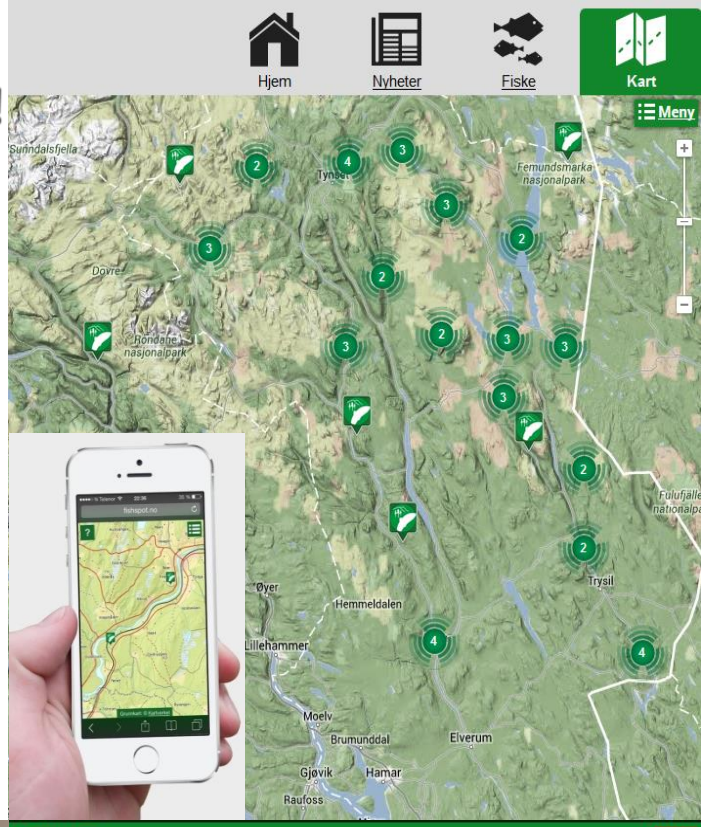
Takk for oppmerksomheten!

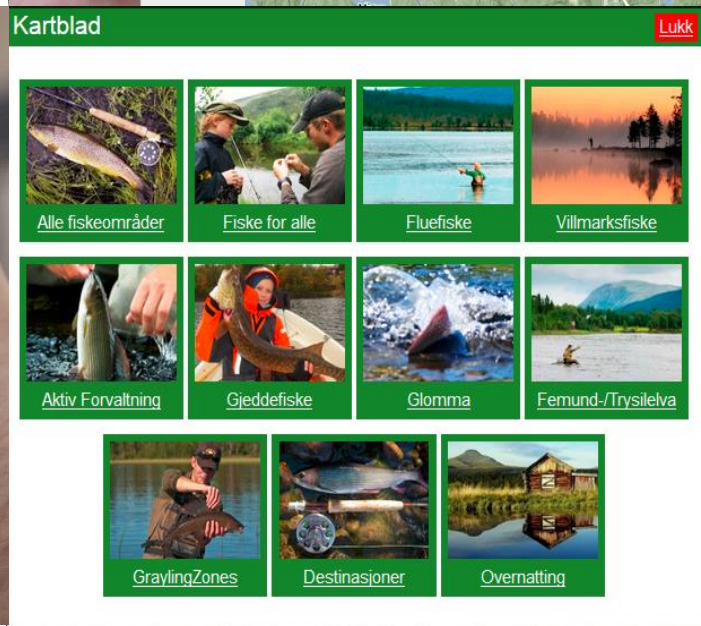
fishspot

- Adventures in Norway

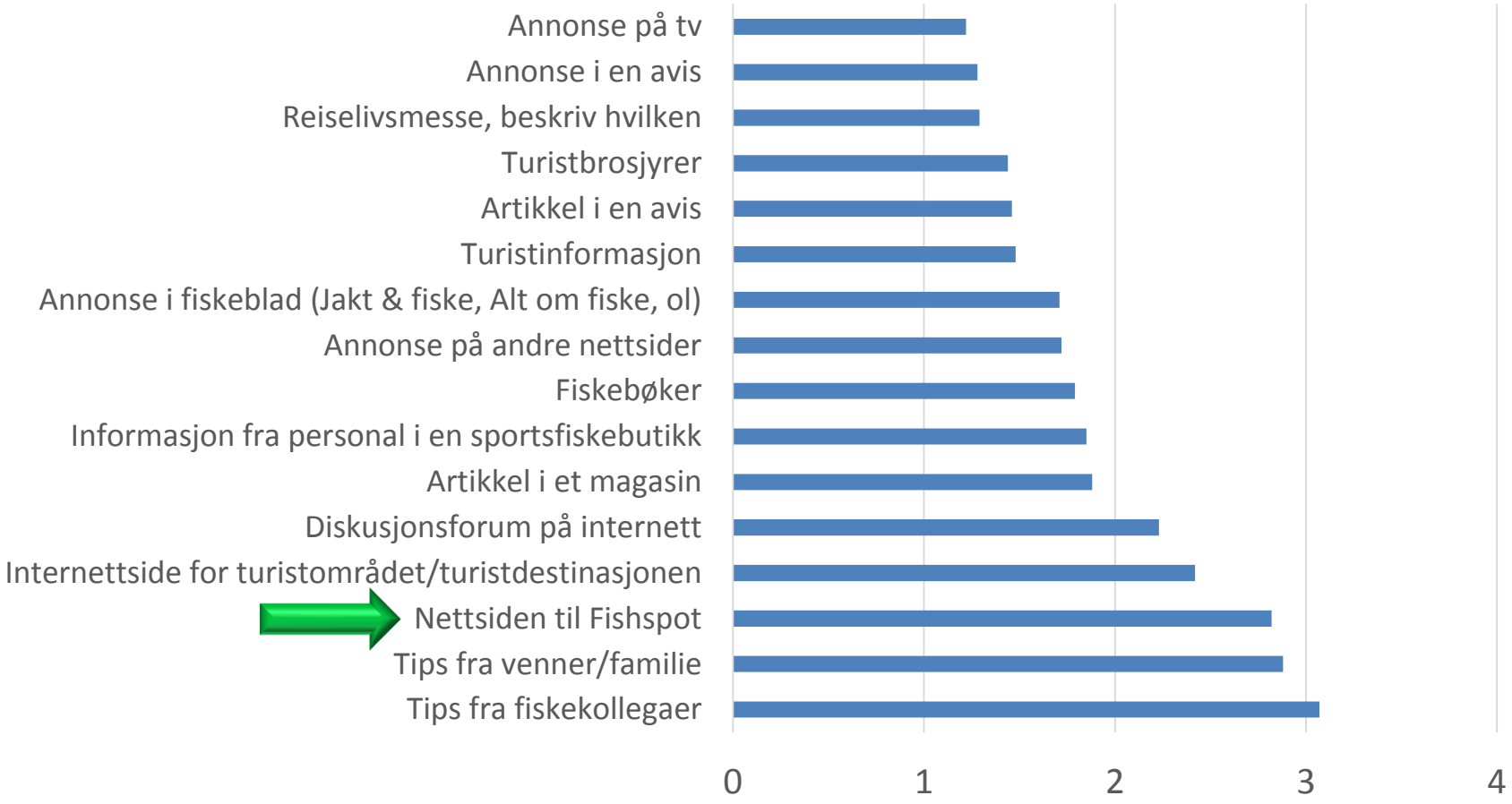
post@fishspot.no







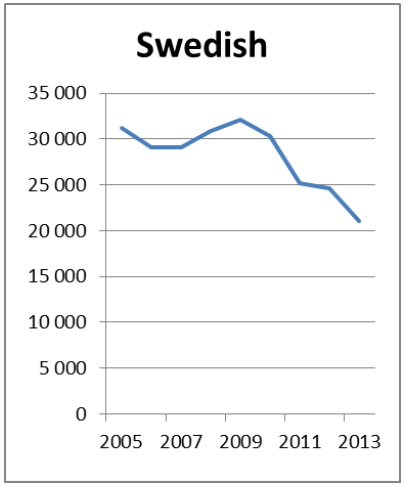
Informasjonskilder som er viktig for kjennskap til Fishspot og valget om å reise hit for å fiske

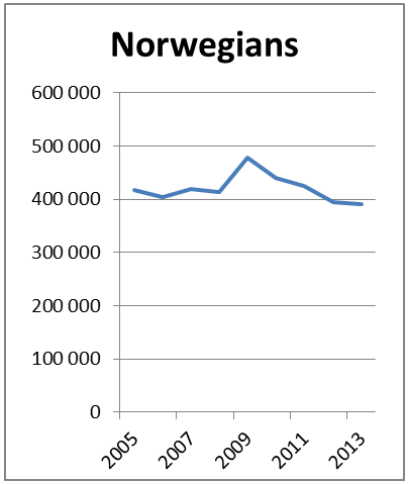


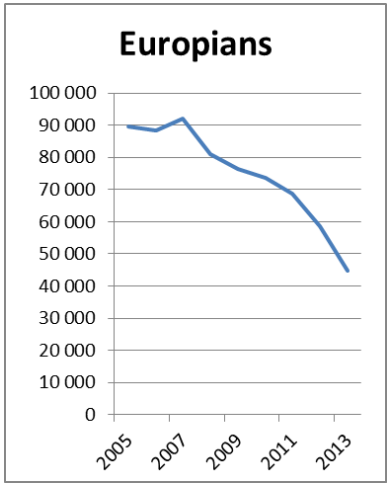
Vurdert på en skala fra 1= svært lite interessert til 5=svært mye interessert

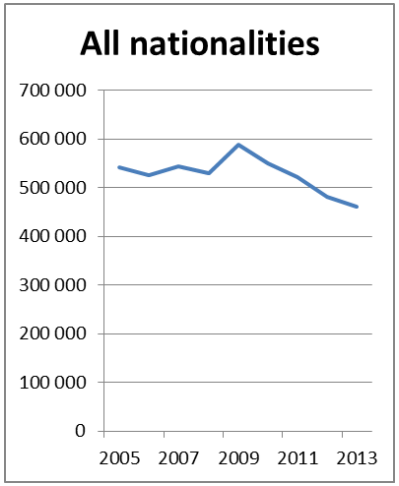
fishspot
- Adventures in Norway

Utviklingen av kommersielle gjestedøgn i Hedmark, juni – september, 2005 – 2013 (SSB)



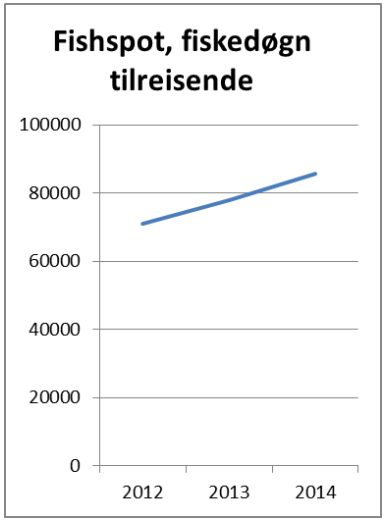


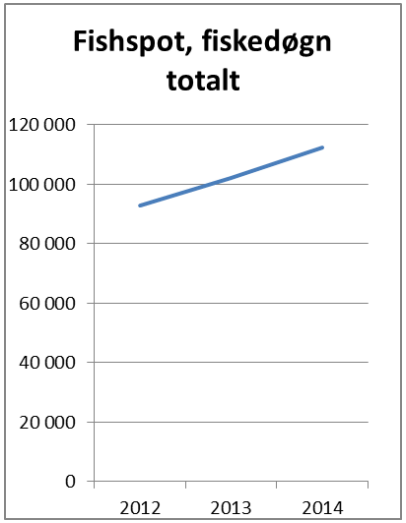




- Svensker, nedgang på 34 %
- Europeere, nedgang på 50 %
- Nordmenn, nedgang 6 %
- Totalt, nedgang 14 %

Utviklingen av salg av fiskedøgn i Fishspot 2012 – 2014*





- Solgte fiskedøgn i Fishspot til **tilreisende 2012 – 2014** , opp 21 % (+ 14 891)

* Fiskeområder som har vært med i Fishspot fra starten i 2010 har hatt en årlig gjennomsnittlig vekst på 10 %. Økning i utbredelse i Fishspot gjør at tall for 2010 - 2011 ikke er sammenliknbare med 2012 – 2014.

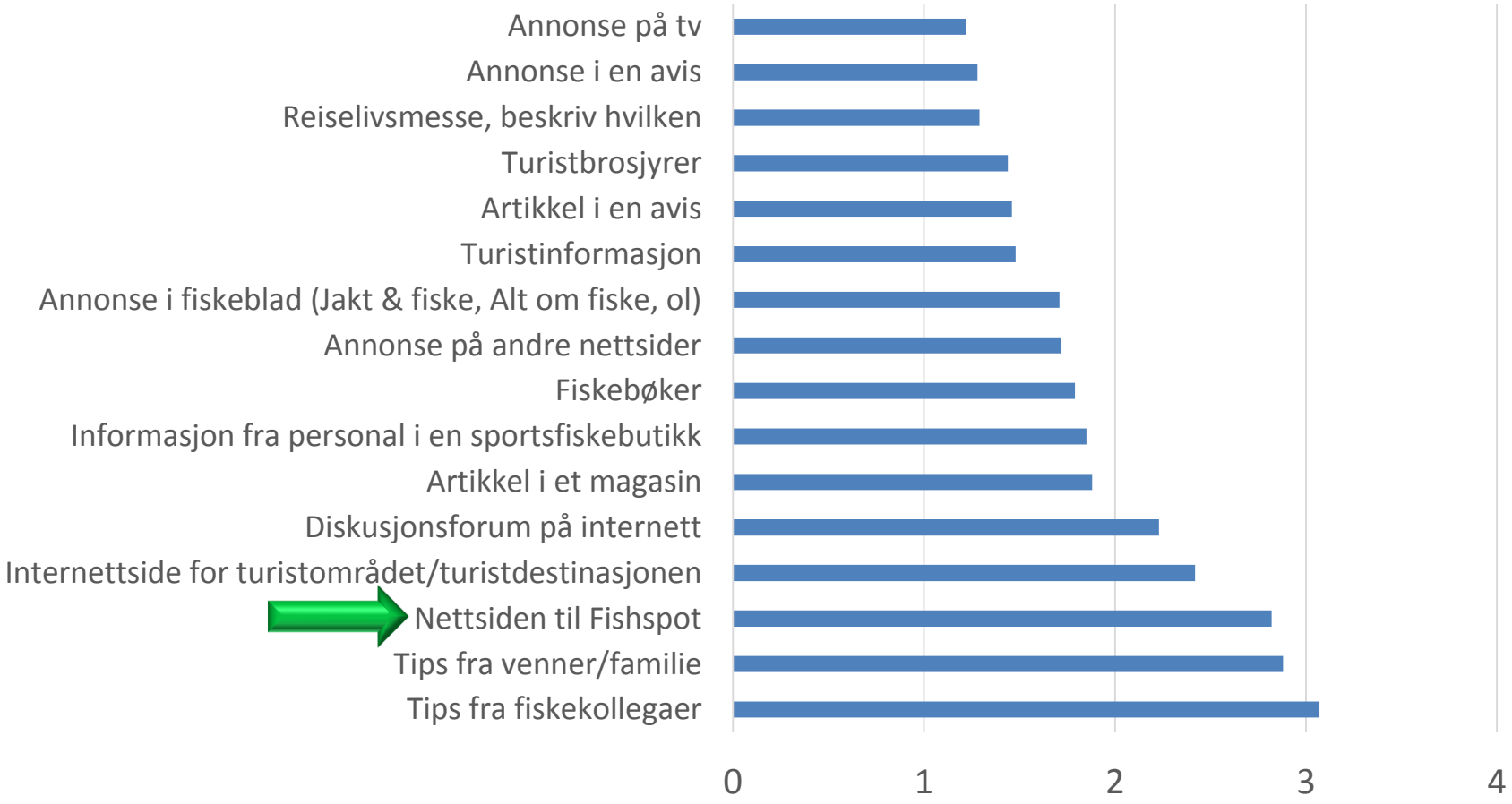
Trender innen fiske og -turisme

- Antall fiskere:
  - Færre norske fiskere, spesielt blant de unge
  - Kompenseres noe ved flere eldre norske og utenlandske fiskere
- Aktiviteten:
  - Fiskeinnsatsen like stor som før for de som fisker
  - Reiser oftere på fiskeferie - flere og kortere turer, mindre erfaring, tidsklemme som betyr flere tilrettelagte norske tilbud
  - Ny teknologi – mye fokus på fiskeutstyr
- Adferd
  - Stiller større krav til fiskedestinasjonen – flere og mer varierte tilbud, «valuta for pengene», god informasjon
  - Bruker mer penger både på utstyr, fiskekort og opphold
  - Fluefiske og fang og slipp øker, mindre matauk, naturlige fiskebestander

Ressursforvaltning:
Fra «matauk» til fokus på stor fisk

NINA

Informasjonskilder som er viktig for kjennskap til Fishspot og valget om å reise hit for å fiske

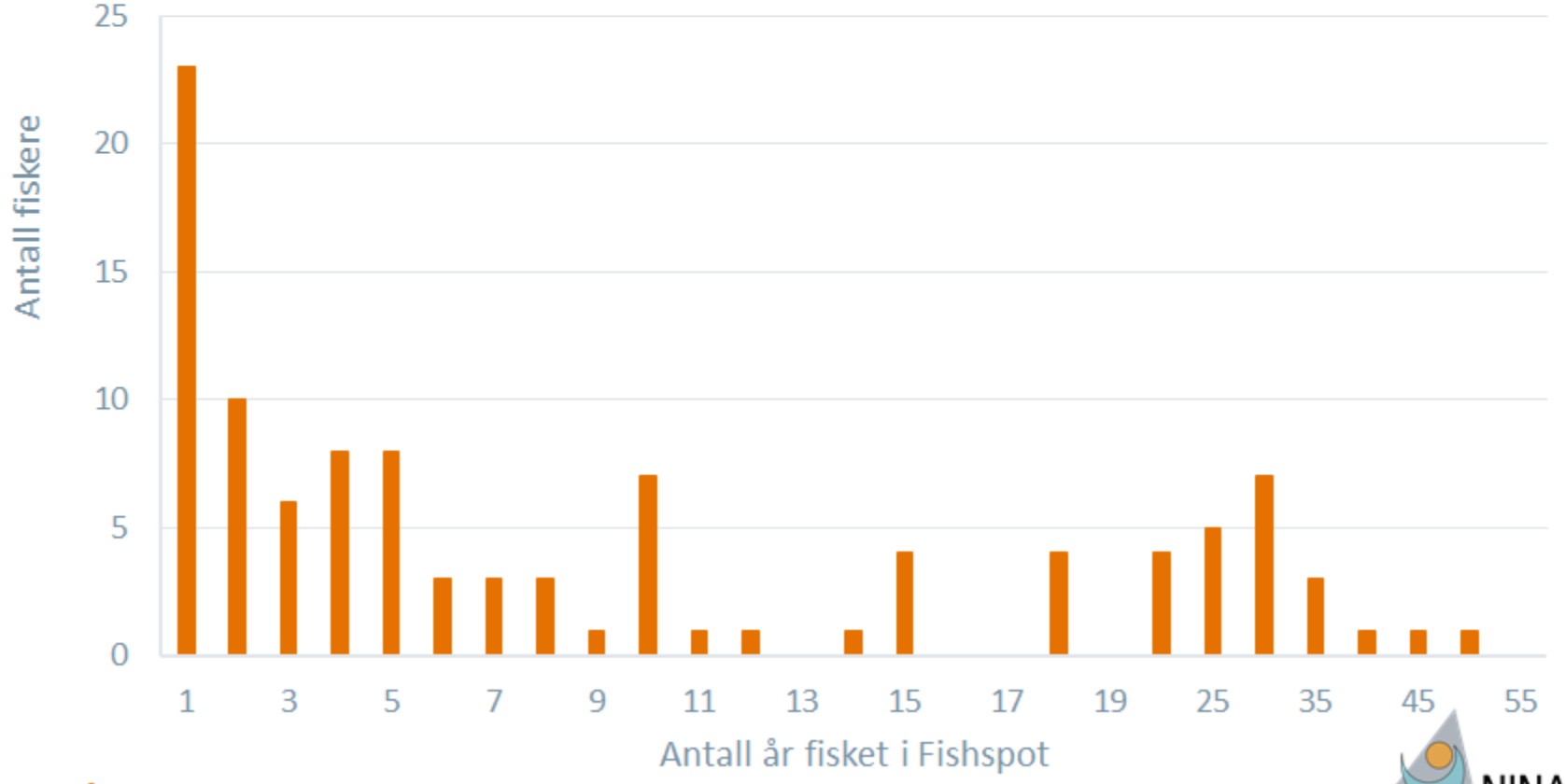


Vurdert på en skala fra 1= svært lite interessert til 5=svært mye interessert

fishspot
- Adventures in Norway

Antall år tilreisende fiskere har fisket i Fishspot

Gjennomsnitt= 10 år
Median=6 år



NINA

Fiskernes tilfredshet 2014

	Alle (n=581)	Lokale (n=51)	Fritidshus (n=157)	Tilreisende (n=373)
Fiskernes tilfredshet*	4,0 (0,1)	3,9 (0,1)	3,9 (0,1)	**4,1 (0,1)**
Andel godt (4) eller meget godt (5) fornøyd med fisketilbudet	76 %	71 %	76 %	**76 %**
Andel som kommer tilbake til neste år for å fiske	94 %	98 %	99 %	**93 %**

* Tilfredshet vurdert på en skala fra 1 = dårlig til 5 = meget godt

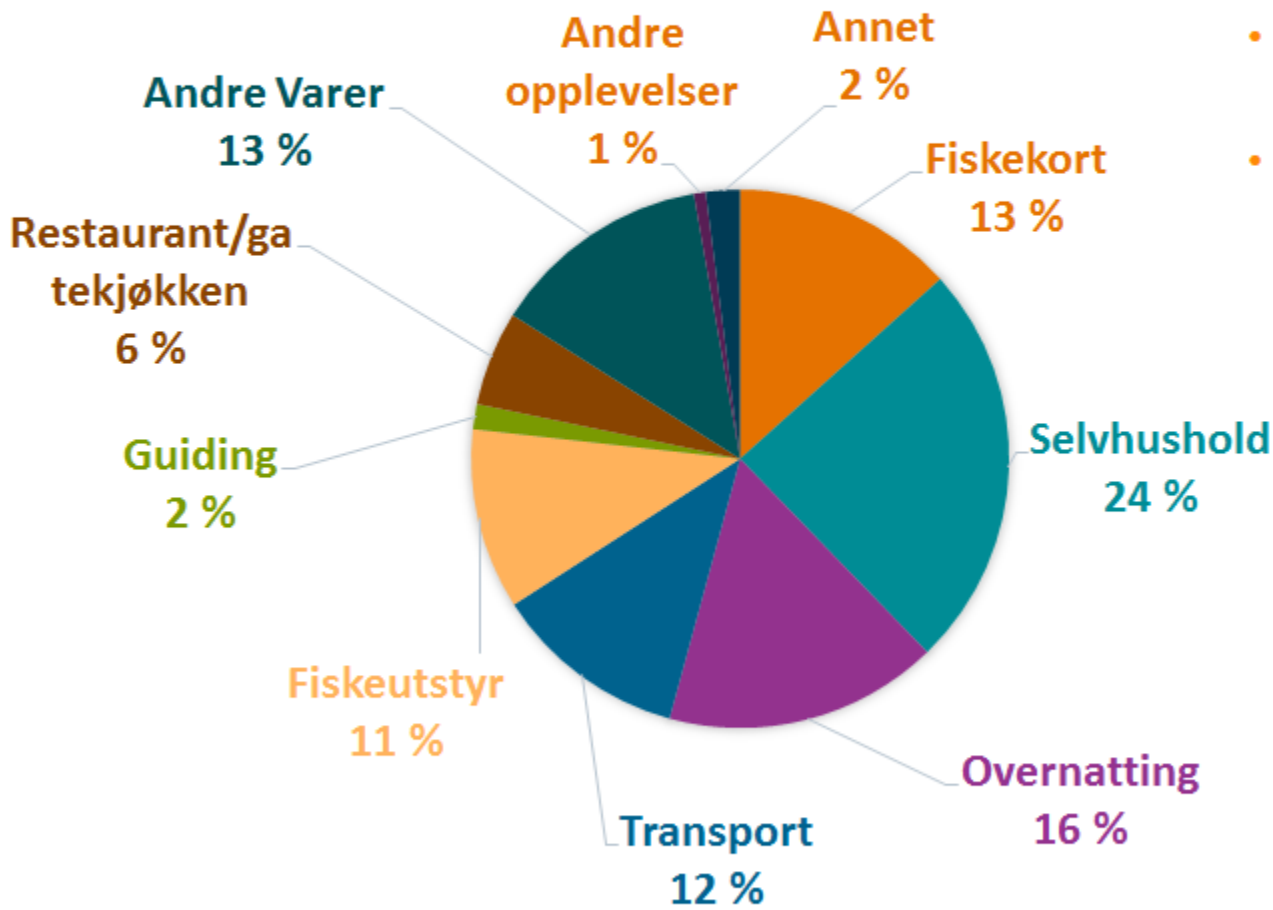
Fiskernes gjennomsnittsforbruk 2014

Segment	Gjennomsnitts-forbruk (NOK 2014)	95 % konfidens-interval nedre	95 % konfidens-interval øvre
Alle	963 (28)	908	1018
Lokal	551 (62)	427	675
Fritidshus	740 (46)	648	831
Tilreisende	1113 (36)	1043	1183

Forbrukstall for Fishspot

- Omsetning av fiskekort
  - 2013: 6,2 mil kr
  - 2014: 6,5 mil kr
- Forbruk av varer og tjenester
  - 2013: 96 mill kr
  - 2014: 99 mill kr

Tilreisende fiskeres forbruk i Fishspot 2014



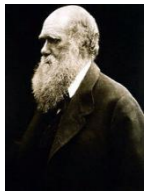
- **Lokale:**
  Overnatting: 4 %
- **Fritidshusbrukere:**
  Overnatting: 3 %
  Selvhushold: 34 %

NINA

fishspot
- Adventures in Norway

Viktige elementer:

- Lokalt engasjement
- Målsettinger!
- Samarbeid
- Produktutvikling
- Sonering/Forvaltningsregimer
- Kvalitetssikring
- Kommunisere utad at attraktive sportsfisketilbud er viktig for annen lokal verdiskaping.
- Bli god på nett!



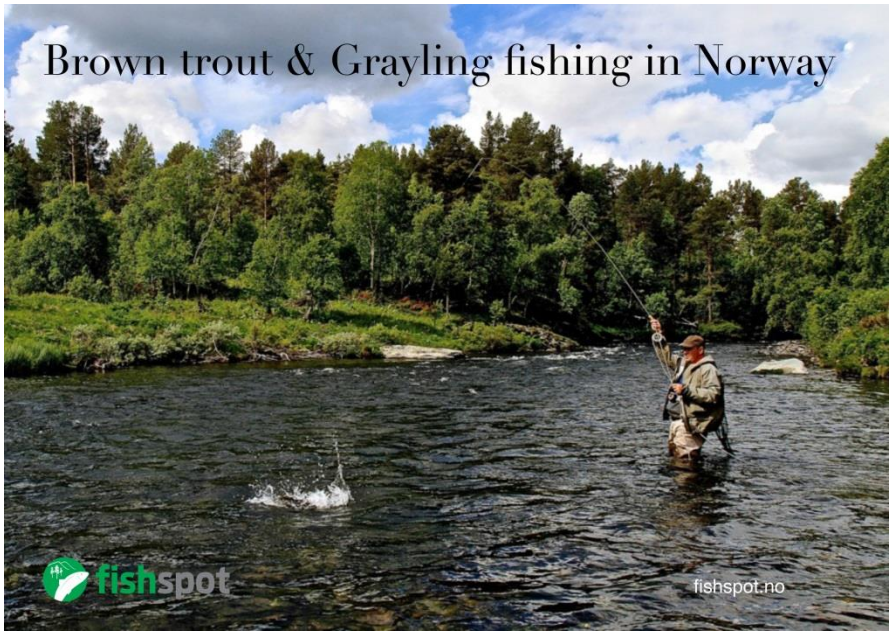
«Det er ikke den sterkeste som overlever, det er heller ikke den mest intelligente, men den som er dyktigst til å tilpasse seg endringer.»

~ Charles Darwin ~

fishspot
- Adventures in Norway

Suksessfaktorer

- **Fisketilbud:** Variert tilbud som er godt forvaltet ut fra naturgitte forutsetninger og gjerne ei fluesone
- **Fiskeregler:** Variert, men viktig at deler av området har «maksmålsforvaltning»
- **Pris:** Viktig lokalt, men mindre betydning for tilreisende
- **Markedsføring:** Synlighet og «nyttig informasjon for fiskerne», ofte nyhetssaker på nett
- **(Digitalt) Kortsalg:** Lett tilgjengelig og organisert i et fiskekortregister. Viktigste verktøy for resultatoppfølging
- **Samarbeid:** Tilrettelegging av forvaltningen, Merkevarebygging, felles markedsføring (God infrastruktur etter «Fishspotmodellen»)



Grayling & Brown trout fishing in Norway

Page 4-5 Engerdal

Page 6-7 Åmot

Page 8-9 Tynset

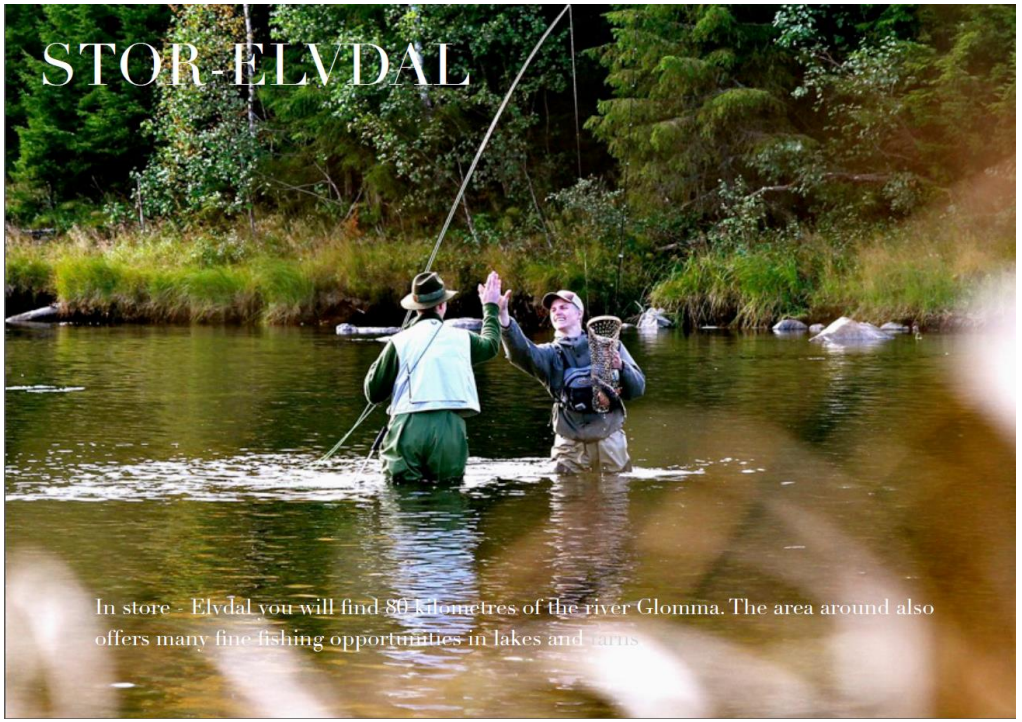
Page 10-11 Tolga

Page 12-13 Rendalen

Page 14-15 Trysil

Page 16-17 Sel

Page 18-19 Os

Page 20-21 Stor-Elvdal

Page 22-23 Folldal