



# Fisketurisme i Finnmark

Seminar i Alta den 2.-3. november 2006

Lise Haug og Hallvard Jensen (red.)



# Fisketurisme i Finnmark 06

- utvikling og muligheter

Lise Haug, Hallvard Jensen (red.)

Bioforsk Fokus blir utgitt av  
Bioforsk, Fredrik A Dahls vei 20, 1432 ÅS  
post@bioforsk.no  
Ansvarlig redaktør: Nils Vagstad

Denne utgivelsen:  
Bioforsk Nord Holt  
Pb. 2284, 9292 TROMSØ  
Fagredaktør: Olaug Bergset  
Redaktører: Lise Haug og Hallvard Jensen

ISBN 978-82-17-00181-2  
ISSN 0809-8662

Forsidefoto: Lise Haug, Bioforsk Nord

## Forord

---

Et seminar om fisketurisme ble arrangert i Finnmark den 2.-3 november 2006 på Rica hotell, Alta. Arrangementet var et samarbeid mellom Bioforsk Nord, Norsk Innlandsfiskelag og Fylkesmannen i Finnmark, landbruksavdeling.

Bioforsk Nord er et av åtte senter i Bioforsk og er tillagt nasjonale oppgaver knyttet til bruk og utnyttning av ferskvannsfisk jfr. Stortingsmelding 19 (1999-2000). I LMD:s handlingsplan for innlandsfisk Nr06 2006, er Bioforsk Nord dels tillagt oppgaver innen kompetanseoppbygging og kunnskapsutvikling. Per i dag jobber to utviklingspiloter med fisketurisme, yrkesfiske og ferskvannsoppdrett. Nettverks- bygging, etablering av arenaer samt prosjektutvikling er sentrale oppgaver. Bioforsk Nord er koordinator i Nærfisk-programmet i Nordnorge.

Norsk Innlandsfiskelag (NIL) er en sammenslutning av personer og firmaer som arbeider for å fremme yrkesfisket i ferskvann som næring ved bl.a. å samarbeide med rettighetshavere, forvaltning og forskning. Videre ønsker NIL å øke kompetansen hos medlemmene i forhold til fiskebiologi, redskapsbruk, kvalitetsmessig førstehånds-behandling og videre ledd i verdikjeden. - Stimulere til økt foredlingsgrad hos den enkelte yrkesfisker. - Være et verktøy for felles tiltak for medlemsmassen. - Dokumentere verdiskapning fra yrkesfisket. - Hevde næringens felles interesser, stimulere til samarbeid med andre interessegrupper, samt informere og påvirke eksternt.

Fylkesmannen i Finnmark, Landbruksavdelingen, skal medvirke til at den nasjonale landbrukspolitikken blir

gjennomført ved hjelp av informasjon, forvaltning av virkemidler og lokalt tilpassede tiltak.

Fylkesmannen samarbeider med mange andre etater, fylkeskommunen og kommunene.

Næringsutvikling med basis i jordbruk, skogbruk og tilknyttede næringer er sentrale samarbeidsområder.

### Målsetting med konferansen

-Være en regional møteplass for næringsaktører, forskningsmiljøer, forvaltnings og virkemiddelapparat i Finnmark

-Belyse potensialet for fisketurisme i Finnmark og stimulere til økt næringsvirksomhet

-Finne ut hvordan man kan utnytte potensialet best mulig

Tema som ble tatt opp under seminaret var, status og trender innen fisketurisme i Finnmark, trender i reiselivet, forvaltningen og rammebetingelser, strategier, finansieringsmuligheter, utdanning og kompetanse knyttet til Fisketurisme og forskjellige case innen fisketurisme.

Konferansen samlet representanter fra næringen, forvaltning og forskning fra hele landet. I tillegg til de norske deltakerne deltok utenlandske innledere fra Orkneyøyene, Island og Sverige. Fra Sverige deltok også flere næringsaktører. Totalt deltok over 40 personer.

Tromsø, november 2006

Lise Haug

## Program

### Torsdag 2. november

Møteleder: Landbruksdirektør Øystein Ballari, Fylkesmannen i Finnmark

12.00 Registrering og lunsj

13.00 Velkommen NN, Bioforsk Nord

13.15 **Trender i reiselivet, grunnlag for fisketurisme**

Førsteamanuensis Arvid Viken, Høgskolen i Finnmark

13 45 **Hva krever fisketuristen?**

Konsulent Kjersti Lunde, Din Tur

14 15 **Utvikling av et vellykket fisketurismeforetak**

Daglig leder Ulf Johanson, Ammarnäs Fiskecentrum

14 35 Pause

15 00 **Guiding av sportsfiskere**

Adm dir. PeO Söderkvist / Utbildningsledare Peter Belin,  
SportsfiskeAkademin i Forshaga, Sverige

16.15 **Alta laksefiskeri og fisketurisme**

Daglig leder Ivar Leinan , Alta Laksefiskeri Interessentskap (ALI)

16.45 **Fisketurisme i Finnmark om fem år?**

Gruppearbeid på ulike scenarier for utvikling av fisketurisme i Finnmark. Hvordan vil fisketurismen utvikle seg? Hva skjedde og hvordan kom vi dit?

18.00 Avslutning

19 30 Middag

### Fredag 3. november

Møteleder: Øystein Ballari

09 00 **Norsk Innlandsfiskelag sin rolle for å fremme arbeidet med innlandsfisk**

Dagl. leder Tor-Gunnar Austjord, Faun Naturforvaltning / Koordinator NÆRFISK-programmet

09 30 **Fiskeforvaltning for miljø, allmennhet og næringsutvikling -Vassdragsforvalter Harald**

Muladal, Fylkesmannen i Finnmark, Miljøvernavdelingen

10 00 **Finansieringsmuligheter for fisketurismeforetak**

Assist. dir. Liv-Edel Berg, Innovasjon Norge Finnmark

1030 Pause

1050 **Finnmarkseiendommens handlingsplan – tanker og innspill rundt forvaltning av vann og vassdrag**

Seniorkonsulent Steinar Christensen, Finnmarkseiendommen

11.20 **Fisketurisme som bygdeutvikling**

Daglig leder Edmund Johansen, Kunes Kreative senter

11.50 **Samarbeid om satsing på naturbasert reiseliv i Finnmark**

Daglig leder Jens Harald Jensen, Finnmark Reiseliv

12.20 Lunsj

13.00 **Oppsummering**

Hva kom fram i gruppene? Hvilke tiltak kreves for å utvikle potensialet for fisketurisme i Finnmark

14.00 Avslutning

## Innhold

---

Trender i reiselivet, grunnlag for fisketursime .....	8
Arvid Viken .....	8
Høgskolen i Finnmark .....	8
Hva krever Fisketuristen? .....	10
Kjersti Lunde.....	10
Din TUR .....	10
Utvikling av et vellykket fisketurismeforetak .....	11
Ulf Johanson .....	11
Ammarnæs fiskecentrum .....	11
Guiding av sportsfiskere.....	13
Adm dir. PeO Søderkvist / Rektor Per Johansson .....	13
SportsfiskeAkademien i Forshaga, Sverige/ .....	13
Alta laksefiskeri og fisketurisme .....	15
Ivar Leinan.....	15
Alta Laksefiskeri Interessentskap (ALI) .....	15
Norsk Innlandsfiskelag sin rolle for å fremme arbeidet med innlandsfisk.....	17
Tor-Gunnar Austjord .....	17
Koordinator NÆRFISK-pogrammet ” .....	17
Hvordan få til en smidig forvaltning som ivaretar miljøet, allmennheten og mulighetene for næringsutvikling? .....	19
Harald Muladal.....	19
Fylkesmannen miljøvernnavdeling.....	19
Finansieringsmuligheter for fisketurismeforetak .....	21
Liv-Edel Berg.....	21
Innovasjon Norge .....	21
Finnmarksloven og FeFo sitt handlingsrom som grunneier .....	23
Steinar Christensen.....	23
Finnmarkseiendommen .....	23
Fisketurisme som bygdeutvikling.....	25
Edmund Johansen .....	25
Kunes Kreative senter i finnmark .....	25
Samarbeid om satsing på naturbasert reiseliv i Finnmark”.....	27
Jens Harald Jensen.....	27
Finnmark Reiseliv.....	27

## Trender i reiselivet, grunnlag for fisketurisme

ARVID VIKEN  
HØGSKOLEN I FINNMARK

### Fisketurister og fiskende turister

Fisketurister kan deles in i flere kategorier som foreksempel, fryseboksfiskere (høsting, arbeid i fritid), sportsfiskere (spesialinteresseseturisme), fiskende turister (rekreasjon). Innovasjon Norge sin definisjon av fisketurister er følgende: Vi skiller mellom to kategorier fisketurister. Ferierende familier reiser gjerne om sommeren og fisker litt i løpet av ferien. Disse har en gjennomsnittlig oppholdstid på ca. 14 dager. "Gutta på tur" derimot, reiser i stor grad tidlig om våren og sent på høsten og oppholdstiden er omtrent en uke. Segmentet bidrar således til sesongforlengelse og utvikling av nye sesonger for aktuelle leverandører. For sportsfiskere som fisker i sjø og hav er selvfølgelig alle fiskesorter av interesse, men det fiskes særlig etter torsk, kveite, steinbit, sei, makrell og lyr. For ferskvannsfiskere er laks, gjedde, ål, abbor, harr og ørret de mest populære fiskesortene.

### Trender

- Noe som kommer og (som oftest) går, går i beste fall i bølger, derfor trend.
- Beslektet med mote; lite å stole på, kortsiktig.
- Dreier seg om endringer i forbruksmønster.
- Teori: Innovasjon, tidlig tilpasning, tidlig majoritet, sen majoritet, etternølere.
- Langsiktige endringer; mer individuelt reisende, mer nyanserte og komplekse kjøpsmønstre.
- Kortsiktige endringer; slalåm, seilbrett, golf, fiske???

Trender er sosialt konstruerte; noen finner på noe nytt som man klarer å få oppmerksomhet omkring, og det blir til noe folk snakker om, tror de må gjøre, prøve ut, være med på. Ofte er det en gammel greie i ny innpakning. Poenget er få folk til å tro at de gjør noe nytt. Det "nye" pakkes inn i omgis nye symboler, merker, goretex, sertifikater, eksklusivitet, pris (høy).

### Koppling trender og fisketurisme

Finnes en del gode trendrapporter og statistikk om fisketurisme men jeg har ikke funnet noen gode kopplingsanalyser og særlig ikke i forhold til de ulike typene fiskende turister

### Eksempel på noen trendanalyser

- WTTC (modifisert)
- Det engelske turistråd (2000):
- Omtaler verdi og holdningsendringer: Voksende søken etter autentiske produkter. Fokus på nostalgi, røtter, andre kulturer og identitet.
- Økende interesse for åndelige og intellektuelle opplevelser. Verdi i forhold til tid like viktig som i forhold til penger. Større individualisme
- Trender blant velstående (POONS TRENDER) Deles inn i tre kategorier:

Forbrukertrender: som er erfarne reisende, uavhengige, individuelle reisende, fokus på kropp, hode og sjel (polysensuelt), og vil ha noe igjen for pengene.

Tilbydertrender; billigere, kortere, raskere, også nærmere reisemål, krav til informasjonsteknologi & Internet, økt polarisering (store - små). Nye roller for reisebyrå.

Destinasjonstrender: nok er nok (vekk fra masseturisme & standardisering), fra produkter til opplevelser

### EUs trendanalyser

European Travel Commission (EU). Større opptatthet av sikkerhet, men også mer vant til risiko. Flere korte og lange reiser, Billigere reiser, fokus er opplevelser heller enn på bestemte destinasjoner, autentiske opplevelser inkludert nærhet til naturen. Kunnskap også en del av dette. Lav lojalitet og økende uforutsigbarhet (Luksushotell kombinert med lavprisfly).

- Mindre bruk av, eller annerledes pakketurer.

Brukervennlige websider er en forutsetning for å lykkes.



### WTO om markedstrender

ETC's Key Trends for 2005; Fortsatt vekst i reiselivet. Mer diversifisering av destinasjoner og produkter. Nye og smalere segmenter (nisjer). Mer siste liten-reisende. Kortere og mer oppstykket ferie. Flere yngre og eldre reisende. Flere individuelle reisende. Endrede forbrukervaner (erfarne, nytteorienterte, mindre lojale, mer konsumentmakt). Demografiske endringer; flere eldre, endrede familieforhold, immigrasjon/emigrasjons -besøk. Nye muligheter på grunn av lavkosttilbydere, Internett og økt konkurranse. Mer vanlig med flere boliger og hytter.

### Og så var det fisketurismen

*I følge Innovasjon Norge:*

Det totale markedet for fiskereiser i Tyskland og Nederland utgjør 5,4 millioner mennesker. Det største markedet er i Tyskland. Omlag 5 % av de tyske sportsfiskerne er fluefiskere. Årlig reiser det rundt 130.000 tyskere og nederlendere på fiskeferie til Norge

*I USA, i følge American Sportfishing Association*

44 mill fritidsfiskere som bruker 41.5 mrd USD på sin hobby. 116 mrd USD i økonomisk betydning direkte og indirekte 1 mill. jobber.

### Hva er det viktigste for norske fisketurismeaktører?

Spesialisering av konsum og produksjon. Sosiale arenaer og miljø er viktig. Opplevelsesorientering (og tilleggsprodukter. Høye standardkrav (kompetanseheving). Informasjon på Internett viktig. Direkte kontakt mellom fisketurist og tilbyder. Sikkerhet.

Norske forutsetninger *På plussida:* God tilgang på fisk, autentiske fiskerisamfunn, god tilgjengelighet  
*På minussida:* Høy pris, Klima, halvgod kvalitet, regulering utenfra.

### Innovasjon Norge satser på fisketurisme

Neste års prosjekt vil inkludere produksjon av en nasjonal fiskereisekatalog spesielt rettet mot både elvefiske, innlandsfiske og sjøfiske på markedene Tyskland og Nederland.

Mål og resultat:

- Øke antall tyske og nederlandske sportsfiskere i elve- og innlandsfiske med 15 % målt i antall gjestedøgn hos deltakende bedrifter.

- Gi 600.000 sportsfiskere i Tyskland og Nederland informasjon om sportsfiske i Norge via målrettet brosjyre, sportsfiskemagasiner og online-aktiviteter.

### Noen webadresser

<http://www.tourismfortomorrow.com/>

[http://www.scotexchange.net/research\\_and\\_statistics/scenarios/kym\\_tomorrow\\_2015\\_main/kym\\_tomorrow\\_2015\\_ambitions.htm](http://www.scotexchange.net/research_and_statistics/scenarios/kym_tomorrow_2015_main/kym_tomorrow_2015_ambitions.htm)

<http://www.culture.gov.uk/NR/rdonlyres/73FDC3ED-BCA6-4323-A683-63C6FCF5F79B/0/TomorrowsTourismToday.pdf>

<http://www.culture.gov.uk/NR/rdonlyres/73FDC3ED-BCA6-4323-A683-63C6FCF5F79B/0/TomorrowsTourismToday.pdf>

[http://www.miun.se/mhtemplates/MHNewsPage\\_21214.aspx](http://www.miun.se/mhtemplates/MHNewsPage_21214.aspx)

## Hva krever Fisketuristen ?

KJERSTI LUNDE  
DIN TUR

### DIN TUR

DIN TUR ble stiftet for ti år siden, eies i hovedsak av Allskog. Samarbeider i dag med 400 produktleverandører spredt over hele landet med hovedvekt på Midt og Nord-Norge. Jobber fremst med, Produktutvikling NATURBASERTE OPPLEVELSER; sjøfiske, laks, innlandsfiske, jakt, vandring, sykkel, vannsport, natursafari, vinterspor. Markedsføring og Salg- booking. I et verdikjedeperspektiv gjelder det å ha minst tre tanker i hodet på samme tid, produktutvikling, markedsføring, salg- booking. DIN TUR arbeider også med utstrakt merkevarebygging. Strategi "Fra spiss til bredde". Merkevaren bygges gjennom profilerende produkter av internasjonal førsteklasse innenfor de respektive spesialistsegmenter i markedet. Volumomsetningen bygges på breddeproduktene som er profilert av merkevarens førstedivisjon i markeder som søker variasjon.

### Fisketuristen

Fisketuristen kan deles in i tre grupper "gutta på tur, Sammensatte grupper, familier". Fisketuristen ønsker å, tilfredsstille egne forventninger til oppholdet, raskest mulig i fiske, andre opplevelser/aktiviteter, boforhold, tilrettelegging for fiske, tilrettelegging for å ta vare på fangst, fysiske forhold ved/rundt anlegget, vertskap. Det er også viktig å kunne gi gode og riktige beskrivelser av fiske som hvilken fiskeart som kan fanges, forventet størrelse, mulighet til å få stor fisk/troféfisk, tilrettelegging for fiske, forvaltning som gir stor fisk.

### Felles standard

DIN TUR har utviklet en felles standard for alle sider ved virksomheten (figur 1.). Målet er at kunden skal oppfatte alle Din Tur produkter som gjennomgående kvalitet og underbygge merkevaren Din Tur. Dette gjelder alle fysiske innretninger og gjennomføringen, fra kunden kommer til han drar. Har standarder for sjøfiske, laksefiske, småviltjakt, jakt, adventure og det vil også komme en standard for innlandsfiske. Innlandsfiske - Ut i markedet Samlet norsk portefølje ut i markedet. Din Tur vurderer å slå sammen laks og innlandsfiske og har egen person med ansvar for innlandsfiske/laks.



Figur 1. Standard for sjøfisketurisme (DIN TUR)

## Utvikling av et vellykket fisketurismeforetak

ULF JOHANSSON  
AMMARNÆS FISKECENTRUM

### Ammarnæs Fiskesentrum

Foredraget handlet m hvordan Ulf Johansson och Bodil Wollan har bygget opp foretaket Fiskesentrum Ammarnäs. Ammarnäs ligger mitt i Vindelfjällens naturreservat ved Vindelälvens strand. Det er en fjellby med både nybyggere og samer. De har varit egna företagare sedan 1978 med en sportaffär och 2 ICA butiker. 6 års verksamhet i Ammarnäs. De har god lokalkännedom og begge ville satse på fisket. Hadde et sabbatsår i 1998.

I grunden ligger følgende visjon;  
"Ammarnäsområdet är det ställe där du finner allt, från enkelhet till det eksklusiva og rätt skötsel innebär ett fiske i världsklass".

### Utviklingen av bedriften har vært som følgende:

1998 begynte virksomheten: Fisket förvaltas av ett fiskevårdsområde och av Länsstyrelsen.

Här finns Vindelälven, Tjulån och en hel del sjöar och tjärnar på statens marker. Området har få upplåtna vatten på det allmänna kortet. Ammarnäs FVO (Fiskevårdsorganisasjon) har vanlig kortförsäljning på sina vatten. Årsomsättningar 20.000 kr. Snitt størrelse på Harr er 20 cm og ørret 30 cm. Inga fångstbegränsningar

1999: Ammarnäs Fiskecentrum startar: ej fiskerättsägare, harr 30 cm, øring 35 cm, max 4 fiskar/person och dygn, inget eget boende, låga intäkter.

2000-2001: Flugfiskesträcka i Vindelälven (500m), Harr 35 cm, Öring 40 cm, eget boende i stugby, marknadsföring med journalistbesök etc.

2002: Specialsträcka på eget kort (max 8 fiskare per dygn), harr 40 cm och Öring 40 cm, gick med i Top 10 fishing och hade 200 utländska fiskedygn. startar samarbete med samebyar och Länsstyrelse, eget boende, foretaket går runt!

2003; Flugfiskesträcka i Sjöforsen, harr 45 cm och Öring 45 cm, max 1 fisk per dygn, hullinglösa krokar, max 8 fiskare/dygn, vattnet vilar 6 tim varje dygn. FVO tjänar 22.000 kr på sträckan.

Fortsatt samarbete med samebyar och Länsstyrelse, Egen rådighet på 6 fiskeområden, 450 utländska fiskedygn bokade via Top 10 Fishing, 1600 fiskedygn under säsongen, FVO intäkt 75.000 kr

2004; Begynner med catch and Release. kvoterat till 6 personer per dygn, gav 45.000 kr till FVO. Det generella kortet höjdes till 100 kr per dygn och fiskevårdsområdet tjänade totalt 215.000 kr under året. Startar Ammarnäs Wårdshus - med 78 bäddar, konferens och restaurang. Har 7 st anställda under säsong. 700 utländska fiskedygn. 2300 svenska fiskedygn

6025 fiskedygn totalt (alla kort).

Med Närfiske menes; Inom 10 km från bykärnan, upplåtet på vanliga fiskekortet, en vårdad resur, minimimått, fångstbegränsning.

Exklusivt fiske; Inom reservatet, entreprenörens rådighet, gästen har en garanti, fångstbegränsningar, minimimått, guidad tur.



figur 1. Ulf Johansson

### Samarbete viktig

Samarbete med samebyarna er viktig, som å ha personlige kontakter og dialoger og skape fortoende. Fokus på et hållbart produkt; samebyn foreslår vatten, resursen provfiskas, tillsammans skapas en produkt som båda parter anser vara hållbar, produkten levereras av Fiskecentrum, ersättning utgår till samebyn räknat på gäst och dygn.

### Framtida muligheter

Framtida muligheter, utökat inslag av samisk kultur i produkterna, informationsverksamhet vid bokning, ankomst eller arrangemang, samisk guide, vinterfisk, grupparrangemang. Dialog med Länsstyrelsen, direkt med Lst som den myndighet som ska skydda sportfisket, för samsyn kring bestämmelser och tillämpning, vi samebyn för att få hållbara avtal kring rådgighet över vatten, samråd med andra aktörer för att stärka en lokal förvaltning med hållbar utveckling som mål. Dialog med FVO; drektkontakt med fiskerättsägare, Ömsesidig nytta av regleringar, Acceptans av regler

för att skydda sportfisket, respekt för sportfisket som en resurs för bygdens hållbarhet

Dialog mellan företagare, Lokalt - för att stärka infrastruktur och lokalt förädlingsvärde

Produkten är ett resultat av ett dynamiskt samarbete i området.

Utvecklingen har vært avhenging av lokalkännedom, tidigare kontakter, viljan till dialog, Ammarnäsrådet, lokal förvaltning.

Markedsføring gjøres gjennom tidningsartiklar, messer, annonsering, marknadsføringsprosjekt, agenter, journalister og ikke minst kunden.

En bra produkt marknadsför sig själv! Videre har Entreprenörens resurser betydning for hvordan bedriften lykkes. Viktig er den egne kompetensen, grunnleggende visioner, dialogen med andra, avtal / overenskommelser, marknadsføring, og man må ha tålmod.

## Guiding av sportsfiskere

ADM DIR. PEO SØDERKVIST / REKTOR PER JOHANSSON  
SPORTSFISKEAKADEMIN I FORSHAGA, SVERIGE/

Foredrag handlet om hvilke krav som stilles til fiskeguidens kompetanse utfra internasjonelle kunders ønskemål om service og kunnskap. De beskrev også hvordan vi i Norden kan bli ledende innen fiskeguidning og kompetanseutvikling for dem som vill jobbe mot et internasjonelt miljø. Beskrive betydningen av at sportfiskerieringen lyftes in i den nasjonelle planen for næringsutvikling innen statsmakten. Sportfiskerieringen må ses som en del av fiskerieringen.

### Sportsfiskeakademien i Forshaga

Sportsfiskeakademien är belägen i värmändska Forshaga, cirka 25 km norr om Karlstad. Sportfiskegymnasiet är en av fyra gymnasiala utbildningar bedrivs inom ramen för ForshagaAkademien som är en gymnasial friskola. Vi erbjuder 30 gymnasieplatser per år. Skolan har ett nära samarbete med näringslivet. Sportfiskegymnasiet samarbetar med Sportfiskarna, Fiskeriverket, Fiskevattenägarna, Loop Tackle AB, SeFF - Sveriges Fisketurismföretagare, Normark Scandinavia AB samt SLU - Sveriges Lantbruksuniversitet i Umeå. Skolan startade hösten 1997 med Sportfiskegymnasiet. 1998 kompletterades skolan med en tvåårig eftergymnasial utbildning som även den är inriktad mot sportfisketurism och vattenvård. Utbildningen kallas kvalificerad yrkesutbildning KY och genomförs i samarbete med Sveriges Lantbruksuniversitet, SLU, i Umeå. Det gemensamma namnet för dessa båda utbildningar är Sportsfiskeakademien.

### Definition av en fisketurist er ifølge Sveriges fisketurismFöretagare (SeFF)

Den som reser mer än tio mil och stannar borta mer än ett dygn. Dessutom skall fisketuristen bedriva sitt fiskande med spö (eller likartat redskap). Den fiskande skall själv vara aktiv vid infångandet av fisken och inte fiska för att sälja sin fångst. Fisketuristisk verksamhet bedrivs av företag som underlättar för fisketuristen att själv fånga fisk för eget bruk med spö och inte fiskar för att

försälja sin fångst. Fisketurister kan videre deles in i Specialister - tar ferie för att fiska, familjefiskare- fiskar på ferien, tillfällighetsfiskaren- bestämmer sig för att fiska efter att de anlant till destinationen.

### Viktiga tema innom fisketurism

Guidekompetens, Olika guidetyp, Säkerhet, Fiskemetoder och utstyr, Fiskeetik, Boende, Mat och servering, Fiskevård. Fisketurismnäringens efterspør kompetens (også social), Servicekänsla, Säljteknik, Marknadsföring, Språkkunskaper, Specialkunskaper, Affärsmöjligheter

Kundgrupper: Olika typer av sportfiskare: Närfiskare eller lokala sportfiskare. Fisketurismföretagaren skall tjäna pengar! Fiskeprodukt, Tilläggstjänster; Båtar, Utstyr, Guider, Mat och dryck, Boende, Transporte, Alternativa aktiviteter

**Sportfiske**  
Allmänheten  
Europeiskt ledande kunskapscentrum med

Treårig  
gymnasieutbildning  
inriktad mot

Sportfiske  
Fiske- och Vattenvård  
Turism  
Företagande

Sportsfiskeakademien samarbetar med:

**FISKE** JOUROSUTVEKSLING  
**SeFF** **SLU** **NORMARK** **DRÖRESSING** **Sportfiskarna**

ForshagaAkademien

Privata näringslivet i samverkan med det offentliga samhället. Förutsättningar

Nätverk (Alta Laksefiskeri Interessentskap, Norske lakseelver), bedrive Lobbyverksamhet

- påverka politiker och andra makthavare, både regionalt och nationellt.

- visa på fisketurismens ekonomiska värde utifrån ett ekologiskt hållbart fiske.

Remissinstans verka för att era intresseorganisationer blir remissinstanser i alla frågor som berör utvecklingen av den fisketuristiska verksamheten.

Myndigheter verka för att det skrivs in i myndigheters uppdrag att verka för en utveckling av fisketurismen.

Yrkesfiske - Fisketurism

- verka för att det likställs.

### Internationell certifiering av fiskeguider

Syfte med dette er å Skapa ett internationellt kompetenscertifikat för arbete inom sportfisketurismen överallt i världen. Förebild:

Bergsguiderna och internationella skidlärare.

Målsättning: Norden sätter upp kraven för certifikatet. Sätter fokus på Norden som ett kompetent sportfiskeområde. Internationell certifiering av fiskeguider Certifieringskrav: Kunna genomföra professionella guidningar. Stort säkerhetstänkande. -

Service/kundbemötande/ledarskap, Entreprenörskap, Fiskebiologi och fiskevård, Fisketsförvaltning i skilda länder, Kunskap om fisketurism i olika länder. Olika fiskemetoder och skilda fisketekniker. Fiskeetik Språkkunskaper

Certifikatet erhålles efter uppvisande av sitt kunnande genom att: Studera och avlägga examen efter uppgjorda kursplaner. Validera sitt kunnande på olika platser i världen hos ansluten organisation som står bakom certifieringen.

Lycka till med utvecklingen av nya fisketurismföretag i Finnmark!

## Alta laksefiskeri og fisketurisme

IVAR LEINAN  
ALTA LAKSEFISKERI INTERESSENTSKAP (ALI)

### Alta Laksefiskerinteressentskap

Organisasjon ALI eier fiskeretten i hele Altaelva, hele sesongen og har en lang og interessant historie. Første interessentskap likt det som er i dag var i 1725. Har egne protokoller fra 1788 og dagens vedtekter er fra 1880. Det har vært mange tvister om fiskeretten, flere avgjort i høyesterett. ALI har ca. 220 medlemmer og omsetninger er på ca. 9 millioner kroner. I 2005 ble det utbetalt lønn for ca. 3,0 mill (til ca.100 personer). Stakere (guider), kokker, oppsyn, vedlikehold og andre mindre oppdrag. Der er ansatt en daglig leder i 100 % stilling og en sekretær i 40 %.

### Fiskesesongen 01. juni - 31. august

01. - 23. juni. Fritt salg av fiskekort til lokalbefolkningen. Andre må søke om kort og kan få kort for et begrenset antall dager.

24. juni - 31. august. Kortfiske i Raipas sonen (Figur 1). Døgn-, 3- og 6 døgnkort.

12. juli - 16. august. Kortfiske i Sandia, Vina og Jøraholmen.

24. juni - 12. juli. 18. - 31. august. Utleie (tilrettelagt fiske) i sonene: Sautso, Sandia, Vina og Jøraholmen. 5 perioder à 6 dager. 10 og 8 stenger.

12. juli - 16. august. Utleie i Sautso, fang og slipp. 2 stenger i 6 perioder à 6 dager. Salg fiskekort

Fiskekort etter 23. juni selges etter loddtrekning. En for lokale og en for andre. Alle må forhåndsregistrere seg. I 2006 var 4.000 registrert i den lokale og 1.600 i trekkinga for utenbysboende. Ca. 700 kort selges lokalt og ca. 80 til utenbysboende. Pris for registrering: Kr. 100 for

lokale og Kr. 200 for utenbysboende. Pris for fiskekort kr. 1.000 pr. døgnkort og 1.400 for 3- og 6 døgnkort i Raipas sonen.

### Tilrettelagt fiske / Eksklusivt fiske

Alt er inkludert og forhåndsbetalt. Henter/bringer gjestene fra/til flyplassen med minibuss, taxi eller privatbil. Full forpleining i våre gårder, 3 måltider, et ute på elva under fisket. En kokk og en servitør på hver gård. Hver fisker har 2 stakere (guider) med båt. Betaler godtgjørelse for båt og motor til stakerne. Vi har bensin og olje.

Organisering, Daglig leder er hovedansvarlig; ansetter nødvendig personell, organiserer innkjøp, setter opp rotasjonsskjema, tildele stakere og fiskeplasser, organiserer transport. Kokken er ansvarlig for drifta av gården. Stakerne har ansvaret for fiskeren på elva.

I juni/juli fiskes det fra kl. 20.00 til kl. 04.00. I august fra kl. 11.00 til kl. 19.00.

Eksklusivt fiske med alt inkludert koster 20 - 25.000 kr. pr. person/døgn. De første engelske fiskere kom til Alta ca. 1830. Hertugen av Roxburghe har fisket siden 1853.

Engelske fiskere var omtrent enerådende fram til andre verdenskrig.

## Syndikat

ALI har etablert 5 syndikater: 6, 8 og 10 medlemmer. Et syndikat velger et medlem (formann) som ivaretar deres interesser overfor Alta Laksefiskeriinteressentskap. Fordeler; enkel administrasjon, gruppa er ansvarlig for betalinga, selv ansvar for at gruppa fungerer sammen, stabilitet, blir godt kjent med rutiner og knytter nære bånd til de ansatte.

## Kunder

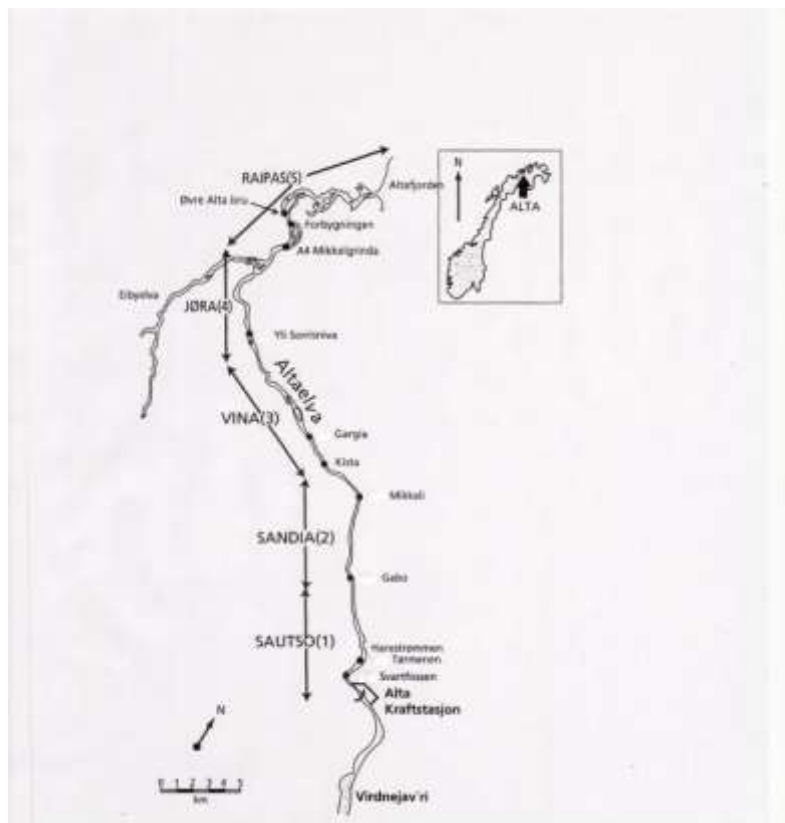
Våre "faste" kunder i 2006, Av 58 personer er det følgende: 28 fra Amerika, 11 fra England

8 fra Norge, 3 fra Sverige, 2 fra Tyskland, 2 fra Japan, ellers fra Canada, Island, Kenya, Sør Afrika, Hawaii.

Internasjonalt marked. Har hatt fiskere fra alle kontinenter. England: Gammelt og tradisjonsrikt marked. USA: Interessant og stort marked. Resten av Europa: Stor interesse, men virker ikke å ha store betalingsvillige grupper. Asia: Japan: Betalingsvillige, kan være interessant. Australia, Sør Amerika, Afrika: Enkelt personer, men for oss ikke et stort marked?

## Andre markeder

Bedriftsmarkedet? Betalingsvillig, men er nok mer krevende å håndtere og kravet for å lykkes er større. Merker et økende interesse for et tilrettelagt fiske. Det er videre viktig å tilgodese kundenes forventning, som godt fiske, gode bo forhold, helst egne rom med bad, mat og service, ærlighet og pålitelighet. Viktig med stabilitet og man bør ikke opptre kortsiktig. I tillegg er de viktig å være opptatt av miljø og bevaring av laksen. Vektlegg gjerne lokalhistorien. Andre



Figur 1. Kart over Altaelva

forhold som har fått mer og mer fokus er bruke av tid, så tilgjengeligheten er viktig. ALI driver ingen markedsføring. Altaelva har fått et spesielt rykte i de internasjonale laksemiljøene. Spørsmål man kan stille seg er hvorfor og kan andre kopiere oss?



## Norsk Innlandsfiskelag sin rolle for å fremme arbeidet med innlandsfisk

TOR-GUNNAR AUSTJORD  
KOORDINATOR NÆRFISK-PROGRAMMET ”

### Norsk Innlandsfiskelag

#### Formål:

1. Samarbeide med rettighetshavere, offentlig forvaltning og forskning, om sikrer at utnyttbare økonomiske fiskeressurser kan utnyttes ved et yrkesfiske.
2. Øke kompetansen hos medlemmene i forhold til fiskebiologi, redskapsbruk, kvalitetsmessig førstehåndsbehandling og videre ledd i verdikjeden.
3. Stimulere til økt foredlingsgrad hos den enkelte yrkesfisker.
4. Være et verktøy for felles tiltak for medlemsmassen.
5. Dokumentere verdiskapning fra yrkesfisket.
6. Hevde næringens felles interesser, stimulere til samarbeid med andre interessegrupper, samt informere og påvirke eksternt.

Jonny Aketun fra Fyresdal er styreleder og Sunni G. Aamodt er daglig leder. Sunni er også ansatt i Norsk Bygdeturisme og Gardsmat, (NBG). Sekretariatet holder til i Landbrukets Hus i Oslo og samarbeid foregår med Norges Bondelag, Norsk bygdeturisme og gardsmat og Norske lakseelver. NIL har ca. 130 medlemmer, derav ca 20 aktive medlemmer som driver næringsfiske av større omfang eller bedriver fiskeforedlingsbedrifter. Ca 80 vanlige medlemmer; ”små” fiskere + støttemedlemmer, 35 lag og foreninger.

### NÆRFISK-programmet

Dette er et nasjonalt utviklingsprosjekt i regi av Norsk Innlandsfiskelag og er finansiert av Innovasjon Norge sentralt. Prosjektperiode 2004 - 2008. Overordna prosjekt som skal styrke næringa på overordna nivå ved å legge til rette for lokale tiltak. Bemanning; Tone Ranheim Rolfstad er prosjektleder med ansvar for prosjektarbeidet på

Østlandet og i Trøndelag. Tor Gunnar Austjord er prosjektleder i sør og har ansvar for prosjektarbeidet i Telemark, Sør- og Vestlandet. Lise Haug er prosjektleder i nord med ansvar for prosjektarbeid i Nord Norge. (Lise fr om. 01.10.06 Øyvind Heldal var leder før dette).

NÆRFISK-programmets hovedmålsetting er

*”Å øke den samlede omsetningen av ferskvannsfisk, ål og kreps i Norge med 25 % årlig, fra rundt 200 tonn i 2004 til over 500 tonn i 2008”*

### Delmål i NÆRFISK-programmet

- Få i gang nye næringsaktører
- Følge opp aktive næringsutøvere
- Sikre god kvalitet på innlandsfisk og legge til rette for nye produkter.
- Profilere innlandsfisk for å få flere til å kjøpe og servere innlandsfisk
- Synliggjøre NIL og arbeidet med NÆRFISK utad samt bygge nettverk innad i organisasjonen- for å nå målene over
- Skape gode resultater i pilotområder og overføre kunnskap til andre områder senere.

### Områdesatsinger

Områdesatsinger der NÆRFISK-prosjektet jobber for å legge til rette og stimulere til økt aktivitet.

Næringsfiske og eksport - Rogaland

Næringsfiske og oppdrett - Telemark/ Hattfjelldal

Næringsfiske og reiseliv - Valdres / Finnmark

Næringsfiske, merkeordning og foredling - Trøndelag/Lierne

Næringsfiske og samarbeidsløsninger - Hedmark

### Bakgrunn for satsinga på reiseliv

- Handlingsplan for innlandsfiske LMD 2006.

- Signal fra næringsutøvere om interesse for tilnærming til reiseliv

- I Sør-Norge er det koblinga mot hotell- og serveringsbransjen som var mest relevant. Valdres ble valgt som område for satsing mot reiselivet i Sør-Norge på grunn av konkret interesse fra reiselivsbedriftene

- I Troms og Finnmark ble koblinga mot fisketurisme valgt som tema.

Grunnlaget for dette var konklusjonene fra møtet om næringsutvikling basert på innlandsfisk i Vadsø 7. februar 2006.

### Hva kan NÆRFISK bidra med i utviklingen av fisketurisme?

Det er satt av litt tid til arbeid med dette temaet i prosjektplanen for 2007 (med forbehold om godkjenning). Lise Haug vil ha ansvaret i Finnmark.

Vi kan bidra med å hjelpe ”gründere” videre i prosessen bl.a. annet med å hjelpe med å utvikle lokale prosjekt. Vi kan bidra med å arrangere møter/seminarer/samlinger for å samle og å koordinere satsingen for best mulig effekt.

Vi kan skape kontakt mellom gründere, rettighetshavere, kompetansemiljø, offentlige myndigheter etc. All utvikling er avhengig av lokale initiativ og lokale gründere!

### Hva har næringsfiske og fisketurisme felles?

- Forvaltning - begge har behov for fiskebestand i god kondisjon og langsiktighet i forvaltningen.

- Markedsføring av innlandsfisk som en verdifull ressurs og et flott produkt.

- Kombinasjon av næringsfiske og fisketurisme kan styrke næringsutøveren slik at dette blir en leveveg.

## Hvordan få til en smidig forvaltning som ivaretar miljøet, allmennheten og mulighetene for næringsutvikling?

HARALD MULADAL  
FYLKESMANNEN MILJØVERNDELING

### Innlandsfiskeleven

Lovens formål er å sikre at naturlige bestander av anadrom laksefisk, innlandsfisk og deres leveområder samt andre ferskvannsorganismer forvaltes slik at naturens mangfold og produktivitet bevares. Innenfor disse rammene skal loven gi grunnlag for utvikling av bestandene med sikte på økt avkastning, til beste for rettighetshavere og fritidsfiskere.

### Fiskeeldoradoet Finnmark

- "verdens" viktigste fylke for atlantehavslaks
- Noen store, mange små vassdrag med laks, sjørøye og sjøaure
- Rike innlandsfiskemuligheter (60.000 vatn med fiskebestander (?), aure og røye i hele fylket, press på storaurebestander
- Garnfiske allment tilgjengelig for fylkets innbyggere.
- Rimelig fiske for allmennheten, fast bosatte fri tilgang på "innlandsfiske" (inkl. garn)
- Stort innslag av "østfisk" i innlandskommunene (Sør-Varanger, Tana, Karasjøk, Kautokeino, (Nesseby, Porsanger): Gjedde, abbor, harr (inkl. Tana, Alta, Lakselva), sik, lagesild (Pasvik), ørekyte, lake, kvitfinna steinulke (Tana)

### Atlantisk laks

Norge har et særlig ansvar for atlantisk villaks. Størrelsen og mangfoldet av villaksressursen medfører et særlig norsk ansvar. Norge har mange bestander og mange storlaksbestander. Det er et stort behov for å beskytte villaksen. På 80- og 90-tallet var det en sterk reduksjon i laksebestandene. Eksisterer 37 vassdrag og 21 fjordområder og hele 10 nasjonale laksevassdrag i Finnmark.

Trusler på laksebestandene er blant annet:

- lakseparasitten *Gyrodactylus salaris*
- rømt oppdrettslaks og lakselus

- forurensning
- vassdragsinngrep

Regjeringen vil øke bekjempning av *Gyrodactylus salaris* og skjerpe tiltakene mot rømt oppdrettslaks

Hva er spesielt med Anadrom laksefisk i Finnmark?

- Sjøaure 5 -10 tonn
- Sjørøye knappe 3 tonn.
- Laks 200 - 300 tonn
- Mange naturlige elver
- Ingen elver med *G. salaris*
- Oppvekstområder for laksefisk langs kysten av Finnmark

### Friluftsloven

(Lovens formål)

Formålet med denne loven er å verne friluftslivets naturgrunnlag og sikre allmennhetens rett til ferdsel, opphold m.v. i naturen, slik at muligheten til å utøve friluftsliv som en helsefremmende, trivselskapende og miljøvennlig fritidsaktivitet bevares og fremmes.

§2 I utmark kan enhver ferdes til fots hele året, når det skjer hensynsfullt og med tilbørlig varsomhet.

Det samme gjelder ferdsel med ride- eller kløvhest, kjelke, tråsykkel eller liknende på veg eller sti i utmark og over alt i utmark på fjellet, såfremt ikke kommunen med samtykke av eieren eller brukeren har forbudt slik ferdsel på nærmere angitte strekninger. Kommunens vedtak må stadfestes av fylkesmannen.

Om motorferdsel i utmark gjelder også lov om motorferdsel i utmark og vassdrag.

(Rasting og telting.)

Plass til rasting, solbad, overnatting eller liknende må ikke tas i innmark uten eierens eller brukerens samtykke.

I utmark må plass som nevnt i foregående ledd ikke tas til utilbørlig fortrengsel eller ulempe for andre. Rasting eller telting må ikke skje når det kan medføre nevneverdig skade på ungsog, eller skogforyngelsesfelt. Telt må ikke settes opp så nær bebodd hus (hytte) at det forstyrrer beboernes fred og i hvert fall ikke nærmere enn 150 meter. Reglene om avstand fra bebyggelse gjelder likevel ikke på område som særskilt er innredet for telting.

Telting eller annet opphold er ikke tillatt i mer enn 2 døgn om gangen uten eierens eller brukerens samtykke. Samtykke til lengre opphold trengs

likevel ikke på høgfjellet eller på område fjernt fra bebyggelse, med mindre det må regnes med at oppholdet kan medføre nevneverdig skade eller ulempe.

For tidsrommet umiddelbart før og under villreinjakten kan departementet på nærmere avgrenset høgfjellsområde forby eller regulere teltslåing som kan være til ulempe for villreinjakten.

Telting og ferdsel må skje på eget ansvar for skade som dyr kan påføre personer, telt og andre eiendeler

Ingen regel hindrer næringsutvikling

Lykke til!

## Finansieringsmuligheter for fisketurismeforetak

LIV-EDEL BERG  
INNOVASJON NORGE

### Innovasjon Norge

”Innovasjon Norge skal fremme bedrifts- og samfunnsøkonomisk lønnsom næringsutvikling i hele landet, og utløse ulike distrikters og regioners næringsmessige muligheter gjennom å bidra til innovasjon, internasjonalisering og profilering.”

Visjonen til IN ”Vi gir lokale ideer globale muligheter”. IN skal Ett sted å henvende seg - der næringslivet er, hvilket avspeiler seg i at de har kontorer i alle fylker og i 34 land.

### IN har følgende virksomhet i Finnmark

- NT-programmet - mest utvikling av eks. bedrifter,
- Inkubator Nord
- Nettverkskreditt kvinner /etablererstipend.

Etablerersamlinger (oppfølging i fase 2 av de som har fått etablerer stipend.)

Håndkasse (25.000). Opplæring - samarbeid kommunene. Faste kontor dager i Alta, Hammerfest (80% etablerere). Lett kontakt med IN, luften ideer.

- Ungt Entreprenørskap (finansiering/ rådgivning).
- Grunderfiske - Jeg fant jeg fant
- Kontordager mm

En bedrifts eller et prosjekts økonomiske resultater i ulike faser

### Etablererstipend

Etablererstipendet er en del av de samlede tiltakene som gjennomføres for å bidra til økt verdiskaping og sysselsetting i Norge

Formålet med stipendet er å stimulere til økt etableringsvirksomhet for å skape lønnsomme og varige arbeidsplasser. Et viktig krav for å kunne få stipend er at du kan sannsynliggjøre at tiltaket vil bli bedriftsøkonomisk lønnsomt.

Etablererstipend innebær at du kan få økonomisk tilskudd til planlegging og drift av egen virksomhet. Etableringsfasen deles i to faser.

### Utviklingsfasen

I denne fasen utvikler du forretningsplanen og planlegger selve etableringen (levestandarder, markedsundersøkelse, konsulentbistand, konsept/produktutvikling, reiseutgifter i forbindelse med markedsundersøkelse/kurs/hospitering.

### Etableringsfasen

I denne fasen setter du forretningsplanen ut i livet og starter opp virksomheten. Du kan få delvis dekning av kostnader som naturlig påløper i denne fasen, driftskostnader, herunder egen lønn i oppstartingsfasen, markedsføring/introduksjon, konsulentbistand, fadderordning og andre oppfølgingstiltak, mindre investeringer.

### Kapitalbehov og utvikling og etableringsfasen

Etableringsstipendet kan utgjøre inntil kr. 400.000 pr prosjekt (samlet for utviklings og etableringsfasen). kan utgjøre inntil 75 % av de godkjente kostnadene. Stipendet er avhengig av ditt kapitalbehov og hvor lang tid utviklings og etableringsfasen er. Stipendet er skattepliktig etter skattelovens § 42. Vurderingskriterier som ligger til grunn er, produkt/ide, marked (kunder, konkurrenter), søkers gjennomføringsevne, eventuelt konkurransevidningseffekt av støtte, budsjetter/kalkyler/kapitalbehov /finansiering. Planlegging og etableringer som inneholder nye tjenester/produkter og på kunnskapsbaserte virksomheter som retter seg mot et større marked enn det lokale har høy prioritet. Målgrupper er fremst kvinner og ungdom.

### Øvrige virkemidler

- Bedriftsutviklingstilskudd; gis til planlegging, kompetanseheving, produktutvikling og kan gis med inntil 40-50 % av kostnadene.
- Investeringsstilskudd; gis til fysiske investeringer med en maksimalsats på 30 %.
- Risikolån; Toppfinansieringslån med rente på 5,9 % og kan utgjøre sammen med investeringsstilskudd

inntil 50 % av de totale fysiske kostnadene. Skal pantesikres

- Lavriskolån; Markedslån på kommersielle betingelser.

### Noen gode råd på veien til etablering

- Vær bevisst på hvordan du skal tjene penger på idéen din.

- Involver familien din eller de rundt deg - få dem til å se at du nå trenger hjelp og støtte til en periode som helst sikkert vil bli krevende, men forhåpentlig også givende og lærerik!

- Husk at en etablering tar tid, både utvikling og introduksjon i et marked - uansett hvor unik eller genial idéen er. Bygg kunnskap om etablererprosessen.

- Ikke undervurder kapitalbehovet ditt. Utgiftene kommer ofte før og er større enn du tror. Og inntektene kommer ofte senere og er mindre enn du tror... Det tar tid å jobbe seg inn på markedet!

- Del idéen din med andre, ikke vær for redd for at noen skal "stjele" idéen. Flere hoder tenker oftest bedre enn ett, og du bør finne personer som kan utfylle din egen kunnskap om en etablering eller

realisering av idéen. Andre mennesker kan også gi deg nødvendig støtte, energi og et bredere nettverk.

- Tenk nøye gjennom mulighetene for å starte et aksjeselskap fremfor et enkeltpersonsforetak, og hva som passer din forretningsidé. Det er som regel høy risiko i etableringer, og lite trivelig å belåne huset sitt for om mulig å miste det til banken om alt går galt. Med et aksjeselskap er den personlige økonomiske risikoen mindre.

- Kjøp gjerne inn støttetjenester til ting som regnskap og så videre for å frigi egen tid til det viktigste: salg og utvikling.

- Ikke overvurder egen idé, sjekk i markedet og på nettet om det internasjonalt finnes tilsvarende eller noe som fungerer like bra allerede.

- Bruk det som finnes av opplæringstilbud og informasjon, både lokalt og nasjonalt.

På nettet kan du bruke følgende offentlige tilbud:

[www.innovasjon norge.no](http://www.innovasjon norge.no) (om etablerere og oppfinnere), [www.etablerer.no](http://www.etablerer.no) (nettbasert opplæring), [www.bedin.no](http://www.bedin.no) (bedriftsinfo)

## Finnmarksloven og FeFo sitt handlingsrom som grunneier

STEINAR CHRISTENSEN  
FINNMARKSEIENDOMMEN

Formålet med Finnmarkseiendommen/  
Finnmárkkuopmodat (FeFo)er at

*”grunn og naturressursene i Finnmark fylke forvaltes på en balansert og økologisk bærekraftig måte til best for innbyggerne i fylket og særlig som grunnlag for samisk kultur, reindrift, utmarksbruk, næringsutøvelse og samfunnsliv ”.*  
(finnmarkslovens § 1)

### Strategiplan

Styret for FeFo har bestemt at det skal utarbeides en strategiplan for Finnmarkseiendommens arbeid for å sikre at driften av grunn og naturressurser er i tråd med finnmarkslovens formål. Styret ønsker at ulike interessegrupper og enkeltpersoner i Finnmark deltar i arbeidet med strategiplanen. FeFo har ansvaret for bærekraftig drift av både fornybare og ikke-fornybare ressurser. Viktig blant de fornybare ressursene er vilt, fisk, og skog. De ikke-fornybare ressursene består blant annet av tomter, grus, mineraler og energiproduktene, vind og vannfallutnyttelse.

FeFo er eget rettssubjekt og er selv ansvarlig for forsvarlig økonomisk drift. Anvendelsen av et økonomisk resultat kan styret gjøre ved reinvestering i verdiskapende virksomhet, eller utbetale til Sametinget, fylkestinget, eller bruke til allmennyttige formål.

FeFo sitt handlingsrom innen området fornybare ressurser

FeFo har overtatt hjemmelen og grunneierdisposisjonsretten til omtrent 96 % av hele fylket. FeFo har større frihet som grunneier i dag enn det Statskog SF hadde.

Finnmarksloven legger allikevel enkelte føringer for hvordan de fornybare ressursene skal forvaltes.

§ 1 vektlegger en bærekraftig forvaltning og hensynet til samiske interesser. I tillegg skal forvaltningen være samfunnstjenlig.

Kap 3. Fornybare ressurser på Finnmarkseiendommens grunn gir mange føringer på hvordan FeFo skal forvalte de fornybare ressursene. Hovedprinsippene for forvaltningen av de fornybare ressursene er (Finnmarkslovens §21):

Finnmarkseiendommen skal forvalte de fornybare ressursene på sin grunn i samsvar med lovens formål og innenfor rammer som følger av villtloven, lakse- og innlandsfiskeloven og annen lovgivning. Naturens mangfold og produktivitet skal bevares.

I tillegg gir § 21 kommunens innbyggere rett til fiske etter innlandsfisk med garn. Her har vi nå på høring et forslag til hvordan FeFo skal forholde seg til loven. § 23 gir de som er fast bosatt i Finnmark rett til fiske i vassdrag med stang og håndsnøre. Den sier ikke noe om de skal få fiske gratis over hele fylket som i dag. Når det gjelder de som ikke er fast bosatt i Finnmark sier loven at de har adgang til jakt, fangst og fiske (§ 25).



Bilde: Steinar Christensen

Loven sier derfor at vi kan skille mellom de som er bosatt i Finnmark og de andre, men ikke hvordan. § 26 åpner for forpaktning av jakt, fangst og fiskerettigheter til lokale lag og foreninger og § 27 sier at vi kan ta betalt for retten til jakt, fangst og fiske og kan innskrenke retten dersom hensynet til ressursen tilsier det.

Det ligger også føringer i Finnmarksloven om at driften av FeFo skal være selvfinansierende og at et eventuelt overskudd jf. lovens § 15 skal kunne nyttes til gagn for samfunnet.

Dette betyr at rett til utnyttelse av fornybare ressurser ikke kan deles ut gratis, men verdsettes slik at fellesskapet tilbakeføres verdier.

Alt dette gjør at FeFo ikke har den samme friheten som en vanlig grunneier. I tillegg må de reguleringene vi innfører være legitime hos folk flest ellers vil ingen respektere disse. Det er derfor veldig viktig at vi får så mange innspill som mulig slik at vi kan ta de riktige valgene.

#### Tanker om FeFo sin strategiplan

Hvordan prise ulike tjenester og produkter er en del av strategiarbeidet. Blant annet spørsmålet om hver enkelt tjeneste skal være selvfinansiert eller hvorvidt noen tjenester skal subsidiere andre. Styret har sagt at FeFo skal være en aktiv grunneier. Hva skal vi legge i det begrepet? Skal

vi, som Sveaskog, selv stå som leverandør av jakt og fiske eller skal vi legge til rette for lokalt næringsliv? Kanskje en kombinasjon? En utdyping av problemstillingene innenfor de ulike temaene er en del av målsettinga med de temamøtene som arrangeres, og på innspillene til strategiplanen. Vi arrangerer nå to parallelle temamøter og vi ønsker at også dere skal komme med innspill. Tema på disse to møtene er hvordan forvalte de fornybare ressursene i Finnmark.

#### Aktuelle problemstillinger er blant annet

Skal grupper av personer som har tilknytning til en bygd gis særskilt rett til å utnytte noen av de fornybare ressursene (finnmarksloven § 24)? Skal FeFo i forvaltningen av fornybare ressurser differensiere mellom personer bosatt i Finnmark og tilreisende med hensyn til tilgang og pris? På hvilken måte skal eventuelt småviltjakta reguleres? På hvilken måte kan og bør utnyttelsen av fornybare ressurser inngå i turismesatsinga i Finnmark? Skal FeFo tilby eksklusiv jakt/fiske til høyest mulig pris enten selv eller i samarbeid med turistnæringa? Forholdet mellom rettighetshavere (reindrift, sauehold, utmarksnæring) og andre brukere av naturen i friluftssammenheng.

Disse og flere andre spørsmål skal vi finne svar på innen utgangen av året. Strategien vil være retningsgivende i mange år fremover. Det er derfor viktig at de som har mening om temaet bidrar. For Finnmark har virkelig muligheter til å utvikle fisketurisme.



## Fisketurisme som bygdeutvikling

EDMUND JOHANSEN  
KUNES KREATIVE SENTER I FINNMARK

### Kunes kreative senter

Har vært med i driften av Kunes Sommerkafé og Kunes Opplevelse og Handel AS. Er også sentral i Kunes Kreative Senter. Fisketurisme er bærebjelken i disse aktivitetene!

Har jobbet innen sørvisnæringen i hele sin yrkeskarriere!

### Fisketurisme som bygdeutvikling

Fisketurisme som bygdeutvikling har store potensialer og gode muligheter for lykkes i Finnmark!

Dette begrunnes i følgende:

Bygde Finnmark ligger midt i ressursene for fisketurismen og i en av Europas største villmarks områder. For en gang skyld befinner vi oss på rette plass!

Ressursene er svært variert ved at vi kan tilby lakse-, hav- og innlandsfiske fra de fleste bygdene! Denne nærheten til ressursene gjør at vi kan variere produktene og lengden på oppholdet.

En hver bygd innehar den nødvendige kunnskap og lokal kjennskap som vil danne grunnlag for en vellykket produkt!

Erfaring med å ferdes både på sjø og land er med på og lage en god ramme rundt produktet! Fisketurisme kan forankres i kultur og tradisjon.

Noe av grunnen til at det bor folk på bygdene i Finnmark, er mulighetene for å drive med friluftsliv! Dette er godt grunnlag for å motivere gode gründere til å satse på en slik næring.

Fisketurisme er så mye mer en det å dra opp fisk! Et godt produkt vil kreve at det bygges opp et sørvistilbud rundt våre gjester! Alt fra transport, prekevegring av fangst, overnatting og lignende.

Fisketurisme vil kunne være et godt grunnlag for å ta i bruk andre naturbaserte ressurser.

Mulighetene for at en slik turisme vil utløse knoppskyting i lokalsamfunnet er helt klart til stede. Sist men ikke minst er fisketurisme velegnet for helårs drift!

### Markedet finnes

Det er ikke tvil om at markedet for et slikt produkt finnes! Spesielt for at vi kan vise til store uberørte områder med lite forurensning! Med litt tilrettelegging er våre ressurser lett tilgjengelig!

Kundene befinner seg i praksis over hele verden og i alle segment.

Vår erfaring er at lojaliteten er stor hos kundene og sammenlignet med andre kunder er gjenkjøpet stort.

Investeringene er små sammenlignet med mange andre reiselivsprosjekt. Samtidig som disse også enkelt kan brukes i annen sammenheng. Utnyttelsesgraden blir dermed god.

Fisketurisme sammen med det som er etablert vil skape kompetansearbeidsplasser og vil appellere til ungdom, særlig hvis vi er flinke til å ta vare på lokale skoleungdom i sommerhalvåret.

Det vil finnes muligheter for kvinnearbeidsplasser, både tradisjonelle og mer uortodokse! Særlig det siste vil kunne virke positivt ute i markedet.

Fisketurismen kan lett kunne bli en av motorene i reiselivet i Finnmark! Og dermed få betydning for den øvrige turistnæringen i Finnmark!

### Hva må til for å lykkes?

-Få størst mulig aksept i lokalsamfunnet!

-Få rask avklart med Finnmarkeiendommen på en rekke avgjørende områder! Med dagens situasjon er det stor usikkerhet knyttet til hvilke forutsetning vi som førstelinjekontakter jobber under! Vi er allerede inne i en ny sesong!

- Skaffe størst mulig oppslutning hos tiltaksapparatet om at fisketurisme er et satsingsområde. Ikke minst innen de politiske og økonomiske organer.

- Det må være vilje til å satse over tid på prosjektet. Ting tar tid!

- Det må satses på 1 til 3 motorer i Fylket!

De som blir med på satsingen må ha et klart fokus på internasjonalisering og forståelse av hva dette innebærer.

- Få fram bedrifter som har klar forståelse av de kravene til sørvis og leveringsdyktighet som kreves.

Samarbeid lokalt er viktig! Men det er kanskje like viktig med et interkommunalt samarbeid!? Flytte fokus bort fra hva vi oppfatter som Fisketurisme og sette fokus på hva markedet vil ha!

## Samarbeid om satsing på naturbasert reiseliv i Finnmark”

JENS HARALD JENSEN  
FINNMARK REISELIV

### Finnmark Reiseliv AS

Er eid av Finnmark fylkeskommune, kommunene og destinasjonsselskapene i fylket. Har kontor i Alta, Vadsø og Ivalo/Finland. Var i 2005 7 ansatte, 3 faste stillinger, 4 prosjektstillinger og hadde en omsetning på 12,6 mill NOK. Vi jobber i dag for 263 reiselivsbedrifter i Finnmark sammen med fylkeskommunen, Innovasjon Norge og kommunene i fylket.

### Reiseliv = tøff konkurranse

Det er en kjensgjerning at INGEN er født med et behov for å reise til Finnmark...

- Basis i et meget godt samarbeid mellom det offentlige og næringslivet. Sterk offentlig medvirkning i basismarkedsføring og utviklingsprosjekter
- Visjon for Reiselivsnæringa i Finnmark
- Finnmark skal være et attraktivt helårig reisemål med en klar og enhetlig profil basert på arktisk natur og kultur

### Strategisk plan:

#### Innsatsområde 1

- Videreutvikle og synliggjøre en klar produkt- og markedsprofil for reiselivsnæringa i Finnmark basert på våre natur- og kulturgitte konkurransefortrinn

#### Målgruppen:

Søkende nordmenn, nysgjerrige på sitt eget land.

- Utlendinger - nysgjerrige på hva Norge har å by på av både kultur og natur opplevelser.

### Posisjon - Løfte til forbruker

”I Finnmark skal det være enkelt for gjestene å oppleve sterke sanseintrykk og utfordringer i en barsk, arktisk natur.”

#### Personligheten

-VILL

- Sant. Attraktivt i all sin voldsomhet.

### EKSOTISK

- Positivt. Attraktivt. Bli sant om vi velger å fortelle historiene som underbygger. Kan vinkles inn fra hjelpeordet, og løftet, Sanselig.

### GJESTFRI

- Attraktivt. Vi mener imidlertid at dette trekket virker sterkest om det oppleves, alternativt fortelles av noen som har opplevd det.

### OVERRASKENDE

- Positivt. Kan være måten vi forteller historien på, og hva vi forteller. Måten vi fremstår på, i forhold til det forventede.

Endringen utfordrer oss

Turistene vil ha natur- og kulturopplevelser

- Gode opplevelser
- God mat
- Godt vertskap

Sats på opplevelsesbedriftene!

- Produktutvikling
- Kompetanse
- Kapital
- Markedsposisjon
- Hjelp dem til å vokse og utvikle seg!

Mye fokus på naturbasert reiseliv

- ReiselivsArena Finnmark
- Fjellstueprosjektet
- Hurtigruteprosjektet

- Vinterprosjektet
- Fylkesmannen
- Innovasjon Norge
- Fylkeskommunen
- Bioforsk

Finmark? Er også en utfordring til Finnmark  
Reiseliv AS?

### **Konklusjon**

Viktig næring i Finnmark. 2 milliarder i total  
reiselivsomsetning og sysselsetter 2.233 årsverk  
Turisme dominerer i Finnmark!

Til slutt er jeg spent på å få vite hvilke tiltak  
kreves for å utvikle potensialet for fisketurisme i