

## Fisketuristers forbruk i Hedmark i 2013

Utprøving av en metode for kartlegging av fiskeres forbruksmønster og informasjonsvaner

Børre K. Dervo



## **NINAs publikasjoner**

### **NINA Rapport**

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

### **NINA Temahefte**

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

### **NINA Fakta**

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

### **Annen publisering**

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

# Fisketuristers forbruk i Hedmark i 2013

Utprøving av en metode for kartlegging av fiskeres  
forbruksmønster og informasjonsvaner

Børre K. Dervo

Dervo, B.K. 2014. Fisketuristers forbruk i Hedmark i 2013 - Utprøving av en metode for kartlegging av fiskeres forbruksmønster og informasjonsvaner - NINA Rapport 1021. 27 s + vedlegg.

Lillehammer, februar 2014

ISSN: 1504-3312

ISBN: 978-82-426-2631-8

RETTIGHETSHAVER

© Norsk institutt for naturforskning

Publikasjonen kan siteres fritt med kildeangivelse

TILGJENGELIGHET

Åpen

PUBLISERINGSTYPE

Digitalt dokument (pdf)

REDAKSJON

Børre K. Dervo

KVALITETSSIKRET AV

Øystein Aas

ANSVARLIG SIGNATUR

Forskningsjef Jon Museth (sign.)

OPPDRAKSGIVER(E)/BIDRAGSYTER(E)

Nasjonalt nettverk for fisketurisme og Fishspot

KONTAKTPERSON(ER) HOS OPPDRAGSGIVER/BIDRAGSYTER

Gudmund Nygaard

FORSIDEBILDE

Børre K. Dervo

NØKKEWORD

Hedmark, næringsutvikling, fisketurisme, sportsfiske, friluftsliv, harr, ørret, forbruksmønster, informasjon

KEY WORDS

Norway, Hedmark county, business development, fishing tourism, angling, recreation, grayling, trout, consumption patterns, information

KONTAKTOPPLYSNINGER

**NINA hovedkontor**

Postboks 5685 Sluppen  
7485 Trondheim  
Telefon: 73 80 14 00

**NINA Oslo**

Gaustadalléen 21  
0349 Oslo  
Telefon: 73 80 14 00

**NINA Tromsø**

Framsenteret  
9296 Tromsø  
Telefon: 77 75 04 00

**NINA Lillehammer**

Fakkeltgården  
2624 Lillehammer  
Telefon: 73 80 14 00

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

## Sammendrag

Dervo, B.K. 2014. Fisketuristers forbruk i Hedmark i 2013 - Utprøving av en metode for kartlegging av fiskeres forbruksmønster og informasjonsvaner - NINA Rapport 1021. 27 s + vedlegg.

Datainnsamlingen ble gjennomført som en åpen nettbasert spørreundersøkelse på Fishspot ([www.fishspot.no](http://www.fishspot.no)) sin nettside, rettet mot de som kjøpte fiskekort i Fishspot sitt nettverk. Datainnsamlingen har også bestått av en sammenstilling av solgte fiskekort i Fishspot. Formålet med undersøkelsen har vært todelt. For det første har det vært ønskelig å teste ut en metode for beregning av fiskernes forbruk i Fishspot, dvs. deres kjøp av fiskekort og ulike andre varer og tjenester ifm. fiske. For det andre har det vært ønskelig å gjøre en beregning av fiskernes forbruk i Fishspot i 2013.

Totalt svarte 434 fiskere på spørreundersøkelsen, som er basert på et ikke representativt utvalg. Dataene fra spørreundersøkelsen har, sammen med en fullstendig oversikt over kortsalget til alle fiskekortområdene i Fishspot, dannet grunnlaget for å beregne fiskeinnsats, omsetning av fiskekort og fiskernes totale kjøp av varer og tjenester under fiske i 2013. Også fiskernes bruk av ulike former for informasjon, herunder vurdering av Fishspot sin informasjonstiltak ble kartlagt, likeledes fiskernes vurdering av fisketilbudet.

Fiskekortområdene i Fishspot solgte fiskekort for 6,2 millioner kroner i 2013, en økning på 10 prosent fra 2012. Samlet fiskeinnsats for de rundt 18 000 fiskerne i Fishspot ble beregnet til 102 000 døgn hvor tilreisende fiskeres andel av dette var 78 000 døgn. I snitt fisket hver fisker i 6 døgn, mens turen samlet sett varte i 7 døgn. Dette gir til sammen 119 000 overnatningsdøgn.

Fiskernes samlede kjøp av varer og tjenester på fisketuren ble beregnet til omkring 100 millioner kroner (både lokale og tilreisende fiskere) i 2013, med et øvre estimat på kr 129 millioner og et nedre estimat på kr 90 millioner. Salget av fiskekort utgjorde seks prosent av dette. I gjennomsnitt var fiskernes forbruk i denne undersøkelsen kr 1 024 pr døgn. Samlet oppga de tilreisende fiskerne at de kjøpte 45 000 overnatningsdøgn til en verdi av kr ni millioner. Overnatting på campingplass utgjorde 44 prosent (20 000 overnattinger) av dette, leid hytte 55 prosent (25 000 overnattinger) og hotell en prosent (1 000 overnattinger). Tilreisende fiskere i Fishspot hadde også 19 000 overnattinger i egen eller lånt («gratis») fritidsbolig og 11 000 villcampovernattinger.

De viktigste informasjonskildene for fiskernes kjennskap til Fishspot sine fisketilbud og beslutningen om å reise hit var Fishspot sin nettside og tips fra familie og venner. For utenlandske fiskere var også turistdestinasjonenes nettside viktig. Fiskerne brukte ofte flere kilder for å skaffe informasjon om områdene og fiskemuligheter. Tre av fire fiskere var meget godt eller godt fornøyd med fisketilbudet i Fishspot og hele 94 prosent sa de ville komme tilbake i 2014 for å fiske.

Erfaringene fra denne undersøkelsen viser at fiskekortstatistikk, sammen med en enkel spørreundersøkelse, kan være en god og rimelig måte å tallfeste effektene av fisketurismen på. Det krever imidlertid at fiskekortdatabasen gir grunnlag for en god og presis tallfesting og segmentering av fiskerne og at spørreundersøkelsen kan segmenteres på samme måte og kobles til fiskekortsalget for å korrigere eventuelle skjevheter i utvalg.

Børre K. Dervo, NINA, Fakkeldgården, 2624 Lillehammer. [borre.dervo@nina.no](mailto:borre.dervo@nina.no).



## Abstract

Dervo, B.K. 2014. Fishing tourists attendance in Hedmark County in 2013 – testing methodology for mapping expenditure patterns and information retrieval - NINA Report 1021. 27 pp.

Data collection was performed by a quest back internet survey linked to the homepage of Fishspot ([www.fishspot.no](http://www.fishspot.no)), and by an summarizing the number and type of fishing licenses sold in the geographical area of Fishspot in 2013. The purpose of this project was to test a method to estimate the total money expenditure by anglers in Fishspot (the purchase of fishing licenses and other goods and services during the fishing activity/trip). In addition, I have tried to estimate the total expenditure by local and non-local anglers in the geographical area of Fishspot (several different landowners and organizations) in 2013.

The survey had a total of 434 respondents. Total expenditure was estimated by using data from the survey in combination with the statistics of number and type of fishing licenses sold in the geographical area of Fishspot in 2013.

The different areas in Fishspot sold fishing licenses for 6.2 million NOK in 2013. This was an increase of 10 percent compared to 2012. In 2013, the total fishing effort by the c. 18 000 anglers in Fishspot was estimated to 102 000 days (78 000 days by visiting anglers). The average angler spent 6 days fishing and the trip lasted for 7 days, which induced about 119 000 overnight lodging days.

The anglers total purchase of goods and services were estimated to 100 million NOK in 2013 (both local and visiting anglers), with a lower and upper estimate of 90 million and 129 million NOK, respectively (purchase of fishing licenses constituted only 6 percent).

The average angler spend 1 024 NOK per day (estimate). Non-local anglers bought about 45 000 days of accommodation (9 million NOK). Accommodation at camping grounds, holiday cottages and hotels constituted 44, 55 and 1 percent, respectively. In addition, non-local anglers had 19 000 overnight lodgings in holiday houses as freeholders or for free (borrowed from friends or family), and 11 000 unspecified night stops (in the car, tent etc.).

The most important information source to the angler's knowledge about Fishspot was the homepage of Fishspot and advices by family and friends. The homepages of the tourist destinations were also important for foreign anglers. It was also quite common to use a variety of information sources. Three out of four anglers answered that they were satisfied or very satisfied with the quality of the angling in Fishspot, and 94 % answered that they will return in 2014.

In conclusion, this project has shown that the fishing license statistics combined with a simple survey appears as a suitable method to estimate and monitor the local and regional economic spin-off effects of fishing tourism. However, an important assumption is that the fishing license statistics provide a sufficiently precise quantification to segment the anglers, and that the survey is representative for different segments of anglers.

Børre K. Dervo, Norwegian Institute of Nature Research (NINA), Human Dimension Department, Fakkeltårnet, NO-2624 Lillehammer. [borre.dervo@nina.no](mailto:borre.dervo@nina.no).

# Innhold

<b>Sammendrag</b> .....	<b>3</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>4</b>
<b>Innhold</b> .....	<b>5</b>
<b>Forord</b> .....	<b>6</b>
<b>1 Innledning</b> .....	<b>7</b>
<b>2 Metode</b> .....	<b>8</b>
2.1 Studieområde .....	8
2.2 Datainnsamling .....	8
2.3 Statistikk.....	11
<b>3 Resultater</b> .....	<b>12</b>
3.1 Fiskeinnsats og -erfaring .....	12
3.2 Redskapsbruk.....	13
3.3 Overnatting i Fishspotområdet .....	14
3.4 Fiskeinnsatsen fordelt på regioner i Fishspot.....	15
3.5 Type fiske.....	16
3.6 Fiskernes tilfredshet.....	16
3.7 Informasjonskilder.....	17
3.8 Fiskernes forbruksmønster .....	20
3.9 Beregning av samlet forbruk i Fishspot .....	22
<b>4 Oppsummering og anbefalinger</b> .....	<b>24</b>
4.1 Fiskernes forbruk .....	24
4.2 Informasjon .....	25
4.3 Anbefalinger.....	25
<b>5 Referanser</b> .....	<b>27</b>
<b>6 Vedlegg 1 - spørreskjema</b> .....	<b>28</b>

## Forord

Tallfesting av fisketurismens betydning for lokal- og bedriftsøkonomi har lenge vært et mål både for offentlige myndigheter som bevilger penger til næringsutvikling og bedrifter som må dokumentere resultater av sin virksomhet. En utvikling hvor salg av fiskekort blir digitalisert og nye digitale medier som fører til økt kommunikasjon med fiskerne, åpner nye muligheter for en slik tallfesting. NINA har på oppdrag for det Nasjonale nettverket for fisketurisme og Fishspot, gjennomført en forstudie for utvikling av en ny metode for tallfesting av fisketurismen.

Prosjektet har vært et samarbeid mellom mange aktører. Alle medlemmene i Fishspot har stilt opp med rapportering av sitt fiskekortsalg. Fiskekortsalget som fortsatt skjer fra manuelle blokker er rapportert inn og sammenstilt av Fishspot ved Gudmund Nygaard, sammen med alt digitalt salg via mobiltelefoner og internettløsninger (Scanatura og iNatur). En spørreundersøkelse gjennom Fishspot sin nettside og under ledelse av Gudmund Nygaard, har skaffet forbrukstall fra fiskerne.

Arbeidet er finansiert med støtte fra Innovasjon Norge, Fishspot og egne midler fra NINA. Bak Fishspot står rettighetshavere, overnattingsbedrifter, Hedmark Fylkeskommune, Fylkesmannen i Hedmark, Regionrådene for Fjellregionen og Sør-Østerdal.

I NINA har undertegnede fungert som prosjektleder. Roald Vang har tilrettelagt spørreskjemaet i Questback. Oddgeir Andersen, Jon Museth og Morten Kraabøl har bistått i analysene av data og med gode kommentarer. Øystein Aas har kvalitetssikret rapporten. Alle takkes for innsatsen.

Lillehammer, februar 2014.

Børre K. Dervo  
Prosjektleder



# 1 Innledning

Tolga-Vingelen elveierlag, Fishspot, Utmarksavdelingen i Østfold og Akershus, Gjerfloen fluefiske, Tor Grøthe - Fluefiske i Hemsedal, Fiske i Nasjonalparkriket, Nordlys Opplevelser og NINA etablerte i 2012 et «Nasjonalt nettverk for fisketurisme». Hovedmålet med dette nettverket var å samle ledende fisketurismebedrifter i et bedriftsnettverk for utvikling av innlandsfiske. Gjennom dette nettverket skal disse aktørene samarbeide om økt kompetanse innen markeds kunnskap, produktutvikling og ressursforvaltning for nettverket spesielt og for regionene generelt.

Bedriftene i dette bedriftsnettverket innehar mye kompetanse om suksesskriteriene for å lykkes med utvikling av fisketurisme. Dette har vært og vil fortsatt være viktig kunnskap med stor betydning for utviklingen av både lønnsomhet og bærekraft i innlandsfisketurismen i Norge. Også disse bedriftene har stort utviklingspotensial innen ressursforvaltning, produktutvikling og markedsføring. Gjennom et tettere samarbeid er det ønskelig å gjøre disse fyrtårnbedriftene til enda bedre aktører i et marked med stort utviklingspotensial. Samtidig er det nødvendig å bringe kunnskapen som disse bedriftene innehar, ut til andre fisketurismebedrifter som har kommet i gang eller som er i ferd med å starte opp.

Bedriftene i nettverket er fyrtårnbedrifter innen fisketurisme. De har i ulik grad vært involvert i ressursforvaltningen i de vassdragene som bedriftene opererer i. Produktene som bedriftene selger omfatter fiske etter både ørret, røye, harr og gjedde i elver og vann beliggende fra Østfold i sør til Finnmark i nord. De har erfaring fra salg i ulike markeder og har løst produktutforming, vertskapsrolle og guiding på ulike måter.

Fishspot, som er en av de største aktørene i det nasjonale bedriftsnettverket, ble etablert som prosjekt i 2010, med Nord-Østerdalen Utmarkstjenester som prosjekteier. Hovedmålet for prosjektet var å utvikle Nord-Østerdal regionen til en attraktiv destinasjon for innlandsfiske. Dette skulle gi grunnlag for næringsutvikling og økt verdiskaping hos rettighetshavere og reiselivet i regionen. Totalt ble det for deltakerne i Fishspot solgt rundt 22 000 fiskedøgn i sesongen 2012. I gjennomsnitt har omsetningen økt med rundt 10 prosent per år i prosjektperioden for fiskekortområdene som har vært med i Fishspot. Fiskernes samlede forbruk i området ble beregnet til 20 millioner kroner for 2012 (Fishspot 2012). I løpet av 2013 har antall kortområder i Fishspot økt betydelig. Ved starten i 2013 var 65 fiskekortområder med i Fishspot fra Åmot i Sør til Røros i Nord. Samlet hadde de både de nye og gamle deltakerne i Fishspot en samlet fiskekortomsetning på 5,6 mill. kr i 2012.

I 2013 ble Fishspot videreført som et toårig prosjekt, med sikte på å etablere det som en egen bedrift. Et viktig ledd i dette arbeidet har vært å skaffe god kunnskap om markedet og måle og dokumentere økonomiske effekter av egen virksomhet. Samtidig med at et nytt toårig prosjekt ble etablert, startet arbeidet med å kartlegge fiskernes forbruk i Fishspot. Gjennom et forprosjekt ønsket Fishspot å etablere en metode for fortløpende måling av fiskernes kjøp av fiskekort og andre varer og tjenester i forbindelse med fiske. Kartleggingen skulle gi svar på hva fisket i Fishspot betydde økonomisk i regionen og gi viktig informasjon som grunnlag for markedsarbeid.

Fishspot og NINA har som en del av arbeidet i det nasjonale nettverket, gjennomført en nettbasert spørreundersøkelse og en sammenstilling av alt fiskekortsalg i det samme området. Formålet med spørreundersøkelsen har vært å prøve ut en metode som kan skaffe viktig kunnskap, spesielt om fiskernes forbruk av varer og tjenester. Denne typen kunnskap vil kunne frembringe viktig grunnlag for å måle effekter av egen virksomhet og som et beslutningsgrunnlag for produktutvikling, prising og markedsaktiviteter. Målet er at alle deltakerne i det nasjonale nettverket skal ta i bruk dette verktøyet og kunne gjennomføre samme type kartlegging.

## 2 Metode

### 2.1 Studieområde

Fishspot består av 25 «forvaltningsenheter» fordelt på rundt 65 separate fiskekortområder ved utløpet av 2013 ([www.fishspot.no](http://www.fishspot.no); **tabell 2.1**). Den geografiske utbredelsen er fra Åmot i Sør til Røros i Nord. Forvaltningsenhetene er igjen delt inn i 7 fiskeområder, som brukes til å segmentere fiskerne (se **tabell 2.2**). Antall solgte fiskekort som ble rapportert inn til Fishspot, var 26 292 i 2013.

**Tabell 2.1.** Fiskekortområdene som er med i Fishspot, hvilket fiskeområde de tilhører og andelen av fiskekortdøgnene som lokale fiskere står for.

Fiskekortområde	Fiskeområde	Andel lokale fiskere
Dalsbygda Felles Fiskeområde	Os/Tolga/Tynset	25 %
Tynset	Os/Tolga/Tynset	25 %
Galåen	Os/Tolga/Tynset	25 %
Hodalen	Os/Tolga/Tynset	20 %
Kvennan Fly Fishing	Os/Tolga/Tynset	10 %
Kvikne	Os/Tolga/Tynset	25 %
Os og Erlia Fiskeforening	Os/Tolga/Tynset	25 %
Rødalen	Os/Tolga/Tynset	20 %
Savalen	Os/Tolga/Tynset	35 %
Vangrøfta /Skrukka	Os/Tolga/Tynset	1 %
Vingelen	Os/Tolga/Tynset	27 %
Hola Fiskeforening	Os/Tolga/Tynset	25 %
Folldal	Folldal	20 %
Grimsa Fluefiske	Folldal	10 %
Engerdal Fjellstyre	Engerdal	20 %
Glomma Rendalen	Rendalen	25 %
Nordre Rena	Rendalen	< 1 %
Rendalen Elvelag	Rendalen	25 %
SSFA	Rendalen	35 %
Nordre Mistra	Rendalen	35 %
Gjerfloen Fluefiske	Trysil	< 1 %
Trysil Fellesforening	Trysil	38 %
Vestsjøberget Fluefiske	Trysil	< 1 %
Åmot Elvelag	Åmot	10 %
Glomma Fiskeforening	Stor Elvdal	25 %
<b>Sum/gj.snitt.</b>	<b>7 kortsoner</b>	<b>24 %</b>

Andelen lokale fiskere i **tabell 2.1** er basert på en kombinasjon av reell kunnskap om kortkjøpernes bosted eller anslag med bakgrunn i kjøp av årskort eller kort for innenbygdsboende. Lokale fiskere er i utgangspunktet definert som fiskere med bostedsadresse som gir mindre enn 30 min kjøretid til «fiskeplassen», dvs. parkeringsplass. Det er kun for et fåtall av fiskekortområdene vi har hatt tilgang til adresser til kortkjøperne. Anslaget er derfor i denne runden basert på en kombinasjon av detaljkunnskap i noen områder og en andel av salget av årskort der detaljkunnskap har manglet.

### 2.2 Datainnsamling

Data om fiskernes forbruk og fiskeinnsats ble samlet inn ved hjelp av et digitalt og kvantitativt spørreskjema, kombinert med fiskekortstatistikk. Spørreskjemaet ble utformet i Questback og lagt ut som link på Fishspot sin nettside. Fishspot la ut informasjon om spørreundersøkelsen på sin nettside og sendte et nyhetsbrev til alle «abonnenter» en gang med oppfordring om å svare

på undersøkelsen. Den var tilgjengelig på nettsiden fra slutten av juni til begynnelsen av oktober. Fiskerne ble oppfordret til å svare på undersøkelsen etter at de hadde gjennomført en fisketur i Fishspot sitt område. For å motivere fiskerne til å svare, stilte Fishspot opp med fiskeutstyr til en verdi av kr 25 000 fordelt på to tilfeldig uttrukne respondententer. Fiskekortstatistikken (**kap 2.1**) er utarbeidet av Fishspot med bakgrunn i rapportskjema fra alle fiskekortområdene.

Spørreskjemaet inneholdt spørsmål om nasjonalitet, bostedsadresse (kun norske), hvor de hadde fisket på denne turen og hvor mange dager, hvilke fiskesone de hadde fisket mest i, hvor fornøyde de var med fisketilbudet, om de ville komme igjen for å fiske, hvor mange år de hadde fisket i området, hvilke fiskemetode de hadde brukt, hvilke overnattingstilbud de hadde benyttet, hvilke informasjonskilde som var viktig og hva de hadde brukt av penger på overnatting, fiskekort, mat, guiding, transport, fiskeutstyr, andre opplevelser og andre varer og tjenester. Det ble også spurt om hvor mange dager de samlet hadde fisket i 2012 og hvor mye penger de hadde bruk på fiske samlet denne sesongen, inkludert fiske utenfor Fishspot. Dette var de eneste to spørsmålene som var knyttet til 2012. For alle de andre spørsmålene skulle de svare med utgangspunkt i den siste turen de gjennomført i 2013.

Spørsmålene om fiskernes forbruk ble lagt opp som avkrysningsfelt for intervaller; «0-500», «500-1 000», «1 000-1 500» osv. Maksimalbeløpet var henholdsvis 3 000 (fiskeutstyr, fiskekort, guiding, andre varer, opplevelser), 5 000 (mat, transport), eller 10 000 kr (samlet forbruk) for ulike varer og tjenester. Forbruk ble i utgangspunktet regnet ut ved at middelveidien fra intervallene ble brukt som forbruk for den enkelte respondent. Spørreskjema ble laget på norsk og engelsk (se vedlegg 1 for norsk utgave).

Spørreskjemaets del om forbruk har hatt en svakhet ved at det ikke var noe reelt 0-svartalernativ. Ved null forbruk måtte respondentene enten la være å svare eller krysse av for alternativet «0-500». Det er derfor valgt å korrigere dataene ved å sette forbruket for en vare eller tjeneste til alle respondenter med tre eller færre turdøgn i studieområdet til 0 kr når de hadde krysset av for alternativ «0-500». Videre er forbruket satt til 0 kr for alle respondenter som har krysset av laveste intervall for overnatting, når de har oppgitt ikke å ha overnattet eller de har overnattet gratis i eget eller lånt hus. Til slutt er det satt et tak på samlet totalforbruk pr døgn på 4 000 kr, hvis det ikke er gitt en forklaring i kommentarfeltet på det høye forbruket. Enkelte fiskere har trolig krysset av for verdien av fiskeutstyret og ikke det beløpet de eventuelt hadde brukt på fiskeutstyr under fisketuren lokalt. Det er derfor valgt å sette et tak på kjøp av fiskeutstyr på 1 000 kr for ett døgn, 2 000 kr for de med opphold på to døgn og 3 000 kr for de som var tre døgn.

Korrigeringen av forbrukstallet, slik det er redgjort for over, førte til at beregnet gjennomsnittsforkbruk pr døgn ble redusert fra 1 240 kr (rådataene) til 1 024 kr (korrigerte data) pr respondent. Gjennomsnittsforkbruket til tilreisende fiskere (regionale, andre norske og utenlandske) ble redusert fra snaut 1 500 kr pr døgn til 1 043 kr pr døgn.

Totalt svarte 434 personer på undersøkelsen. Dette utgjør 1,4 prosent av de lokale fiskerne og 2,6 prosent av de tilreisende fiskerne. Tre svar ble forkastet pga. mangelfullt eller feil utfyllt skjema og 13 fiskere hadde ikke svart eller svart ufullstendig på spørsmålene om kjøp av varer og tjenester. Utvalget i denne undersøkelsen er et bekvemmelighetsutvalg. For å kunne skalere opp resultatet fra spørreundersøkelsen til kortkjøperne i Fishspot, er det nødvendig vurdere nærmere representativiteten til utvalget ift. totalpopulasjonen og evt. foreta justeringer for at utvalget bedre skal samsvare med totalpopulasjonen. Slike vurderinger vil bidra til at beregningene vil bli mer representative. De oppskaleringene som blir gjort må derfor uansett anses som usikre.

Med bakgrunn i **bostedsadresse** ble fiskerne som svarte på undersøkelsen delt inn i lokale (8 % av respondentene), regionale (13 % av respondentene), andre norske (42 % av respondentene) og utenlandske turister (37 % av respondentene). Lokale fiskere er her definert som fiskere med bostedsadresse som gir mindre enn 30 min reisetid til fiskeplassen, regionale fiskere med bostedsadresse som gir mellom ½ t og 2 t reisetid, andre norske med reisetid over 2 t reise

(overnatter) og utenlandske turister (overnatter). Oversikten over adressene til kjøperne av fiskekort er mangelfull og gir ikke grunnlag for tilsvarende segmentering for alle kortområdene. For fjellstyrene, Trysilvassdraget, Kvennan fluefiske, Åmot elvelag og for flere av fluesonene, finnes oversikt over lokale kortkjøpere. Et anslag på bakgrunn av en oversikt fra disse kortselgerne og andelen av årskortene disse har kjøpt, er brukt som grunnlag for å anslå andelen lokale fiskere for de andre kortområdene. Samlet for hele utvalget ble andelen lokale fiskere 24 prosent (**tabell 2.1**). Videre er det for ca. halvparten av kortsalget oppgitt andelen utenlandske fiskere. I 2013 utgjorde utenlandske fiskere 27 prosent av alle fiskekortdøgnene. Sammenligningen av besvarelsene fra spørreundersøkelsen og fiskekortstatistikken, tyder på at lokale fiskere er underrepresentert i spørreundersøkelsen, mens utenlandske fiskere er overrepresentert.

**Tabell 2.2** viser fiskekortomsetning, antall og andel solgte fiskekort, antall fiskedøgn fordelt på sju fiskekortsoner i Fishspot. Samlet ble det solgt 26 292 fiskekort som til sammen utgjorde 102 268 fiskedøgn. Fordelingen av respondentene på de samme fiskekortsonene tyder på at respondenter i Os/Tolga/Tynset, Åmot og Rendalen er overrepresentert i utvalget, mens respondenter fra Engerdal og Trysil er underrepresentert (**tabell 2.2**). Fiskesoner som har en relativt høy andel fluesoner eller mye fluefiske, er overrepresentert i utvalget. Utvalget er først og fremst representativt ift. brukerne av Fishspot sin nettside (**Tabell 2.3**).

En samlet vurdering av respondentene i spørreundersøkelsen, tyder på at lokale fiskere er underrepresentert og tilsvarende utenlandske fiskere overrepresentert. Det er også en viss geografisk skjevhet i utvalget og fluefiskere som fisker på fluesoner er sannsynligvis også overrepresentert. Dette må tas med når beregningene tolkes og vurderes.

**Tabell 2.2.** Fiskekortområdene som er med i Fishspot fordelt på sju regioner og omsetning, beregnet antall fiskedøgn og andel fiskedøgn for disse. Andel respondenter fra spørreundersøkelsen i kolonnen til høyre (n=431). Årskort er her satt tilsvarende 12 døgn, ukekort lik 5 døgn, 3-døgnskort lik 2,5 døgn, 2-døgnskort lik 2 døgn, 1-døgnskort lik 1 døgn\*.

	Fiskekortomstning (NOK 2013)	Antall fiskekort	Antall fis- kedøgn*	Andel solgte fiskekort	Andel re- spondenter
Os/Tolga/Tynset	1 086 960	4 858	13 850	14 %	38 % (164)
Folldal	264 881	1 621	8 037	8 %	3 % (11)
Engerdal	2 296 741	8 628	38 859	38 %	18 % (79)
Rendalen	298 885	1 268	3 162	3 %	15 % (66)
Trysil	1 064 769	4 998	22 574	22 %	7 % (31)
Åmot	752 175	2 734	8 049	8 %	16 % (68)
Stor Elvdal	423 311	2 185	7 737	8 %	3 % (12)
Sum	<b>6 187 722</b>	<b>26 292</b>	<b>102 268</b>	<b>100 %</b>	<b>100 % (431)</b>

\* Beregningen er gjort med erfaringsbaserte tall for flerdagerskort (to-, tredøgnskort, ukekort og sesongkort) er hentet fra INOFINN (Øian m. fl 2010 og Andersen m. fl 2010).

**Tabell 2.3.** Fordelingen av respondenter (n=431) og besøkene på Fishspot sin nettside på nasjonalitet i 2013.

Nasjonalitet	Spørre- undersøkelse	Nettbesøk Fishspot
Norge	63 %	54 %
Sverige	20 %	22 %
Danmark	5 %	3 %
Tyskland	3 %	5 %
Frankrike	1 %	3 %
Nederland	3 %	3 %
Italia	< 1 %	3 %
Polen	< 1 %	1 %
USA	< 1 %	1 %
Finland	1 %	1 %

## 2.3 Statistikk

De statistiske analysene ble gjennomført med programvaren IBM SPSS Statistics 21. For å teste om det var statistisk signifikante forskjeller i responsvariablene mellom ulike grupper/forklaringsvariable (for eksempel segmenter av fiskere, fiskeområder m.m.) ble det kjørt en enveis ANOVA variansanalyse. For å identifisere hvilke grupper av forklaringsvariable som var signifikant forskjellige ble det ved signifikans ( $\alpha \leq 0.05$ ) kjørt en posthoc LSD test (least significant difference,  $\alpha \leq 0.05$ ).

## 3 Resultater

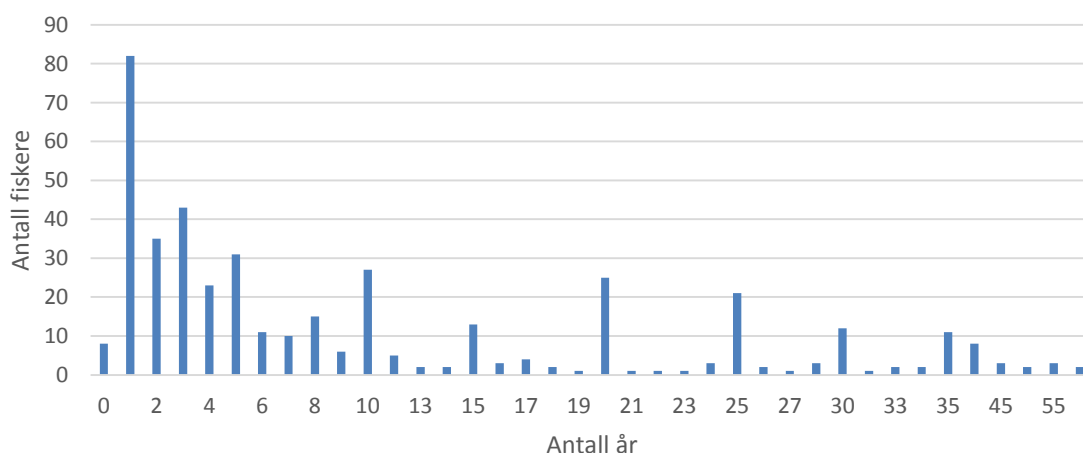
### 3.1 Fiskeinnsats og -erfaring

Respondentene svarte på spørreskjemaet ved å ta stilling til spørsmål om den siste turen de hadde vært på i Fishspot i 2013. På spørsmålet om hvor mange dager turen hadde vart og hvor mange av disse dagene de hadde fisket, svarte respondentene henholdsvis i gjennomsnitt ni og seks dager (**tabell 3.1**). På spørsmålet om hvor mange år de hadde fisket i dette området, svarte respondentene fra hele utvalget i gjennomsnitt 11 år. Det store flertallet av fiskerne hadde relativt få års erfaring i området (**figur 3.1**), men et mindretall av spesielt lokale fiskere med lang fiskeerfaring fører til at gjennomsnittet for hele utvalget blir høyere (median lik 6 år). Halvparten av de 35 lokale respondentene hadde mer enn 15 års erfaring. På spørsmålet om hvor mange dager respondentene fisket i 2012, svarte gjennomsnittet 29 dager (**tabell 3.1**).

**Tabell 3.1.** Fiskerens fiskeinnsats og erfaring i området for hele utvalget og fordelt på lokale, regionale, andre norske og utenlandske fiskere. Standardavvik oppgitt for alle respondentene. Antall respondenter oppgitt i parentes og d=dager. For spørsmål A og D er det ikke signifikante forskjeller mellom lokale, regionale, andre norske og utenlandske fiskere. For spørsmål B og C er det signifikante forskjeller ( $p < 0,001$ ) mellom gruppene (se under).

	Alle	SE	Lokale (n=35)	Regionale (n=58)	Andre norske (n=180)	Utenlandske (n=158)
<b>A) Hvor mange dager varer denne turen samlet (fiske + andre aktiviteter)?</b>	9 d (n=431)	0,57	11 d (n=35)	8 d (n=58)	9 d (n=180)	9 d (n=158)
<b>B*) Hvor mange dager har du fisket på denne turen?</b>	6 d (n=427)	0,33	9 d (n=35)	4 d (n=57)	5 d (n=179)	7 d (n=156)
<b>C*) Hvor mange år har du vært og fisket i dette området?</b>	11 år (n=427)	0,59	21 år (n=35)	11 (n=58)	9 år (n=179)	11 år (n=155)
<b>D) Hvor mange dager fisket du etter innlandsfisk i 2012</b>	29 d (n=422)	1,50	32 d (n=35)	27 d (n=58)	32 d (n=179)	25 d (n=150)

\* Spørsmål B, en vegs ANOVA,  $df=3$ ,  $F=5,651$ ,  $p<0,001$ . Spørsmål C, en vegs ANOVA,  $df=3$ ,  $F=10,416$ ,  $p<0,001$ .



**Figur 3.1.** Antall år fiskerne har fisket i området (n=427).

Respondentene er delt inn i lokale fiskere (mindre enn 30 min reisetid til fiskeplassen), regionale fiskere (reisetid mellom ½ t og 2 t), andre norske (reisetid over 2 t reise) og utenlandske turister. For de fire spørsmålene over, er det ingen signifikante forskjell mellom gruppene på spørsmålet om turens varighet, mens antall dager de hadde fisket var signifikant forskjellig (**tabell 3.1**). Mens de regionale fiskerne i snitt hadde fisket i kun fire dager, hadde de lokale ni fiskedager. Forskjellen var også signifikant for spørsmålet om hvor mange år de hadde fisket i området. Her var det også de lokale som hadde lengre erfaring enn de andre gruppene. Det var ingen signifikant forskjell mellom gruppene på spørsmålet om hvor lenge de hadde fisket i 2012.

## 3.2 Redskapsbruk

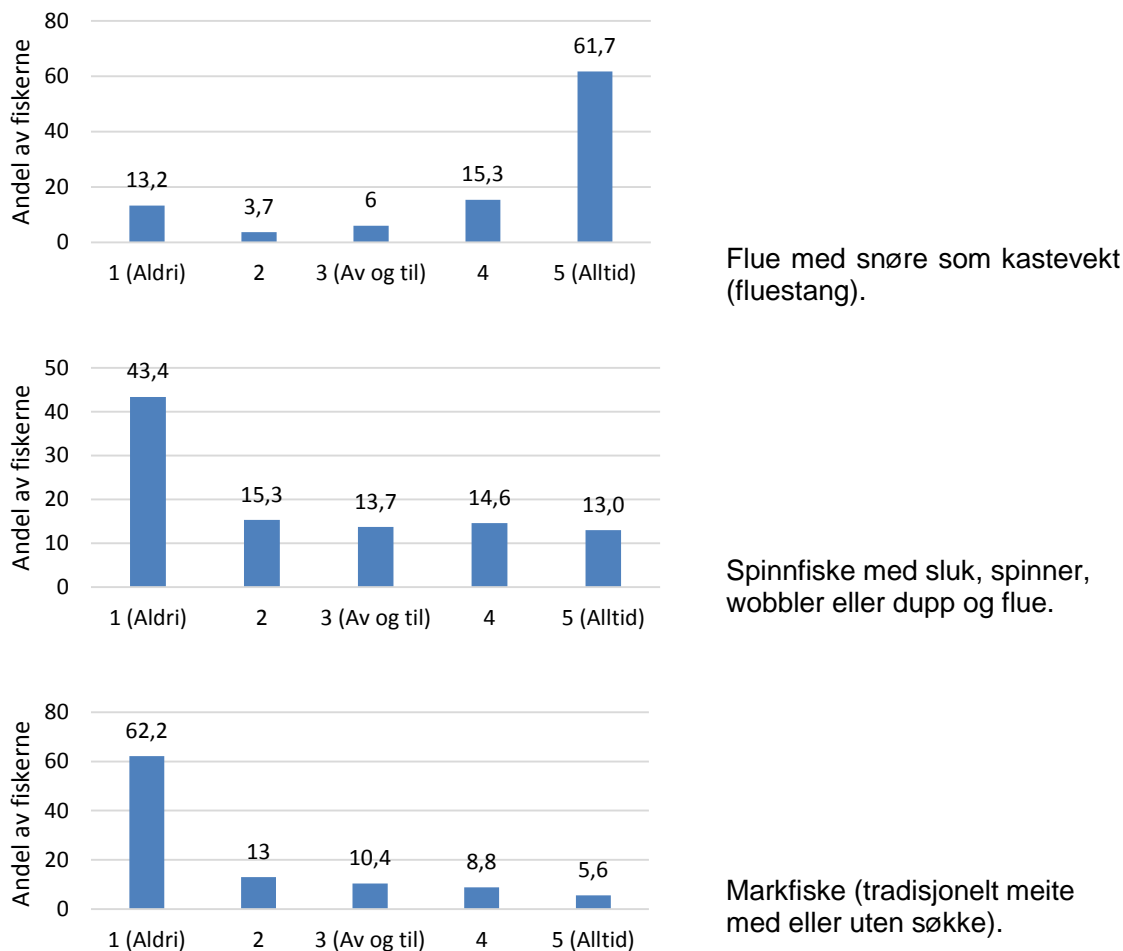
Respondentene skulle svare på hvilke fiskeredskap eller -metode de benyttet under fiske. Vurderingen skulle gjøres på en skala fra 1 = aldri til 5 = alltid. «Fluefiske» var den metoden som skåret høyest blant respondentene i hele utvalget (**tabell 3.2**). «Spinnfiske» skåret litt under middels, mens «markfiske», «moderne meite» og «andre redskaper» oppga få respondenter at de hadde brukt. Under andre redskap eller metoder var det åtte respondenter som oppga ulike varianter av dorging, tre respondenter som oppga garn, fem respondenter som oppga isfiske og sju respondenter som oppga oter. **Figur 3.1** viser hvordan fordelingen var på de ulike kategoriene av bruk for de tre vanligste metodene (fra aldri til alltid). «Spinnfiske» skiller seg ut ved at det var flere som bruker denne metoden fra «litt (2)» til «en del (4)». «Flue» ble brukt «aldri» av 13 % av fiskerne, mens «spinnfiske» og «markfiske» ble brukt «aldri» av henholdsvis 43 prosent og 62 prosent av fiskerne.

For alle redskapstyper eller metoder var det signifikante forskjeller mellom segmentene (**tabell 3.2**). For de utenlandske fiskerne var «fluefiske» den desidert mest brukte metoden. For andre norske og de regionale fiskerne var også «fluefiske» vanligste metode, men noe mindre brukt enn for de utenlandske fiskerne. For de lokale fiskerne var «spinnfiske» vanligst, men «fluefiske» nesten like vanlig. «Spinnfiske» var en mer brukt metode for alle gruppene av norske fiskere, enn for gruppen utenlandske fiskere.

**Tabell 3.2.** ( $n = 431$ ). Gjennomsnittsskår for bruk av ulike fiskeredskaper og/eller fiskemetoder vurdert på en skala fra 1 lik aldri til 5 lik alltid for hele utvalget og fordelt på lokale, regionale og utenlandske fiskere. Standardavvik oppgitt for alle respondentene. Antall respondenter oppgitt i parentes. For alle metodene (A til E) er det signifikante forskjeller ( $p < 0,001^*$  eller  $p < 0,05^{**}$ ) mellom lokale, regionale, andre norske og utenlandske fiskere (se under).

	Alle	SE	Lokale (n=35)	Regionale (n=58)	Andre norske (n=180)	Utenlandske (n=158)
<b>A*) Flue med snøre som kastevekt (fluestang).</b>	4,1	0,07	3,1	3,8	3,9	4,6
<b>B*) Spinnfiske med sluk, spinner, wobblers el-ler dupp og flue</b>	2,4	0,07	3,3	2,9	3,5	1,8
<b>C*) Markfiske (tradisjonelt meite med eller uten søkke).</b>	1,8	0,06	2,3	2,3	1,9	1,4
<b>D*) Andre redskap</b>	1,2	0,03	1,5	1,1	1,3	1,1
<b>E**) Moderne meite (naturlig agn og foring)</b>	1,2	0,03	1,1	1,1	1,3	1,1





**Figur 3.2.** Fiskernes bruk av ulike fiskeredskaper og/eller fiskemetoder vurdert på en skala fra 1 = lik aldri til 5 = alltid.

### 3.3 Overnatting i Fishspotområdet

På spørsmålet om hvilke overnattingstilbud respondentene benyttet seg av på fisketuren, svarer 30 prosent at de «leide hytte», 28 prosent at de «bodde gratis i eget eller lånt hus/fritidshus» og 23 prosent at de bor på en «campingplass» (**tabell 3.3**). Kun 1 prosent hadde «bodd på hotell», mens 14 prosent av utvalget hadde bodd i telt eller annen form for «villcamp». Fem prosent overnattet ikke.

Det var signifikant forskjell mellom lokale, regionale, andre norske og utenlandske fiskere mht. hvilken overnatningsform som ble benyttet (**tabell 3.3**). For de lokale var overnatting i «egen bolig/fritidshus vanligst» (60 %). For de regionale var også «egen bolig/fritidshus» vanligste overnatningsform (41 %), sammen med «villcamp» (31 %). Andre norske hadde også «egen bolig/fritidshus» som vanligst (32 %), men leie av «hytte» (26 %) og «campingplass» (21 %) var nesten like vanlig. For de utenlandske fiskerne var «leie av hytte» det vanligste (48 %), mens «campingplass» var nesten like vanlig (36 %).

For turens varighet var det ikke signifikant forskjell mellom respondentene, mens det for antall dager som ble fisket, skilte de lokale seg ut ved å ha signifikant høyere innsats enn de andre med ni dager mot henholdsvis fire til sju dager for de andre. I omregninger her er det valgt å bruke seks døgn for gjennomsnittlig fiskeinnsats og sju døgn for overnatting. Ved å legge fordelingen av ulike overnatningsformer i **tabell 3.3** til grunn, blir fordelingen av overnatningsdøgnene

henholdsvis 36 000 døgn i egen bolig eller eget eller lånt (gratis) fritidshus, 27 000 døgn i leid hytte eller leilighet, 19 000 døgn på campingplass, 500 døgn i hotell eller pensjonat og 15 000 døgn ute i telt eller annen form for villcamp. Samlet var 47 000 av døgnene betalt overnatting, hvor tilreisende fiskere sto for 45 000 av dette. For 9 000 av døgnene fiskerne var på tur, var det ingen overnatting. Det betyr at fiskerne enten fisket hele natta eller de var på dagstur og ikke overnattet.

**Tabell 3.3** Andelen av respondentene som benytter ulike former for overnatting for hele utvalget og fordelt på lokale, regionale, andre norske og utenlandske fiskere. Det er signifikant forskjeller mellom lokale, regionale, andre norske og utenlandske fiskere (En vegs ANOVA,  $df=3$ ,  $F=3,579$ ,  $p<0,05$ ).

	Alle segment (n=431)	Lokale (n=35)	Regionale (n=58)	Andre norsk (n=180)	Utenlandske (n=158)
Overnatter ikke (n=23)	5 %	20 %	12 %	5 %	0
Bor i eget eller lånt (gratis) hus eller hytte (n=119)	28 %	60 %	41 %	31 %	11 %
Leier hytte eller leilighet (n=127)	30 %	6 %	7 %	26 %	48 %
Bor på campingplass (caravan/telt/ campinghytte) (n=100)	23 %	0	9 %	21 %	36 %
Bor på hotell/ pensjonat (n=3)	1 %	0	0	1 %	1 %
Villcamp (n=59)	14 %	14 %	31 %	16 %	4 %

### 3.4 Fiskeinnsatsen fordelt på regioner i Fishspot

Respondentene ble spurt om hvor de hadde fisket på denne turen med svaralternativer lik de sju hovedregionene i Fishspot. Hele 38 prosent av respondentene oppga at de hadde fisket i «Os/Tolga/Tynset», mens henholdsvis 18 prosent hadde fisket i «Engerdal» og 15 prosent i «Rendalen» (tabell 3.4). Også her var det signifikant forskjell mellom lokale, regionale, andre norske og utenlandske fiskere. Flest lokale, andre norske og utenlandske fiskere hadde vært i «Os/Tolga/Tynset». Flest regionale hadde vært i «Åmot» og fisket, med «Engerdal» som nest vanligst.

**Tabell 3.4.** Andelen av respondentene som har fisket i de ulike regionene i Fishspot for hele utvalget og fordelt på lokale, regionale, andre norske og utenlandske fiskere. Det er signifikant forskjeller mellom lokale, regionale, andre norske og utenlandske fiskere (En vegs ANOVA,  $df=3$ ,  $F=14,243$ ,  $p<0,001$ ).

	Alle segment (n=431)	Lokale (n=35)	Regionale (n=58)	Andre norsk (n=180)	Utenlandske (n=158)
Os/Tolga/Tynset	38 %	51 %	9 %	32 %	53 %
Folldal	3 %	0 %	3 %	4 %	1 %
Engerdal	18 %	20 %	28 %	19 %	13 %
Rendalen	15 %	0 %	10 %	18 %	17 %
Trysil	7 %	9 %	3 %	10 %	5 %
Åmot	16 %	14 %	41 %	14 %	9 %
Stor Elvdal	3 %	6 %	5 %	2 %	3 %

### 3.5 Type fiske

På spørsmålet om «hvilken type fiskesone har du fisket mest i», svarer 55 prosent av hele utvalget at de hadde fisket mest i «fluesoner» og 33 prosent at de hadde fisket mest i «fiske for alle» (**tabell 3.5**). «Fluesone» er her definert som soner hvor kun fluefiske der snøret utgjør kastevekten benyttes, det skal være innført maksmålsforvaltning (fisk over en viss størrelse må settes ut) og kvoteregulert uttak av fisk under maksimum. Rundt to prosent av arealet i Fishspot er fluesoner i elver. «Fiske for alle» soner har ingen bestemte krav i forhold til forvaltning og fiskeregler. I Fishspot utgjør «fiske for alle» anslagsvis 60 prosent av arealet. «Gjeddesone» skal ha maksimum for gjedde (Gjedde over 65 eller 70 cm skal sette ut igjen) og det skal være kvote på uttak av fisk under maksimum. Anslagsvis utgjør gjeddesoner mindre enn en prosent av arealet i Fishspot. Villmarksfiske er soner som ligger minimum fire km unna bilvei. Anslagsvis utgjør dette snaut 40 prosent av arealet i Fishspot.

Mange av de som svarte, fisket i «fluesoner». Andelen var spesielt høy blant andre norske (48 %) og utenlandske fiskerne (78 %; **tabell 3.5**). Andelen av de lokale (63 %) og regionale fiskerne (55 %) var høyest i «fiske for alle» soner. Gjeddsoner har generelt få fiskere fra alle segment. Det samme for villmarksfiske, hvor «andre norske» var det segmentet hvor den største andelen av respondenter oppga at de fisket mest.

Det er viktig å legge til at fordelingen av fiskerne på de ulike fiskesonene ikke gir et riktig bilde på den totale fiskeinnsatsen som foregår i de ulike sonene, siden vi har et bekvemlighetsutvalg. Erfaringsmessig så vil fiskere som reiser på fiskeferie, også fiske i naboerområder i løpet av sitt ferieopphold, som da ofte er «fiske for alle» soner. «Fluesona» er hovedmålet, men fisket foregår også i andre soner. I forhold til fiskekortsalget og områder med «fluesoner» kan det også tyde på at fluefiskerne var overrepresentert i utvalget og at fluefiskeandelen reelt sett er noe lavere.

Valget av fiskesone var signifikant forskjellig mellom lokale, regionale, andre norske og utenlandske fiskere ( $p > 0,001$ ; **tabell 3.5**). Både de lokale fiskerne (63 %) og de regionale fiskerne (55 %) har størst preferanse for «fiske for alle» soner. Andre norske (48 %) og utenlandske fiskere (78 %) har størst preferanse for fluesonene.

**Tabell 3.5.** Andelen av respondentene som har fisket i ulike fiskesoner i Fishspot for hele utvalget og fordelt på lokale, regionale, andre norske og utenlandske fiskere. Det er signifikant forskjeller mellom lokale, regionale, andre norske og utenlandske fiskere (En vegs ANOVA,  $df=3$ ,  $F=21,635$ ,  $p < 0,001$ ).

Type fiskesone	Alle segment (n=431)	Lokale (n=35)	Regionale (n=58)	Andre norsk (n=180)	Utenlandske (n=158)
Fluefiskesoner (n=237)	55 %	23 %	35 %	48 %	78 %
Gjeddefiskesoner (n=5)	1 %	3 %	2 %	1 %	1 %
Fiske for alle (n=143)	33 %	63 %	55 %	35 %	17 %
Villmarksfiske (n=45)	11 %	11 %	9 %	17 %	4 %

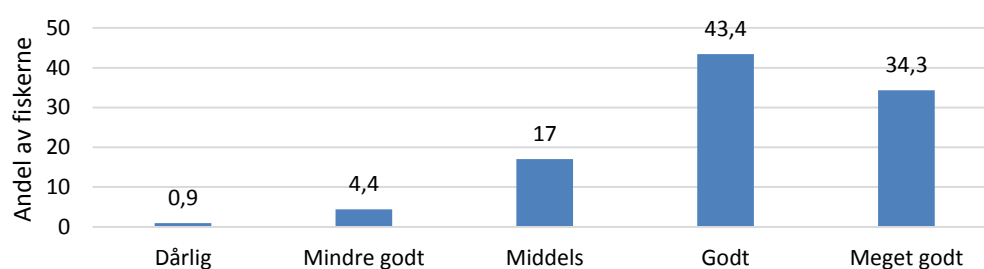
### 3.6 Fiskernes tilfredshet

Fiskerne ble bedt om å vurdere om hvor tilfreds de var med fisketilbudet i Fishspot på en skala fra 1 = «dårlig» til 5 = «meget godt». Respondentenes gjennomsnittsskår var 4,1 på dette spørsmålet, som vurderes som svært høyt (**tabell 3.6**). Det var ingen signifikant forskjell mellom lokale, regionale, andre norske og utenlandske fiskere. **Figur 3.3** viser hvordan svarene fordelte seg på

de ulike kategoriene for alle respondentene samlet. Kun fem prosent var negative. Hele 94 prosent svarte ja på spørsmålet om de ville komme tilbake for å fiske i 2014.

**Tabell 3.6.** Gjennomsnittsskår og standardavvik for respondentenes tilfredshet med fisketilbudet for hele utvalget og fordelt på lokale, regionale, andre norske og utenlandske fiskere vurdert på en skala fra 1 = dårlig til 5 = meget godt. Det er ikke signifikant forskjeller mellom lokale, regionale, andre norske og utenlandske fiskere.

	Alle segment (n=429)	Lokale (n=35)	Regionale (n=57)	Andre norsk (n=179)	Utenlandske (n=158)
<b>Fiskernes tilfredshet</b>	4,1	3,9	4,1	4,0	4,2
<b>SE</b>	0,04	0,15	0,11	0,07	0,07



**Figur 3.3.** Fiskernes tilfredshet med kvaliteten på fisketilbudet vurdert på en skala fra 1 lik dårlig til 5 lik meget godt (n=429).

### 3.7 Informasjonskilder

Respondentene skulle ta stilling til hvor viktig ulike informasjonskilder var for deres kjennskap til Fishspot og valget om å reise hit for å fiske. Vurderingene skulle gjøres på en skala fra 1 = «svært lite» til 5 = «svært mye». Det som skåret høyest var «tips fra fiskekolleger» (gj.snitskår 3,1), «tips fra venner og familie» (gj.snitskår 2,9) og «nettsiden til Fishspot» (gj.snitskår 2,8; **tabell 3.7**). Det som kom dårligst ut var «reiselivsmesser» (gj.snitskår 1,3), «annonser i avis» (gj.snitskår 1,3) og «annonse på TV» (gj.snitskår 1,2). **Figur 3.4** s 19 viser hvordan svarene fordelte seg på verdiskalaen for noen utvalgte informasjonskilder (de fire viktigste og fire mindre viktige kilder). For alle informasjonskildene som skårer høyest, fordelte svarene fra respondentene seg jevnt på hele skalaen. Det var ingen av informasjonskildene som peker seg ut med en høy andel «svært viktig». For alle informasjonskildene med gj.snitskår lavere enn to, var det en høy andel av respondentene som hadde krysset av for «svært lite». Av svarene går det fram at respondentene ofte bruker flere kilder for å skaffe seg kunnskap om området.

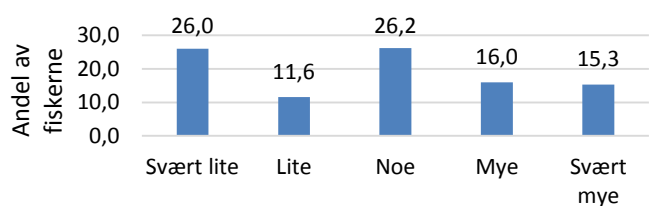
Det var kun «nettsiden til Fishspot» og «nettsiden til ulike turistdestinasjoner» hvor det var signifikant forskjell mellom lokale, regionale, andre norske og utenlandske fiskere, for de utvalgte informasjonskildene i **tabell 3.8**. Fishspots nettside skårte lavere for regionale fiskere (gj.snitskår 2,3,  $p < 0,05$ ), mens utenlandske fiskere skårte høyere på andre turistdestinasjoners nettsider, enn de andre segmentene (gj.snitskår 2,8,  $p < 0,001$ ).

**Tabell 3.7.** Gjennomsnittskår, standardavvik og antall svar for betydning av ulike informasjonskilder for respondentene og deres kjennskap til Fishspot og valget om å reise hit for å fiske vurdert på en skala fra 1 = «svært lite» til 5 = «svært mye».

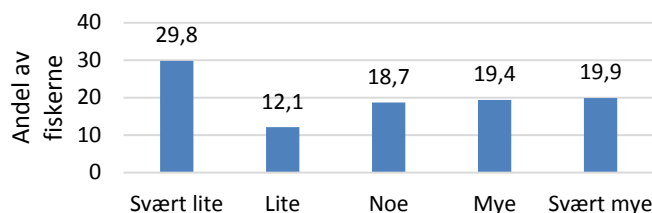
Infokilde	Gj.snitt	SE	N
Tips fra fiskekollegaer	3,1	0,07	399
Tips fra venner/familie	2,9	0,08	396
Nettsiden til Fishspot	2,8	0,07	410
Internettside for turistområdet/turistdestinasjonen	2,4	0,07	398
Diskusjonsforum på internett	2,2	0,07	386
Artikkel i et magasin	1,9	0,06	385
Informasjon fra personal i en sportsfiskebutikk.	1,9	0,06	386
Fiskebøker	1,8	0,06	386
Annonse på andre nettsider	1,7	0,05	385
Annonse i fiskeblad (Jakt & fiske, Alt om fiske, ol)	1,7	0,05	389
Turistinformasjon.	1,5	0,04	386
Artikkel i en avis	1,5	0,04	380
Turistbrosjyrer	1,4	0,04	387
Reiselivsmesse, beskriv hvilken.	1,3	0,04	378
Annonse i en avis	1,3	0,03	383
Annonse på tv	1,2	0,03	384

**Tabell 3.8.** Gjennomsnittskår for betydning av ulike informasjonskilder for ulike kategorier av respondenter og deres kjennskap til Fishspot og valget om å reise hit for å fiske. Svarene er vurdert på en skala fra 1 = «svært lite» til 5 = «svært mye». Antall respondenter er oppgitt i parentes). Informasjonskilder hvor det er signifikant forskjell mellom lokale, regionale, andre norske og utenlandske fiskere er merket med \* ( $p < 0,05$ ) eller \*\* ( $p < 0,001$ ; En vegs ANOVA).

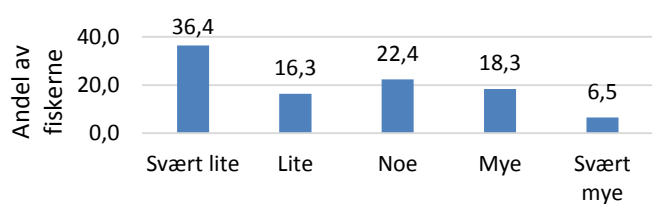
Infokilde	Lokale (n=35)	Regio- nale (n=58)	Andre norske (n=180)	Uten- landske (n=158)
Tips fra fiskekollegaer (n=399)	2,7	3,0	3,0	3,3
Tips fra venner/familie (n=396)	2,9	3,2	2,8	2,8
<b>Nettsiden til Fishspot (n=410)*</b>	2,7	2,3	2,9	3,0
<b>Internettside for turistområdet/turistdestinasjonen (n=398)**</b>	1,9	2,1	2,3	2,8
Artikkel i et magasin (n=385)	1,9	1,5	1,8	2,1
Annonse i fiskeblad (Jakt & fiske, Alt om fiske, ol) (n=389)	1,8	1,4	1,8	1,7
Turistbrosjyrer (n=387)	1,4	1,4	1,5	1,5
Reiselivsmesse, beskriv hvilken. (n=378)	1,2	1,2	1,3	1,4



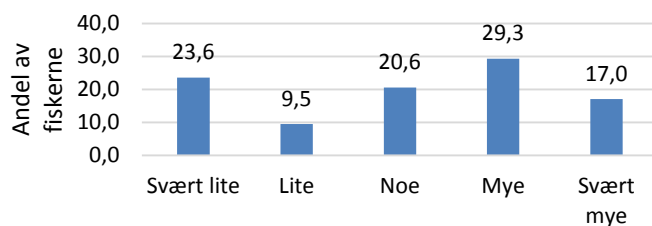
Nettsiden til Fishspot.



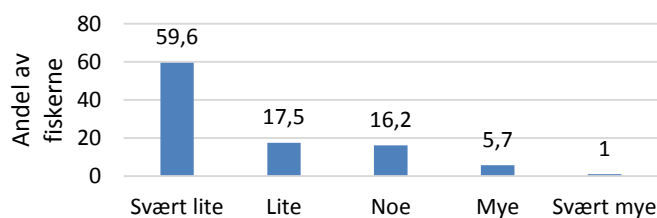
Tips fra venner/familie.



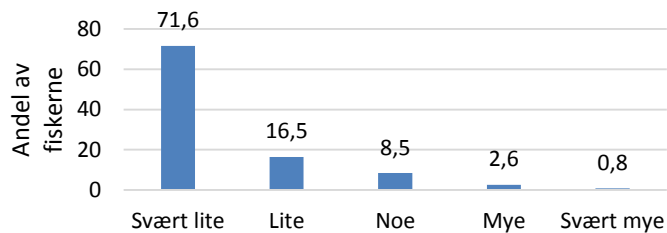
Internettside for turistområdet/turistdestinasjonen.



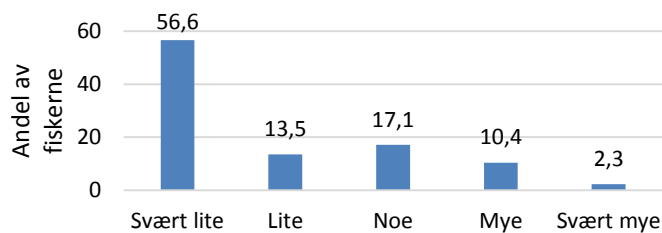
Tips fra fiskekollegaer.



Annonse i fiskeblad (Jakt & fiske, Alt om fiske, Villmarksliv ol).



Turistbrosjyrer.



Artikkel i et magasin.

**Figur 3.4.** Betydning av ulike informasjonskilder for respondentene og deres kjennskap til Fishspot og valget om å reise hit for å fiske vurdert på en skala fra 1 = svært lite til 5 = svært mye.

### 3.8 Fiskernes forbruksmønster

På spørsmålet om hvor mye penger respondentene hadde brukt på ulike varer og tjenester under fiske, skulle de krysse av for intervallet som passet best for deres forbruk. For «overnatting» og «fiske» skulle de også oppgi antall døgn de henholdsvis hadde overnattet og fisket. Gjennomsnittet er regnet ut for alle i utvalget (n=418), og ikke bare de som har kjøpt tjenesten eller varen. Se **kapittel 2.2** for nærmere beskrivelse av datainnsamlingen. **Tabell 3.9** viser hvordan gjennomsnittsforkret pr døgn fordelte seg på ulike varer og tjenester for respondentene i hele utvalget. Samlet forbruk var i gjennomsnitt kr 1 024. Det ble brukt mest penger på mat (253 kr/d), overnatting (184 kr/d) og transport (kr 181 kr/d).

**Tabell 3.9.** Fiskernes gjennomsnittsforkret i NOK 2013 pr døgn, andel og standardavvik for ulike varer og tjenester kjøpt under fiske i Fishspot i 2013 (n=418).

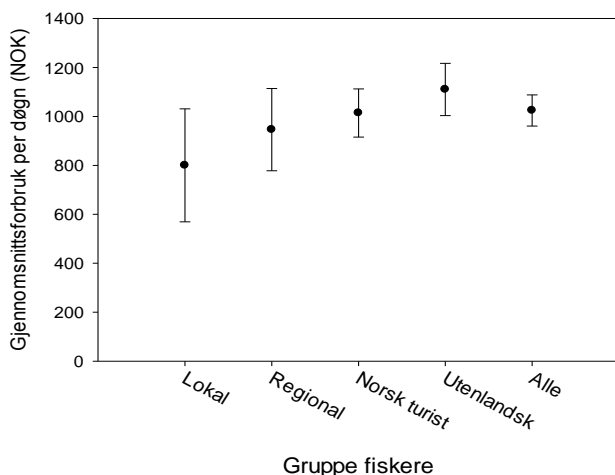
Type vare eller tjeneste	Gj.snitt kr/døgn	Andel	SE
Mat	253	25 %	10
Overnatting	184	18 %	10
Transport	181	18 %	8
Fiskeutstyr	134	13 %	9
Fiskekort	112	11 %	12
Andre varer og tjenester	85	8 %	5
Opplevelser	41	4 %	3
Guiding	32	3 %	10
<b>Totalforbruk</b>	<b>1 024</b>	<b>100 %</b>	<b>32</b>

Det var noe forskjell i gjennomsnittsforkret pr døgn mellom «lokale», «regionale», «andre norske» og «utenlandske fiskere», men forskjellen var bare signifikant mellom «lokale fiskere» og «utenlandske fiskere» (**tabell 3.10; figur 3.5**). Her er det viktig å kommentere at utvalget i spørreundersøkelsen trolig ikke er representativt for «lokale fiskere» i fishspot. For utvalget i denne spørreundersøkelsen var forskjellen størst mellom lokal, regional, andre norske og utenlandske turister på «overnatting» (lokale 61 kr/d, regionale 100 kr/d, andre norske 179 kr/d og utenlandske 255 kr/d; envegs ANOVA,  $F=14,000$ ,  $p<0,001$ ) og «transport» (99 kr/d, 127 kr/d, 167 kr/d og 244 kr/d; envegs ANOVA,  $F=12,885$ ,  $p<0,001$ ). Forskjellen var mindre, men signifikant, mellom de samme segmentene for «andre opplevelser» (envegs ANOVA,  $F=2,714$ ,  $p<0,05$ ) og «fiskekort» (envegs ANOVA,  $F=2,661$ ,  $p<0,05$ ). Guiding hadde for få kjøpere blant lokale og regionale til at forskjeller kunne behandles statistisk mellom segmentene.

**Tabell 3.10.** Fiskernes gjennomsnittsforkret i NOK 2013/døgn og standardavvik for samlet kjøp av varer og tjenester kjøpt under fiske i Fishspot i 2013 fordelt på lokale, regionale, andre norske og utenlandske fiskere. Forskjellen mellom gruppene er ikke signifikant forskjellig, med unntak for lokale mot utenlandske fiskere (envegs ANOVA,  $df=3$ ,  $F=2,353$ ,  $p<0,05$ )

	N	Gj.snitt kr/døgn	SE
Lokal	31	800	113
Regional	57	946	83
Norsk turist	175	1 014	49
Utenlands turist	155	1 110	53





**Figur 3.5** Fiskernes gjennomsnittsforkbruk (punkt) og 95 % konfidensintervall (strek) for samlet kjøp av varer og tjenester under fiske i Fishspot i 2013 for hele utvalget og for fordelt på lokale, regionale, andre norske (norske turister) og utenlandske fiskere.

Gjennomsnittsforkbruk pr døgn mellom de fire ulike fiskesonene var signifikant forskjellig (**tabell 3.11**). For de fire typene fiskesoner var forbruket størst for «fluesone» (1 141 kr/d) og 250-300 kr per døgn lavere for «villmarksfiske» (825 kr/d) og «fiske for alle» (kr 898 pr/d). Gjeddeseonene hadde så få svar at gjennomsnittsforkbruket beregnet her ble svært usikkert.

**Tabell 3.11.** Fiskernes gjennomsnittsforkbruk i NOK 2013/døgn og standardavvik for samlet kjøp av varer og tjenester kjøpt under fiske i Fishspot i 2013 fordelt på fisket i ulike fiskesoner. Det er signifikant forskjeller mellom gjennomsnittsforkbruket per døgn i «gjeddeseone», «villmarksfiske», «fiske for alle» og «fluesone» (Envegs ANOVA,  $df=3$ ,  $F= 5,623$ ,  $p< 0,001$ ).

Type fiskesone	N	Gj.snitt kr/døgn	SE
Gjeddeseone	4	1 003	566
Villmarksfiske	45	825	69
Fiske for alle	138	898	56
Fluesone	230	1 141	44

Også for fiskerne som benyttet ulike overnattingsformer var det signifikante forskjeller i gjennomsnittsforkbruk mellom ulike overnattingsformer (**tabell 3.12**). Forbruket var størst for de som «leide hytte» (1 240 kr/d) og bodde på «campingplass» (1 237 kr/d).

**Tabell 3.12.** Fiskernes gjennomsnittsforkbruk i NOK 2013/døgn og standardavvik for samlet kjøp av varer og tjenester kjøpt under fiske i Fishspot i 2013 fordelt på fiskerens valg av ulike overnattingsformer. Det er signifikant forskjeller for gjennomsnittsforkbruket per døgn mellom overnattingsformene (En veks ANOVA,  $df=5$ ,  $F= 9,933$ ,  $p< 0,001$ ).

	N	Gj.snitt kr/døgn	SE
Overnatter ikke	23	643	87
Bor i eget eller lånt (gratis) hus eller hytte	101	800	62
Villcamp	54	918	69
Bor på campingplass (caravan/telt/ campinghytte) (n=100)	95	1 237	83
Leier hytte eller leilighet	124	1 240	61

Mellom de 7 hovedregionene i Fishspot var det ingen signifikante forskjeller i gjennomsnittsforbruk hos fiskerne (**tabell 3.13**).

**Tabell 3.13.** Fiskernes gjennomsnittsforbruk og standardavvik for samlet kjøp av varer og tjenester og overnatting kjøpt under fiske i Fishspot i 2013 fordelt på fisket i de 7 hovedregionene i Fishspot. Forskjellene er ikke signifikant mellom regionene.

	N	Gj.snitt kr/døgn	SE	Gj.snitt forbruk på overnatting/døgn
Folldal	10	878	174	169
Engerdal	71	926	201	172
Stor Elvdal	12	1 118	211	250
Rendalen	64	988	73	171
Åmot	63	1 018	94	151
Trysil	29	1 078	147	131
Os/Tolga/Tynset	151	1 104	52	230

### 3.9 Beregning av samlet forbruk i Fishspot

Fiskekortstatistikk og data om fiskernes adferd og forbruk, slik det er samlet inn i denne undersøkelsen, kan i utgangspunktet brukes til å beregne fiskernes samlede forbruk på tre ulike måter; 1) beregne forbruk basert på spørsmål om fiskernes samlede fiskeinnsats og totale forbruk fra spørreskjema, 2) beregne forbruk med bakgrunn i informasjon om antall fiskekortkjøpere og antall fiskedøgn pr fisker og forbruk pr døgn som er beregnet i en spørreundersøkelse og 3) beregne forbruk med en kombinasjon av fiskekortstatistikk og gjennomsnittsforbruk pr døgn for ulike segmenter av fiskere med bakgrunn i spørreundersøkelsen.

Punkt 1 forutsetter en noe mer presist spørreskjema enn hva som er tilfelle i denne undersøkelsen. Det er her kun spurt om samlet fiskeinnsats i en sesong uten mulighet til å skille ut innsatsen som har skjedd i denne regionen og innsats som har skjedd andre steder. I tillegg er det usikkerheten som knytter seg til representativiteten i spørreundersøkelsen. Det er derfor ikke gjort noen beregning av samlet forbruk kun med utgangspunkt i spørreundersøkelsen. For de to andre beregningsmåtene er følgende forutsetninger:

#### Informasjon fra Fishspott:

- Antall fiskere (kortkjøpere) er 18 000.

#### Forutsetninger fra spørreskjemaet og skjønnsmessige vurderinger:

- Antall fiskedøgn i gjennomsnitt per fisker= 6.
- Antall reisedøgn i regionen i gjennomsnitt per fisker=7. Det er da antatt at overnattingen det siste døgnet har skjedd utenfor regionen.
- Gjennomsnittsforbruk pr døgn = 1 024 kr.
- Gjennomsnittsforbruket for tilreisende fiskere (regionale, andre norske og utenlandske fiskere) pr døgn = 1 043 kr.
- Forbruk pr døgn for lokale fiskere = 350 kr. Det antas at gjennomsnittsforbruket på kr 800 pr døgn som framkommer fra spørreskjemaet er for høyt og det er derfor skjønnsmessig satt til 350 kr.

#### Informasjon fra fiskekortstatistikken

- Antall fiskekortdøgn er samlet 102 268.
- Lokale fiskere står for 24 prosent av fiskeinnsatsen, mens tilreisende fiskere (regionale, andre norske og utenlandske) står for 76 prosent.

### **Beregning av samlet forbruk basert på antall fiskekortkjøpere og gjennomsnittsfbruk fra spørreundersøkelsen**

18 000 fiskere x 7 døgn x 1 024 kr pr døgn og pr fisker= 129 000 000 kr

Denne beregningen baserer seg på et gjennomsnittsfbruk, men hvor utvalget er overrepresentert av aktive tilreisende fluefiskere og underrepresentert av lokale fiskere. Innenfor utvalget av lokale fiskere er disse dessuten trolig overrepresentasjon av aktive fiskere med høyt forbruk.

### **Beregning av samlet forbruk basert på fiskekortstatistikk og spørreundersøkelsen**

I alt 102 268 fiskedøgn gir 119 312 reisedøgn fordelt på 28 635 døgn for lokale fiskere og 90 677 for tilreisende fiskere.

Beregning basert på gjennomsnittsfbruk for lokale og tilreisende fiskere: 119 312 døgn pr fisker x 0,24 x 350 kr pr døgn + 119 312 døgn pr fisker x 0,76 x 1 043 kr pr døgn pr fisker = 105 000 000 kr

Beregning basert på et anslått gjennomsnittsfbruk på 1 000 kr pr døgn for tilreisende fiskere og 350 kr pr døgn for lokale: = 100 000 000 kr

Beregning basert på et anslått gjennomsnittsfbruk på 900 kr pr døgn for tilreisende fiskere og 350 kr pr døgn for lokale: = 90 000 000 kr

Disse beregningene baserer seg på et reelt fiskekortsalg hvor fordelingen mellom lokale fiskere og tilreisende fiskere er kjent. Usikkerhetsfaktoren her er hvor stort forbruket til fiskerne reelt sett er pr døgn. For lokale fiskere er forbruk pr døgn skjønnsmessig justert fra 800 kr til 350 kr, med bakgrunn i resultatet av analysene. For de tilreisende fiskerne er det gjort beregninger med utgangspunkt i kalkulert gjennomsnittsfbruk fra spørreundersøkelsen og to nedjusterte ulike døgnforbruk, fordi utvalget kan ha en overvekt av fiskere med forbruk over det reelle gjennomsnittet.

## 4 Oppsummering og anbefalinger

### 4.1 Fiskernes forbruk

Fisketurismen preges av at det skapes lokaløkonomiske virkninger gjennom kjøp av varer og tjenester i ulike næringer, i første rekke innenfor reiseliv (overnatting og servering, guiding), varehandel (kjøp av mat, bensin og fiskeutstyr) og primærnæringene (leie av fiskerett/kjøp av fiskekort fra grunneiere) (Parkkila m. fl. 2010). Det er viktig å understreke at de lokaløkonomiske virkningene er langt større av om for eksempel en fisker bruker 500 kr på fiskekort eller 500 kr på bensin. Av forbruk på fiske og overnatting blir det stor lokal verdiskaping, mens forbruk på for eksempel lokalbutikken og bensinstasjonen blir det en langt mer beskjeden lokal verdiskaping fordi så mye av forbruket går ut av den lokale økonomien i form av innkjøp av varer og skatter/avgifter. Det varierer i hvilken grad fisketurisme selges ferdig «pakket» eller om forbrukeren selv kobler ulike produktelementer (Øian & Aas 2012).

En rekke tidligere undersøkelser har dokumentert fiskernes forbruk under fiske i ferskvann (Toivonen m. fl. 2000; Aas m. fl. 2000; Dervo & Lein 2001; Fiske & Aas 2001; Andersen m. fl. 2010; Øian m. fl. 2010; Dervo 2011). Fiskernes forbruk pr døgn har i disse undersøkelsene vært betydelig lavere for innlandsfiske, enn for fiske etter anadrome laksefisk. Mens man i lakseelvne har dokumentert et forbruk pr døgn fra 600 til 1 500 kr, har dokumentert forbruk under innlandsfisk ofte vært fra 150 til 600 kr pr døgn. Flere av disse undersøkelser har riktignok forbrukstall som er hentet inn for 10 til 15 år siden. En viktig forskjell mellom laksefiske og innlandsfiske er at mens kjøp av fiskekort/leie av fiskerett i laksefiske kan utgjøre 30 – 50 % av døgnforbruket har andelen til dette i innlandsfisket vært betydelig mindre. Den vanligste metoden for å hente inn forbrukstall har vært ved hjelp av spørreskjema med spørsmål om fiskeinnsats og forbruk etter endt sesong. Gjerne ved å spørre respondentene om hvor mye penger de samlet brukte foregående sesong og hvor stor fiskeinnsatsen har vært. Respondentene har eventuelt vært bedt om å skille på fiske samlet og eventuelt hva de har bruk under fiskeferien.

Spørreundersøkelsen i Fishspot ble gjennomført i sesongen. Fiskerne svarte ofte like etter at de var ferdig med sin fisketur. Spørsmålene om fiskernes forbruk er også delt opp i ulike varer og tjenester. Det kan virke som om forbruket blir større og mer reelt, når spørsmålene er mer detaljert og de besvares like i etterkant av en fisketur. Trolig hjelper mer detaljerte spørsmålene fiskerne til å huske hva de reelt brukte av penger under fisketuren.

Det samlede forbruket som er beregnet i denne undersøkelsen er beheftet med usikkerhet. Både var det svakheter ved spørreskjemaet og utvalget var ikke representativt for totalpopulasjonen, som er alle kortkjøperne i Fishspot. Denne skjevheten er forsøkt korrigert gjennom å korrigere for feilene i spørreskjemaet, fjerning av ekstremverdier både i samlet forbruk og for fiskere med korte turer og en justering for skjevhet i utvalget. Utvalget har en for lav andel lokale og det er trolig en overrepresentasjon av de mest aktive fiskerne. Noe den høye andelen fluefiskere tyder på. Problemet er at vi ikke har nøyaktige nok tall for representativitet.

Beregnet forbruk av varer og tjenester i Fishspot i 2013 varierer mellom 129 millioner og 90 millioner. Med bakgrunn i de vurderingene og justeringene som er gjort, bør det beregnede forbruket basert på et døgnforbruk for lokale på kr 350 pr døgn og kr 1 000 pr døgn for tilreisende fiskere være et rimelig anslag. Dette gir et samlet forbruk på rundt 100 millioner kr. Det er viktig å understreke at dette beløpet i samlet forbruk ikke er det samme som de lokaløkonomiske virkningene (verdiskaping). Mye av forbruket går ut av lokalsamfunnet til innkjøp av varer, skatter og avgifter, særlig når som her en stor del av forbruket er på typisk varehandel.

Selv om det knytter seg usikkerheter til beregningene i denne undersøkelsen, har forsøket vist at denne metoden med forbedringer kan gi gode og viktige tall for fiskekortområdene. Det er imidlertid nødvendig å rette opp feilene i spørreskjemaet for å få mer riktige forbrukstall og adferd. Det er også ønskelig med en mer detaljert fiskekortstatistikk og muligheter for å koble svar

fra respondenter direkte med fiskekortstatistikken. Det vil gi en bedre segmentering av fiskerne og muligheter for å korrigere skjevheter i de besvarte spørreskjemaene. Før gjennomføring av selve analysene er det da nødvendig å anonymisere svarene. Fiskekortområder som gjennomfører en slik undersøkelse bør også i større grad sikre en bedre representativitet av informanter. Dette kan f. eks. forbedres ved markedsføringen og gjennomføringen av webundersøkelsen. Både mindre aktive fiskere generelt og lokale fiskere spesielt bør oppfordres til å besvare undersøkelsen. Denne måten å gjennomføre en spørreundersøkelse på vil uansett ikke gi et korrekt representativt utvalg. Da er en god oversikt over fiskekortkjøperne nødvendig for å korrigere skjevheter.

## 4.2 Informasjon

Respondentenes vurdering av ulike informasjonskilder og deres vurdering av kvaliteten på fisket, viser at Fishspot har gjort en god jobb og mange riktige prioriteringer i sitt informasjonsarbeid. Resultatene viser her, som i tidligere undersøkelser (se f. eks. Øian m. fl. 2010), at fiskerne ofte bruker flere kilder for å skaffe seg fiskedestinasjoner og fiskemuligheter. Fiskernes bruk av Fishspot sin nettside viser at de finner nyttig informasjon her. Mange tilfredse fiskere viser at forventningens som bygges opp før fiske, samsvarer godt med de reelle opplevelsene. Opplevelsen som Fishspot tilbyr sine kunder ser ut til å treffe respondentene i utvalget godt.

Også for dette temaet kan resultatet være påvirket av en skjevhet i utvalget ift. alle fiskerne i Fishspot. Fishspot sin nettside hadde i 2013 hele 77 000 aktive brukere (Nygaard pers. med.). Fordelingen på nasjonalitet i spørreundersøkelsen stemmer godt overens med fordelinger på nasjonalitet for nettsidens brukere. Fra spørsmålene om informasjonskilder ser vi at spesielt lokale og regionale fiskere legger mindre vekt på nettsiden, enn det andre norske og utenlandske fiskere gjør. Holdningene som kommer fram om informasjon må nok i hovedsak tas til inntekt for de mest aktive og fluefiskende fiskerne.

## 4.3 Anbefalinger

Følgende anbefalinger kan gis med bakgrunn i resultatene fra spørreundersøkelsen:

### 1. Overvåkning av omsetningstall

Bruk av fiskekortstatistikk og spørreundersøkelse, med lik segmentering av fiskeren i begge datasett, kan gi gode beregninger av omsetning. Et mer presist anslag, enn det som kom fram i denne undersøkelsen, vil kreve bedre kortstatistikk, et forbedret spørreskjema og en mer aktiv/styrt verving av respondenter med sikte på god representativitet og en mulighet for å koble fiskekortsalg med respondenter. Med disse forbedringene vil denne metoden kunne gi gode anslag på omsetning og utvikling. En kobling av fiskekortsalg og spørreskjema må gjøres av fiskekortområdene. Ved analyse bør respondentene anonymiseres.

### 2. Markedet

Produktene som Fishspot i dag lykkes godt med er særlig fluefiske. Dette segmentet er viktig for resultatene som er oppnådd. Fishspot vil nok fortsatt kunne hente en del norske fiskere fra andre områder i landet. Det vil likevel først og fremst være utenlandsmarkedet som Fishspot og andre som satser på et tilrettelagt fluefiske, kan hente flere kunder. Markedet for denne typen produkter virker fortsatt å være i vekst. Det er også dette produktet som i dag er mest lønnsomt.

På det norske markedet vil imidlertid «fiske for alle» trolig ha et stort potensial, hvis nye produkter utvikles. I dag er dette lite tilrettelagt, både gjennom fysiske tilrettelegging, informasjon og innhold i selve fisket. Det å utvikle egne familieprodukter med god tilrettelegging og veiledning og

kombinering med mat og overnatting, vil kunne gi lønnsomme produkter. Det bør kunne være et marked for familiefiske i feriemarkedet. Skal man lykkes med dette produktet må «pakking» til, hvor både opplevelser, overnatting og noe matservering inngår. Dette gjelder også kanskje i enda større grad for «vennegrupper».

Undersøkelsen viser også at det er interessant å se nærmere på prising og pakking av produkter. Rettighetshaver henter i dag kun ut rundt seks prosent av den totale omsetningen knyttet til fiske i Fishspot. Gjennomsnittsprisen for et fiskekortdøgn i Fishspot er rundt 50 kr, hvis man ser på det totale fiskekortsalget. I fluesonene selges det nesten utelukkende døgnkort og prisen er det tredobbelte. Det bør imidlertid være mulig for rettighetshaverne å hente ut mer av den samlede omsetningen som knytter seg til fiske, jf. erfaringene fra laksefiske. Det er også et tankekors at mye av det totale forbruket er former for omsetning som genererer relativt lite i lokal verdiskaping. Bedre pakking, særlig koblinger mellom fiske og godt tilpassa overnatting, er sentralt for å øke den lokaløkonomiske effekten av den omsetningen som i dag allerede er betydelig.

### 3. Ressursforvaltning

Et viktig suksesskriterium for Fishspot har vært en aktiv ressursforvaltning med regler som tar vare på stor fisk og som er ønsket av fluefiske-segmenter og spesialister. Fishspot har valgt en «høstingsmodell» som i større grad optimaliserer opplevelse og økonomisk avkastning, framfor størst mulig avkastning av fisk. Det er imidlertid kun på noen få prosent av arealet som dette er gjort til nå. Også for de andre arealene i Fishspot, bør det være et stort potensiale for en mer aktiv fiskeforvaltning som er tilpasset preferansene til ulike grupper av fiskere. Det er da viktig å begrense uttaket av fisk, framfor å regulere redskapsbruk slik at bare en metode er lov. Med de store arealene Fishspot medlemmene rår over, bør dette ikke være til hinder at det fortsatt blir rikelige med arealer både i innsjøer og i elver, hvor det er mulig å ta med seg fisk hjem.

## 5 Referanser

- Andersen, O., Dervo, B.K. & Kaltenborn, B.P. 2010. Aktiviteter, holdninger og motiver blant jegere og fiskere i NJFF. - NINA Rapport 612: 27 pp + vedlegg. Norsk institutt for naturforskning (NINA), Lillehammer.
- Dervo, B.K. 2011. Fisketurismen i Glomma ved Tolga. Utredning av konsekvenser ved utbygging av Tolga kraftverk. - NINA Rapport 760: 38 pp. Norsk institutt for naturforskning (NINA), Lillehammer.
- Dervo, B. K. & Lein, K. 2001. Verdiskapningsprosjektet i Mandalselva. Prosjektnotat for NINA og ØF. Fishspot 2012. Årsrapport 2012 og evaluering 2010 – 2012. Notat.
- Fiske, P. & Aas, Ø. 2001. Laksefiskeboka. Om sammenhenger mellom beskatning, fiske og verdiskaping ved elvefiske etter laks sjøaure og sjørøye. NINA Temahefte 20: 1-100.
- Parkkila, K., Arlinghaus, R., Artell, J., Gentner, B., Haider, W., Aas, Ø., Barton, D., Roth, E. & Sippinen, M. 2010. Methodologies for assessing socio-economic benefits of European inland recreational fisheries. EIFAC Occasional Paper No. 46. Ankara, FAO. 2010. 112p.
- Toivonen, A.-L., Appelblad, H., Bengtsson, B., Geertz-Hansen, P., Guðbergsson, G., Kristofersson, D., Kyrkjebø, H., Navrud, S., Roth, E., Tuunainen, P. & Weissglas, G. 2000. Economic value of recreational fisheries in the Nordic countries. Nordic Council of Ministers, TemaNord 2000:604, 71 p. <http://www.norden.org/fisk/sk/publikationer.asp>.
- Øian, H., Dervo, B.K., Andersen, O., Tangeland, T. & Hagen, S.E. 2010. Innlandsfisketurismen på Østlandet - muligheter og utfordringer. En studie av 8 fisketurismebedrifter og kundene. - NINA Rapport 651: 81 pp.
- Øian, H. & Aas, Ø. 2012. Utfordringer og muligheter for utvikling av fisketurisme i ferskvann. S 337-360 i Forbord, M. Kvam, G.T. & Rønningen, M. (red) Turisme i distriktene. Tapir Akademiske forlag.
- Aas, Ø., Birkelund, H. & Thrane, C. 2000. Laksefiskere i Orkla, Årgårdsvassdraget, Namsenvassdraget, Altaelva og Eibyelva: Fiskevaner, holdninger til fiskeregler og økonomisk forbruk. NINA Oppdragsmelding 665.



## 6 Vedlegg 1 - spørreskjema



### Fiske i Fishspot 2013

Spørreundersøkelse for "Fiske i Fishspot" 2013

**Nasjonalitet**

Velg alternativ

**Bostedsadresse til fiskeren (postnummer og poststed - kun for norske fiskere)**

**Hvor har du fisket på denne turen?**

- Os/Tolga/Tynset
- Folldal
- Engerdal
- Rendalen
- Trysil
- Åmot
- Stor Elvdal

**Hvilken type fiskesone har du fisket mest i?**

- Fluefiskesoner
- Gjeddefiskesoner
- Fiske for alle
- Villmarksfiske

**Hvor fornøyd er du med fisketilbudet/kvaliteten på fisket der du har fisket på denne turen ?**

- Dårlig
- Mindre godt
- Middels
- Godt
- Meget godt

**Tror du at du kommer tilbake neste år for å fiske i dette området?**

- Ja
- Nei

**Hvor mange år har du vært og fisket i dette området (fyll ut antall år)?**

Hvor mange dager har du fisket på denne turen?

Hvor mange dager fisket du etter innlandsfisk i 2012 (forrige fiskesesong)?  
Ferskvannsfiske (andre arter enn laks, sjørøret og sjørøye).

Hvilke fiskeredskaper og/eller fiskemetoder benytter du deg av når du fisker?

	0 (Aldri)	1	2 (Av og til)	3	4 (All- tid)
Spinnfiske med sluk, spinner, wobbler eller dupp og flue.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Markfiske (tradisjonelt meite med eller uten søkke).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Moderne meite (naturlig agn og foring).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Flue med snøre som kastevekt (fluestang).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Andre redskap, oppgi hvilke under:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Evt. hvilke andre fiskeredskaper og/eller fiskemetoder benytter du deg av når du fisker?

Hvilke overnattingstilbud benytter du deg av på denne fisketuren?

- Overnatter ikke
- Bor i eget eller lånt (gratis) hus eller hytte
- Leier hytte eller leilighet
- Bor på campingplass (caravan/telt/ campinghytte)
- Bor på hotell/ pensjonat
- Annet, beskriv:

Hvor viktig har følgende informasjonskilder vært for ditt kjennskap til Fishspot og valget om å reise hit for å fiske?

	1. Svært lite	2. Lite	3. Noe	4. Mye	5. Svært mye
Nettsiden til Fishspot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Internettside for turistområdet/turistdestinasjonen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Annonse på andre nettsider	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Diskusjonsforum på internett	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tips fra venner/familie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	1. Svært lite	2. Lite	3. Noe	4. Mye	5. Svært mye
Tips fra fiskekollegaer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Annonse i en avis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Annonse i fiskeblad (Jakt & fiske, Alt om fiske, Villmarksliv ol)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Annonse på tv	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turistbrosjyrer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fiskebøker	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Artikkel i en avis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Artikkel i et magasin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informasjon fra personal i en sportsfiskebutikk.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turistinformasjon.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reiselivsmesse, beskriv hvilken.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Skriv navn på reiselivsmesse ( fra spørsmål over)**

50 % fullført

© Copyright [www.QuestBack.com](http://www.QuestBack.com). All Rights Reserved.

## Fiske i Fishspot 2013

### Turens varighet og forbruk

Her skal du svare på spørsmål som gjelder kjøp av varer og tjenester i forbindelse med ditt opphold på denne turen og fiskeaktivitet for hele sesongen 2012. Vi er ute etter ditt personlige forbruk. Ta med alle utgifter som du har hatt i forbindelse med fiske (fiskeutstyr, fiskekort, reiseutgifter og utgifter til mat, overnatting og ulike andre tjenester i forbindelse med fiskeferier).

**Hvor mange dager varer denne turen samlet (fiske + andre aktiviteter) ?**

**Hvor mye penger har du brukt på ulike varer og tjenester under denne fisketuren?**

### Produktpakke

**Hvor mange døgn?**

**Hva inneholder produktpakken?**

**Hva koster produktpakken samlet? (kr)**

- 0 – 500
- 500 – 1000
- 1000 – 1500
- 1500 – 2000
- 2000 – 3000
- 3000 – 4000
- 4000 – 5000
- mer enn 5000

### Overnatting

**Hvor mange døgn?**

**Samlede kostnader overnatting (kr)**

- 0 – 500
- 500 – 1000
- 1000 – 1500
- 1500 – 2000
- 2000 – 3000

- 3000 – 4000
- 4000 – 5000
- mer enn 5000

**Fiskekort**

Hvor mange døgn?

**Samlede kostnader fiskekort (kr)**

- 0 – 500
- 500 – 1000
- 1000 – 1500
- 1500 – 2000
- 2000 – 3000
- mer enn 3000

**Guiding**

Hvor mange døgn?

**Samlede kostnader guiding (kr)**

- 0 – 500
- 500 – 1000
- 1000 – 1500
- 1500 – 2000
- 2000 – 3000
- mer enn 3000

**Samlede kostnader transport (kr)**

- 0 – 500
- 500 – 1000
- 1000 – 1500
- 1500 – 2000
- 2000 – 3000
- 3000 – 4000
- 4000 – 5000

- 
- mer enn 5000

**Samlede kostnader måltider (restaurant, kafe ol) (kr)**

- 0 – 500
- 500 – 1000
- 1000 – 1500
- 1500 – 2000
- 2000 – 3000
- mer enn 3000

**Samlede kostnader mat og snop til selvhushold (kr)**

- 0 – 500
- 500 – 1000
- 1000 – 1500
- 1500 – 2000
- 2000 – 3000
- mer enn 3000

**Samlede kostnader fiskeutstyr (kr)**

- 0 – 500
- 500 – 1000
- 1000 – 1500
- 1500 – 2000
- 2000 – 3000
- mer enn 3000

**Samlede kostnader andre varer (kr)**

- 0 – 500
- 500 – 1000
- 1000 – 1500
- 1500 – 2000
- 2000 – 3000
- mer enn 3000

**Samlede kostnader andre opplevelser (kr)**

- 0 – 500

- 500 – 1000
- 1000 – 1500
- 1500 – 2000
- 2000 – 3000
- mer enn 3000

**Samlede kostnader annet (kr) (beskriv under)**

- 0 – 500
- 500 – 1000
- 1000 – 1500
- 1500 – 2000
- 2000 – 3000
- mer enn 3000

**Spesifiser "Annet" fra forrige spørsmål.**

**For hele fiskesesongen 2012 var mitt totale forbruk i forbindelse med fiske (angi omtrentlig)? (kr)**

- 0 – 500
- 500 – 1000
- 1000 – 1500
- 1500 – 2000
- 2000 – 3000
- 3000 – 4000
- 4000 – 5000
- 5000 – 6000
- 6000 – 7000
- 7000 – 8000
- 8000 – 9000
- 9000 – 10.000
- mer enn 10.000

**Er du interessert i å delta i en spørreundersøkelse til høsten?**

- Ja  Nei

Hvis ja, har du en e-post adresse vi kan sende spørreskjema til:

**Merknad**



100 % fullført

© Copyright [www.QuestBack.com](http://www.QuestBack.com). All Rights Reserved.









*Norsk institutt for naturforskning (NINA) er et nasjonalt og internasjonalt kompetansesenter innen naturforskning. Vår kompetanse utøves gjennom forskning, utredningsarbeid, overvåking og konsekvensutredninger.*

*NINAs primære aktivitet er å drive anvendt forskning. Stikkord for forskningen er kvalitet og relevans, samarbeid med andre institusjoner, tverrfaglighet og økosystemtilnærming. Offentlig forvaltning, næringsliv og industri samt Norges forskningsråd og EU er blant NINAs oppdragsgivere og finansieringskilder.*

*Virksomheten er hovedsakelig rettet mot forskning på natur og samfunn, og NINA leverer et bredt spekter av tjenester gjennom forskningsprosjekter, miljøovervåking, utredninger og rådgiving.*

ISSN:1504-3312  
ISBN: 978-82-426-2631-8

## Norsk institutt for naturforskning

NINA Hovedkontor

Postadresse: Postboks 5685 Sluppen, 7485 Trondheim

Besøks/leveringsadresse: Høgskoleringen 9, 7034 Trondheim

Telefon: 73 80 14 00, Telefaks: 73 80 14 01

E-post: [firmapost@nina.no](mailto:firmapost@nina.no)

Organisasjonsnummer 9500 37 687

<http://www.nina.no>

Samarbeid og kunnskap for framtidens miljøløsninger