

HØRINGSUTTALELSE – TOLGA KRAFTVERK

FRA: Prosjekt Fishspot (regionalt prosjekt for utvikling av fisketurisme)

TIL: NVE

Prosjekt Fishspot har arbeidet med tilrettelegging og utvikling av sportsfiske i Østerdalen og Hedmark siden 2010. Fishspot kommer med innspill i forhold til hvordan en planlagt, og eventuell utbygging i Glomma vil påvirke sportsfiske i næringsssammenheng.

Status og utvikling i Fishspot

Fisketurisme i Nord Østerdalen var fram til 2005 knyttet til campingplasser og fritidsbebyggelse og i liten grad til salg av tilrettelagt fisketurismeprodukter. I 2006 startet Kvennan Fly Fishing (heretter benevnt som KFF) opp og utviklet en egen fluefiskesone i Glomma. Satsningen på utvikling av tilrettelagt fiske ble raskt en suksess og antall solgte fiskedøgn er nær doblet fram til i dag. I 2009 startet Fishspot opp. Fishspot var i utgangspunktet et treårig prosjekt for utvikling av fisketurisme. Prosjektet er utvidet for to år (2013 – 2014). I løpet av denne perioden er målet at Fishspot skal organiseres som eget selskap. Prosjektet har som målsetning å utvikle Østerdalen og Hedmark til en attraktiv region for fisketurisme og fritidsfiske.

I samarbeid om ressursforvaltning, produktutvikling, markedsføring og formidling av kunnskap for alle elementer i verdikjeden (ressurs, produkt, markedsføring, salg og vertskap/opplevelse) skal fiskeressursene 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 omfatter nå 77 fiskekortområder. Kvennan Fly Fishing (KFF) med utgangspunkt i Glomma ved Tolga er et foregangsområde. I dag har over 15 "fiskeområder" i Fishspot en tilsvarende forvaltning, og er i en prosess for utvikling av produkter, etter samme mal som KFF. Fishspot har samlet fisketurismen i nordlige deler av Hedmark under en paraply og fått en felles nettside for markedsføring (www.fishspot.no). Prosjekt Fishspot har på kort tid blitt ledende innen utvikling av innlandsfiske i Norge.

En planlagt kraftutbygging i Glomma - Tolga er en bremsekloss for utvikling av fisketurismen lokalt. En utbygging vil gi negative konsekvenser for satsing på fisketurisme både lokalt og regionalt.

Glomma og KFF sin betydning for utvikling av fisketurisme i Østerdalen

Elveeierlagene Tolga-Vingelen og Glomma –Tunna har gjennom utviklingen av KFF vært spydspisser innen fisketurisme i regionen. Dette gjennom en målrettet forvaltning av fiskeressursen og tilrettelegging for fluefiske. Deler av Glomma er blitt svært attraktiv for tilreisende fisketurister. I de senere år har KFF solgt mellom 3000 – 4000 fiskedøgn til tilreisende fiskere per sesong. Omlag 85 % av kundene er fra utlandet. Dette til tross for beliggenhet og reisetid fra nærmeste storflyplass. Gjennom markedsføring og fornøyde kunder har KFF blitt en internasjonal merkevare for fluefiskere.

I regional utvikling av fisketurisme er det avgjørende å ha «trekkplaster» og foregangsområder. En internasjonal kjent merkevare trekker utvilsomt mange fiskeinteresserte til hele regionen. Det er derimot vanskelig å tallfeste denne effekten. Mange som legger fiskeferien sin til KFF benytter seg også av andre fiskemuligheter i regionen. Aktører som lykkes er avgjørende for at andre områder skal utvikle seg.

Hvorfor er området Glomma Tolga (KFF) en attraktiv sportsfiskedestinasjon?

Både nasjonalt og internasjonalt er det økt en spesialisering hos sportsfiskere. I takt med dette har vurderingen av hva som er gode destinasjoner for sportsfiske har endret seg. Hovedårsaken til at mange tilreisende ønsker fiske i området Glomma - Tolga er den unike og tallrike harrbestanden. Dagens harrbestand er et resultat av gode naturgitte forutsetninger og målrettet forvaltning. Både gytemuligheter, næringstilgang og Eidsfossen som naturlig vandringshinder er svært viktige faktorer.

Internasjonal konkurranse

Det å kunne tilby kvalitetsopplevelser er det viktigste kriteriet for å kunne lykkes i et internasjonalt marked innen fisketurisme. Segmentet av sportsfiskere som besøker KFF er i hovedsak utenlandske fluefiskere. I internasjonal konkurranse med andre destinasjoner, på tross av reisetid og et norsk prisnivå, velger mange å legge sin fiskeferie til KFF. Et svært godt fiske i naturskjønne omgivelser er konkurransefortrinnet.

Uavhengig av utbyggingsalternativ vil en utbygging av Glomma gi negative konsekvenser. Det vil i ulik grad kunne påvirke både fiskebestand og naturomgivelser. Dersom KFF ikke kan tilby et fiske av topp internasjonal klasse mister de sitt viktigste konkurransefortrinn. I forhold til det generelle prisnivået i Norge, reisetid og geografisk plassering vil KFF raskt miste kunder til andre destinasjoner rundt om i Europa.

Renomè og merkevarenavn

Destinasjoner innen opplevelsesnæring er svært avhengige av sitt renomê. Planer om utbygging av Tolgafallene skader omdømmet til Glomma som en topp destinasjon for fluefiske. En utbygging, uavhengig av alternativ, vil være negativt. Et tilrettelagt fluefiske er et nisjeprodukt. Fluefiskere verden over har god kontakt via ulike nettforumer, nettsider og internasjonale magasiner. Aktivitet som gir tap av omdømmet vil være negativ markedsføring. Det er knyttet stor usikkerhet til omfang og skade, men at det vil komme færre fisketurister bør være udiskutabelt.

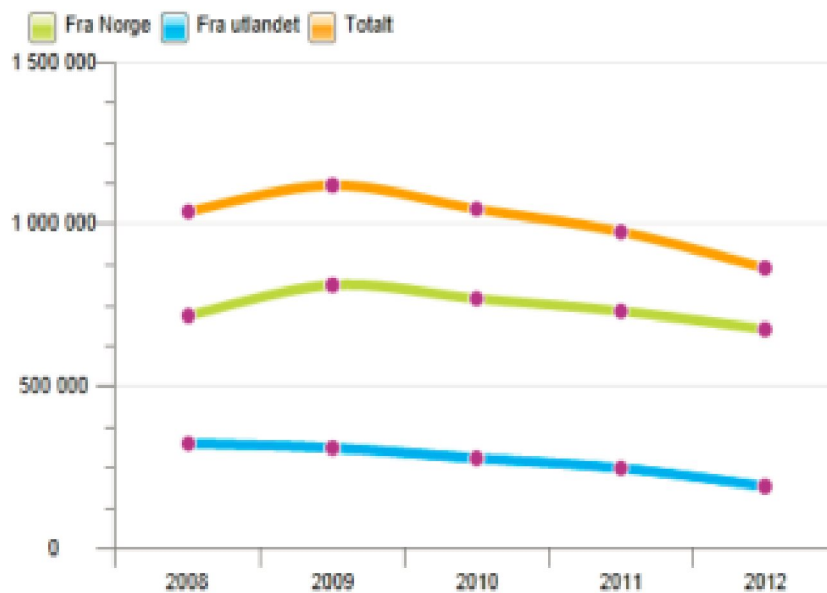
Gevinsten av utvikling av sportsfiskedestinasjoner er ringvirkningene

Attraktive destinasjoner for sportsfiske er isolert sett ikke noen stor butikk. For å lykkes innen nisjen fisketurisme er strategien er å legge til rette for et mest mulig attraktivt fiske som er grunnlag for lokal verdiskapning i form av overnatting, matservering og generell handel. Av den totale omsetningen som tilreisende fiskere bidrar til er om lag 10 % inntekter fra fiskekort, hele 90 % er annen type omsetning. Både erfaringer i prosjekt Fishspot og erfaringstall og tidligere undersøkelser fra blant annet Norsk Institutt for naturforskning understøtter dette.

Hva generer tilreisende fiskere av ringvirkninger og verdiskapning for regionen? (Estimer og beregninger utført i samarbeid med Norsk institutt for naturforvaltning, NINA Lillehammer)

- Solgte fiskedøgn til tilreisende fiskere i Fishspot i 2011: 11 542 døgn. Nøkternt vurdert, og basert på tidligere undersøkelser og erfaringstall tilfører disse fiskerne regionen en total omsetning på omkring 10 millioner.
- Solgte fiskedøgn til tilreisende fiskere i Fishspot i 2012: 21 840 døgn, Tilreisende fiskere tilfører totalt en omsetning på omkring 20 millioner.
- Nøkternt estimat for solgte fiskedøgn til tilreisende fiskere i Fishspot i 2013: mellom 40 000 - 50 000 fiskedøgn
Tilreisende fiskere vil tilføre regionen en omsetning på mellom 40 – 50 millioner.

Sportsfiske som opplevelsesnæring et viktig bidrag turismen i Hedmark Fylke



SSB tall for utviklingen av solgte kommersielle gjestedøgn i Hedmark 2008 – 2012

Økningen i antall tilreisende fiskere til områder i Fishspot har vært motsatt proporsjonal sammenlignet med utviklingen i kommersielle gjestedøgn i Hedmark med en gjennomsnittlig økning på 10 % for det enkelte område siden 2010. Stikkord for å lykkes i turist-Norge i dag heter nisje, samarbeid og nærhet. En må bli god på enkelte områder. Et typisk eksempel på et nisjeprodukt der en har forutsetninger for å lykkes i Østerdalen og Hedmark er innlandsfiske. Fisketurisme er, og vil i framtida, være et svært viktig bidrag for sommerturismen i Hedmark. En utbygging av et av de beste merkevarenavnene (KFF) vil være svært negativt.

Hvor stor er satsingen på fisketurisme i regionen. Nøkkeltall for Fishspot per. Juli 2013:

- Det er til sammen 77 fiskekortområder som er presentert på Fishspot.no
- Fordeling av fiskeområder etter kategorisering:
 - Fiske for alle 53
 - Grayling zones 7
 - Gjeddesoner 3
 - Villmarksfiske 3
 - Glomma 7
 - Femund – Trysilelva 4

- Per juni 2013 er 71 tilbud om overnatting som er relatert til et eller flere fiskeområder synliggjort på Fishspot.no
- All statistisk informasjon finnes på 5 språk

Besøkstall for Fishspot.no i 2013 (sidene ble lansert 22.januar dette er tall frem til 3.juni)

- **36 750** unike besøk
- 135 926 unike sidevisninger
- Nye besøk, returnerende besøk ca. 50/50
- Besøk fra norge/utlandet ca. 60/40

Sist måned 15.6 – 15.7 2013:

- **12 854** unike besøkende
- 44 993 sidevisninger
- 35 554 unike sidevisninger
- Fluktfrekvens 39 % (de som kun har besøkt førstesida)
- Over **13 000** personer liker Fishspot på Facebook!

Konklusjon

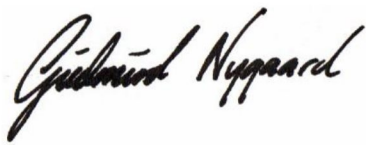
En planlagt utbygging er allerede i dag en bremsekloss for satsing på fisketurisme lokalt. En utbygging som direkte berører det regionens sterkeste merkevarenavn vil kunne ha store negative konsekvenser for hele regionen.

Avbøtende tiltak

I forhold til fisketurisme vil årlige midler øremerket for markedsføringstiltak og ytterligere tilrettelegging kunne kompensere for noe. Om en skal lykkes med markedsføring av et slik nisjeprodukt er spisskompetanse en forutsetning for å klare å henvende seg i riktige markeder. Det må blant annet utarbeides markedsplaner. Eksempler på tiltak kan være: Visningsturer,

positiv omtale i internasjonal fluefiskemagasiner, annonsering på de riktige nettsider osv. Det må sannsynligvis settes inn ganske store ressurser som kompensasjon for tap av merkevarenavn og renomê for KFF. Forutsetningen for at dette skal kunne være en kompensasjon er at fiske uansett ikke blir vesentlig dårligere. Markedsføring av en «vare» en ikke har virker mot sin hensikt.

Med hilsen



Gudmund Nygaard, prosjektleder Fishspot

post@fishspot.no

Adresse:

Fishspot

Landbrukets hus

2500 TYNSET