

jord, skog och

# fiskevattnen





# jord, skog och fiskevatten



Odlingsjorden och skogen är lantbrukets två viktigaste produktionsmedel. Fiskevattenet är det tredje.

Liksom jakträtten är fiskerätten en del av fastighetens tillgångar och en resurs för landsbygden.

Förr fiskade man för att försörja familjen och gårdens folk. Under andra hälften av 1900-talet minskade fiskevattnen i ekonomisk betydelse. Men tiderna förändras och nu öppnar sig nya möjligheter.

Fisket håller på att bli en av de viktigaste ingredienserna i en växande upplevelseturism. 6 500 av LRF:s medlemmar är redan igång eller på väg in i turistnäringen, där fisket är en av de naturliga nischerna.

Den här skriften visar några exempel på lantbruksföretagare som tagit steget in i fisketurismen. Men näringen är fortfarande i sin linda. Det går att göra mycket mer med Sveriges 94 000 sjöar, tusentals kilometer rinnande vatten och kuster. Och det är landsbygdens folk och lantbruksföretagen som själva ska leda utvecklingen.

# Kerstin har satt målet för fisketurismen – 220 hektar vatten ska omsätta mer än 900 hektar skog

Kerstin kliver ner i båten. Hennes tjeckiske fiskegäst har fått två stora fina abborrar som han stolt visar upp. De tre fiskegästerna kommer i var sin båt efter förmiddagens fiske för att äta lunch i stugan som ligger vid stranden.



**K**erstin Stureson-Bjaröy äger och driver skogsgården Braxmaviken intill sjön Viken som ligger mellan Vänern och Vättern i Västra Götaland. Förutom 900 hektar skog finns fyra hektar betesmark och 220 hektar vatten, där handredskapsfisket ingår i Vikens fiskevårdsområde.

Intäkterna från fisketurismen och stugorna har fördubblats för varje år och var 2006 uppe i runt 250 000 kronor. Inom några år räknar Kerstin med att fiskevattnen ska vara ifatt

skogen i årlig omsättning för lantbruksfastigheten.

– Idén att göra något med gårdens fiskevatten började gro för fyra-fem år sedan. Jag kom i kontakt med några olika EU-projekt, bland annat för att utveckla omgivningarna runt Göta Kanal. 2003 rustade jag upp en gammal undantagsstuga som ligger nere vid stranden och började hyra ut lite sporadiskt.

Året därpå kom den verkliga injektionen för Kerstin, då hon deltog i ett möte med Fiskevattenägarna i Skaraborg och nätverket Det Naturliga Fisket.

## Pratade priser

– Det var första gången jag hörde att man pratade priser, lönsamhet och ekonomiska frågor kring fiskevattnen och fisketurismen, säger Kerstin. Och det gav mig lite underlag att själv gå hem och räkna på investeringar för en lite mer målmedveten satsning.

Kerstin anmälde sig också till nästa utbildningsprojekt inom Det Naturliga Fisket, som egentligen omfattade Halland men där man



–Mina gäster vill fiska abborre, gädda och gös, säger Kerstin Stureson-Bjaröy.

kunde vidga de geografiska vyerna. Kursen genomfördes under 2005 och 2006 som ett EU-projekt.

– Det tar några år att övertyga sig själv om att man är på rätt spår, och ytterligare några år att identifiera sina starka och svaga sidor och hur man ska inrikta sin verksamhet. Man kan få väldigt mycket erfarenheter genom att studera andra företags affärsidéer, men det går inte att kopiera någon annan rakt av, säger Kerstin.

2005 byggde Kerstin om hönshuset till modern gäststuga med tre till fem bäddar och under 2006 projekterar hon en tredje stuga intill det gamla hönshuset.

Tre stugor är nog lagom nivå för mig, säger hon. Kan jag tänja ut säsongen lite så räknar jag med att fisketurismen ska omsätta runt 600 000 kronor år 2008, åtminstone har jag skrivit det i min handlingsplan.

Boende och båthyra är de största intäktsposterna; en stuga kostar 7 500 kronor i veckan och en båt 2 500 kronor. Dessutom säljer Kerstin en del fiskeredskap och annan utrustning.

Kerstin samverkar med ett tyskt bokningsföretag och under de första åren var merparten av gästerna från Tyskland, men andelen polska och tjeckiska gäster har successivt ökat.

– Förra veckan hade vi fyra tjecker i ”undantagsstugan” och de fångade 114 gäddor och 13 abborrar, noggrant redovisade i fångstrapporten.

Tre gäddor blev middagsmat, övriga släpptes tillbaka livskraftiga i Vikens vassar.

Kerstin Stureson-Bjaröy har nära samverkan med Vikens fiskevårdsområde, där tillsynsmannen Kent Karlsson också sitter med i styrelsen för Skaraborgs läns fiskevattenägareförbund.

– Fiskevårdsområdet ser mycket positivt på att fiskevattenägarna runt sjön utvecklar fisketurismen, säger



Kent Karlsson. Vårt mål är ju att öka värdet på fisket och fiskevattnen.

Lite motsägelsefullt blir talet om att öka värdet när Kent Karlsson berättar om fiskekortspriserna; ett dagkort kostar 25 kronor och ett årskort kostar 200.

### Höja priserna

– Vi arbetar på att höja priserna, men ett av problemen är att Viken ligger mellan Vänern och Vättern där det är fritt handredskapsfiske. Det är hämmande för utvecklingen.

Fiskevårdsområdet följer utvecklingen i sjön med provfisken och man vill gärna ha in fångstrapporter från gästerna.

– Medelvikten ökar för abborre och gös och vi noterar även en ökning i antal för gädda och gös, säger Kent Karlsson.

Föreningen har infört ett allmänt gösfiskeförbud 1 maj-15 juni, och rekommenderar under samma tid också ett nätfiskeförbud.

Nyligen har föreningen gjort i ordning några öringbäckar och satt ut öring för att restaurera det bestånd som tidigare fanns i sjön.

### Gädda, gös och abborre

– Men det betyder mindre för min del, säger Kerstin. Mina gäster frågar efter gädda, gös och abborre.

För några år sedan, när Kerstin började ta emot turister, så famlade hon i mörkret när det gällde både prissättning och marknadsföring.

– Risken är nog större att man lägger sig för lågt än för högt i prisnivå, och då kan det vara svårt att korrigera priserna, inte minst för de gäster som vill återvända efter något år.

Ett bra råd är alltså att hitta rätt prisnivå redan från början.

Marknadsföringen är också en nyckelfråga. Flera utländska agenter söker nya objekt i Sverige, och det finns både bra och dåliga samarbetspartners. Kerstin säljer ungefär fjorton stugveckor via en tysk agent, och lika många via några polska och tjeckiska agenter.

– Direktbokning via nätet blir vanligare och de kanaler vi har i Det Naturliga Fisket ökar i betydelse. Man ska nog tänka på att inte låsa sig vid en bokningskanal i början, det gäller att hitta rätt kontakter för att få del av suget från Europa. Jakt- och fiskemässor kan också vara ett sätt att nå nya kunder.

Kerstin säger att hon hade väldigt stor nytta av sin utbildning i Det Naturliga Fisket.

– Jag kunde inte särskilt mycket om sportfiske, fiskebiologi eller fiskevård förut, och det är viktigt att kunna kommunicera med sina gäster och åtminstone ge lite grundläggande fisketips.

### Språk är viktigt

Språk är också viktigt, tyska förstås och engelska, men gärna ett öststatspråk också, något som återstår även för Kerstin att lära sig.

I sjön Viken finns ganska gott om signalkräfter, och Kerstin har funderat på att börja arrangera kräftfiskepaket med mat och dryck för grupper.

– Men det kändes inte som rätt affärsidé just för mitt koncept, säger Kerstin. Vi säljer istället kräftfiske och kräftor på olika förädlingsnivåer: hundra kronor kilot för den som själv fiskar, 160 kronor för levande kräftor som jag fångat och 220 kronor för kokta och frysta kräftor. Även i det här fallet är vi ju lite häm-

made av Vättern och det stora och billiga utbudet där.

Älgjakten på Braxmavikens 900 hektar är förstås en stor resurs. Kerstin har provat några olika idéer för att utveckla kommersiell jakt.

Under vintern ägnar sig Kerstin åt skogens skötsel och administration; hon är ute och röjer en del själv också.

– De närmaste åren vill jag bygga

en bastu och kanske ett lusthus för smärre fester nere vid sjökanten. Större delen av lagården står fortfarande outnyttjad, men vad det ska bli där har inte riktigt tagit form än.

– Alla planer kan inte vara klappade och klara när man börjar. Man måste känna sig för och se vad som kan passa just ens egna förutsättningar.



## ATT KOMMA IGÅNG MED TURISMEN: *Turistbonden bör ha "människoöga"*

**E**n duktig mjölkbonde ska ha koöga. En bra turistbonde bör ha människoöga. Gästen ska känna sig uppskattad och välkommen, både i kontakten med stugvärdin och fiskeguiden, och även vid vindskyddet i vildmarken eller vid stranden av fiskesjön.

### PERSONLIGT INTRESSE

Intresse för människor och människors trivsel och välbefinnande är alltså en grundläggande förutsättning för den som vill satsa på fisketurism. Är du en person som gärna träffar andra människor, visar dem ditt intresse och kan avläsa om gästerna vill vara i fred eller ha sällskap, ja då kan du läsa vidare.

### FISKEVATTNET

Lämpliga fiskevatten är förstås också en grundläggande förutsättning för en lyckad fisketurism. Många av Sveriges fiskevatten är samfällt ägda och förvaltas av fiskevårdsområden.

När fastighetens fiskerätt ingår i ett fiskevårdsområde bör man förankra sina idéer hos övriga fiskerättsägare och kanske också anpassa fiskeförvaltning och regler så att det gynnar en turistutveckling.

### FÄRDIGA PAKET

För att få god omsättning på turismen ska man kunna marknadsföra och sälja färdiga och kompletta paket, tillrättalagda produkter där boende och andra nödvändiga delar ingår. Det är inte nödvändigt att en och samma entreprenör tillhandahåller alla delar, men någon måste hålla ihop helheten gentemot kunderna.

### ANALYS

Gör därför en inventering av ditt eget företags möjligheter och tillgångar, särart och speciella förutsättningar. Analysen bör också omfatta vilka bitar omvärlden kan erbjuda för att komplettera en turistsatsning.

Liksom när man driver jordbruk och skogsbruk krävs kunskaper och insikter för att driva fisketurism. Förmågan att göra en utvecklingsplan och att investera i rätt ordning och att optimera insatserna är inte minst viktig, liksom vid allt företagande.

### UTBILDNING

Som exempel har många nystartade lantbruksanknutna fisketuristentreprenörer i södra Sverige deltagit i något av utbildningsprojekten inom Det Naturliga Fisket. Därigenom har de fått kunskap och blivit inspirerade att komma igång med sin egen satsning.

Tidskriften Våra Fiskevatten (Sveriges fiskevattenägareförbund) är en lämplig facktidsskrift för att få information och inspiration.

Många nystartade turistentreprenörer vittnar också om hur viktigt det är med språkkunskaper. Den turist som blir väl bemött på sitt eget språk återkommer gärna även nästa år.

Fiskerätten och fisketurismen hör ihop

# Björn säljer fiskeupplevelser i vildmarken

Björn Särnmark kan nästan kalla sig veteran inom fisketurismen. Nu har han elva års erfarenhet och företaget fortsätter att växa.

Fredros gård med 110 hektar skog, lite fårbeta och fiskevatten i sjöarna Mangen och Treen ligger i västra Värmlands vildmarker; klimatet är norrländskt.

Hit söker sig utländska fisketurister i en allt stridare ström; 2005 hade Fredros Gård 2 500 gästnätter i de sex stugorna och två gästlägenheterna.

**B**jörn Särnmark hoppade av sin trygga anställning på dåvarande Stora Enso 1995 för att bli turistentreprenör.

– Genom jobbet hade jag många utländska kontakter, och de frågade om det inte fanns någon möjlighet att komma tillbaka till Sverige med familj eller vänner för att jaga och fiska. Det var så jag förstod att det fanns en efterfrågan och en marknad för jakt- och fisketurism.

Björn valde att inrikta sig på fisket. Fredros Gård har fiskevatten

som ingår i Mangen-Treens fiskevårdsområde med tre stora och ett 50-tal mindre sjöar på sammanlagt 1 700 hektar.

– Många gäster som kommer från Europas tätbefolkade delar kan först inte fatta att de kan få sitta ensamma i en båt en hel dag på en hel sjö. Somliga tycker till och med att det är lite skrämmande medan andra får utlopp för sin äventyrlighet och upptäckarglädje.

Björn visste inte särskilt mycket om sportfiske och fiskemetoder innan han började ta emot gäster.

## **Ekonomi, ekologi, etik**

– Och det är inte den viktigaste egenskapen, säger han. Helt avgörande för att lyckas är att man kan tänka affärsmässigt, att man kan driva företag och fungera ekonomiskt. Tre viktiga "e" måste styra företaget: ekonomi, ekologi och etik, och allt handlar om uthållig hushållning på olika plan.

Ekonomi handlar om att kunna skilja lönsamma från olönsamma satsningar och investeringar. Ekolo-



– Många gäster från Europa har svårt att förstå att de kan få vara ensamma på en hel sjö, säger Björn Särnmark.

gi handlar om att driva verksamheten med stora biologiska marginaler, att det ska finnas utrymme för naturens egna svängningar och nycker och att ha en bra bit kvar upp till maximala fiskproduktionen i en sjö.

– Nu är det sällan något problem eftersom de flesta av våra gäster sätter tillbaka den fångade fisken i sjön.

Med sitt tredje ”e”, etik, menar Björn att man måste driva företaget i harmoni både med sig själv, sin familj, sin omgivning och med naturen.

Det typiska fiskepaketet i Björn Särnmarks utbud består av en stugvecka med tre eller fyra gäster från

Tyskland, Tjeckien eller något annat land i Europa. De hyr en stuga med fiskebåt och motor, kartor och kanske lite kringutrustning och får en ”lagom tillrättalagd” information med utrymme för egna äventyr. Ett sådant paket kostar 6 800 kronor. Inklusivt allt omsätter en bokad stugvecka ungefär 10 000 kronor.

### Tre vägar för marknadsföring

Björn når sina kunder och sin marknad på i huvudsak tre sätt.

– Dels är det återkommande gäster eller nya gäster som fått sin information från våra gamla gäster. Dels använder vi oss fortfarande av agenter och reseförsäljare runt om i

Europa, dels får vi bokningar direkt genom vår egen hemsida.

Även om man efter elva år kanske skulle klara sig ganska bra utan agenter och mellanhänder ute i Europa så kan det finnas ett värde i att behålla sådana kontakter.

– När vi började introducera vinterfiskepaketet för några år sedan var det en fördel att ha upparbetade kanaler för att få ut en så pass udda och exotisk produkt på marknaden.

– Men man får å andra sidan akta sig för att bli för beroende av resesäljarna; de erbjuder sig inte sällan att vara med och investera i ekolod eller parabolantenner som ”deras kunder absolut önskar sig”. Har man själv gjort

investeringar för flera miljoner så kan de skapa sig ett oproportionellt stort inflytande för några hundra tusen kronor i en toppinvestering på marginalen.

### Samarbete i bygden

För några år sedan inledde Björn ett närmare samarbete med två andra turistföretag som ligger minst lika "avigt" till uppe i de värmländska finnskogarna. Lasse och Anki Svensson driver Tvällens värdshus med exklusiv meny för allt från bröllops-sällskap från Karlstad till 17 maj-firande norska sällskap.

– Vi ligger "strategiskt mitt emellan" med fyra mil till Arvika och lika långt till Kongsvinger, säger Lasse Svensson.

På menyn finns bland annat vildsvin och björnstek, och självfallet också mer vanliga vilt- och fiskrätter.

För Björns fiskegäster är det förstås en unik upplevelse att äta en exklusiv måltid "mitt i ingenstans" under fiskeveckan, om man resten av tiden lagar sin egen mat.

– Då ställer jag även upp med skjuts om det behövs, säger Björn.

Motsatt gentjänst är om Tvällens världshus har middag med något större sällskap som vill ha en naturupplevelse eller som vill övernatta i



– Ekonomi, ekologi och etik är tre nyckelord för fisketurismen, säger Björn Särnmark.

trakten; då hänvisas de till Björn.

Ytterligare en mil upp i skogen ligger Mitanderfors Bruk som är ombyggt till konferensanläggning. Anläggningen drivs av Per-Inge Walfridsson med dotter Pernilla och svärsonen, rallyföraren Petter Sohlberg. Också här utbyter man "plusupplevelser" med skoterturer, fiske, mat och boende.

### 10–12 årsanställda

Tillsammans har de tre turistentreprenörerna nu skapat underlag för 10–12 årsanställda, och det i en trakt där det inte precis dräller av arbetstillfällen.

Fredros Gård har träffat ett avtal med Mangen-Treens fiskevårdsom-

råde om hur turismen ska bedrivas. Men i ärlighetens namn sitter Björn Särnmark själv på båda stolarna, eftersom han också är ordförande i föreningen.

– Det har råkat bli så, säger han.

Egentligen handlar avtalet om att gästerna på Fredros ska informeras om fiskeregler och naturvett. Samtliga gäster noterar även sina fångster som förs in i fångststatistiken.

För övriga delägare i fiskevårdsområdet handlar det kanske mest om att ha förståelse för att en riktigt stor gädda inte är "ogräs" utan egentligen oerhört värdefull att ha kvar i sjön för en turistentreprenör.

Björn Särnmark har nu byggt upp en stabil verksamhet kring fis-

ket, med två heltidsanställda och flera säsongarbetare.

### Om något går snett

– Men tänk om något skulle gå snett med fisket, säger han. Det kan vara ett politiskt beslut, till exempel ett förbud mot catch and release, ett ökat inflytande från djurrättsaktivister, eller att man skulle få för sig att införa fritt handredskapsfiske. Det kan också vara någon miljöförändring som drabbar fisken i området. Och då står man där med sina stugor.

Därför har Björn nu i sitt mogna företag börjat utveckla andra grenar i företaget. Under vintern anordnar han förarutbildning för snöskoter och fyrhjuling och han är drivande kraft i ett båtturistkoncept ihop med Arvika, Säffle och Grums kommuner där båtgesterna ska följa en led med olika upplevelser på vägen. Och Björn ska gå in som delägare i projektet.

– Det innebär en stor investering och förstås också en risk, men det ger mig fler ben att stå på, säger Björn Särnmark.



## ATT MARKNADSFÖRA SITT FISKE: *Agenter, kontakter och egna hemsidor*

**S**tartskottet går när den första kunden bokar sitt fiskepaket. Ofta är det förstås bra att kunna börja i liten skala och växa i sin egen takt, men samtidigt är det svårt att säga nej om bokningarna rullar på.

### KONTAKT MED SÄLJARE

De flesta etablerade fisketuristent-reprenörer behåller kontakterna med någon resesäljare eller förmedlare på kontinenten eller i Skandinavien. Agenter och resebyråer som säljer produkter i Sverige finns i många europeiska länder. Att bjuda in en agent, och eventuellt några journalister från utländska fiskemagasin, kan snabba på kontakterna med marknaden.

### HEMSIDA

Det tål att upprepas att det är kon-

kreta och bokningsbara paket som ska marknadsföras, och inte "det vackra Småland" eller "det vilda Jämtland" i största allmänhet, om syftet är att få igång verksamheten på det egna företaget.

Internet är en snabbt växande kanal för marknadsföring. En egen hemsida eller en hemsideslänk kan leda många blivande kunder till målet. För den som är utbildad och certifierad inom Det Naturliga Fisket finns en väl exponerad kanal till marknaden den vägen.

### NÖJDA KUNDER

Nöjda kunder som berättar om sina upplevelser för vänner och bekanta i hemlandet är den kanske allra viktigaste marknadsföringskanalen. Erfarna entreprenörer vittnar om att man inte ska lägga alla ägg i samma korg vid marknadsföring-

en. Även om man börjar få direktbokningar från tidigare gäster, och den utländska agenten tar 20 procent i provision, ska man vara rädd om sina kontakter, inte minst för att nå nya kunder och kundgrupper.

### OLIKA KUNDKATEGORIER

Den svenska marknaden består av tre kundgrupper: familjerna som ofta vänder på slantarna, sportfiskesällskapen där kvaliteten på fisket är avgörande samt företagen med sina kunder eller anställda där inramningen kan vara särskilt viktig, till exempel i samband med kräftfiske och kräftskiva. Bland de utländska gästerna dominerar sportfiskesällskapen. Speciellt företagskunderna når man framför allt genom kontakter och personliga rekommendationer.



## Lennart utvecklade ”kolonilott” i Småland – Det var i vattnet jag hittade lönsamheten

Lennart Swärdh ville testa hur långt man kan komma ”med en kolonilott på småländska höglandet”. Så kallar han själv sin fastighet, Paradis gård, vid sjön Södra Wixen söder om Eksjö. Idag kommer företagsgrupper och andra fiskegäster hit från när och fjärran, både från Vetlanda och Köpenhamn.

Att kalla Paradis gård för "en kolonilott" kanske är aningen blygsamt. Gården omfattar 50 hektar skog och tio hektar utarrenderad åkermark, och ett skiftat fiskevatten på 65 hektar som utgör drygt tio procent av Södra Wixen.

– När jag säger kolonilott menar jag att jorden och skogen med dagens mått mätt är alldeles för litet för att kunna leva av traditionellt jord- och skogsbruk, och vattenarealen utgör ju inte precis något oändligt hav.

Därför var det förstås en utmaning när Lennart Swärdh för tio år sedan bestämde sig för att försöka leva av sin kolonilott. Idag omsätter kolonilotten ca en miljon kronor om året.

– Av en tillfällighet fick jag höra

talas om EU-projektet Det Naturliga Fisket, som då skulle starta sin första utbildning för blivande fisketurist-entreprenörer i Småland och Östergötland. Jag hoppade på utbildningen.

### Letade i vattnet

Ganska snart insåg Lennart Swärdh att det inte var skogen och inte heller jordbruksmarken som gömde den största potentialen på gården.

– Nej det var i vattnet jag skulle leta.

1997 utgick Lennart från en liten befintlig stuga vid stranden, drog dit el, byggde ytterligare en stuga, bastu och ett vindskydd.

– I ärlighetens namn använde jag en stor del av skogens virkesförråd och intäkterna från en averk-

ning till att finansiera satsningen, så det vore fel att påstå att skogen inte har haft någon betydelse för utvecklingen.

Genom ett öppet sinne, ett bra kontaktnät och marknadsföringen inom bland annat Det Naturliga Fisket har Lennart Swärdh byggt upp en kundkrets och även successivt utvidgat verksamheten. 2005 stod den nya konferensbyggnaden klar.

– Det måste hända saker hela tiden. För mig känns det inte bra om verksamheten stagnerar.

### Beläggning året runt

Fiske och naturupplevelser är av naturen ganska årstidsbundna, men Lennart har fått ganska bra beläggning året om. Det som tagit längst tid, men som börjat lossna nu, är



vinterfisket med pimpling, angel-fiske och ismete. Småländska höglandet är ganska issäkert och det är framför allt företag i stadsregionerna som börjar få upp ögonen för det exotiska med att fiska på isen.

### Gäddfiskare

– Under våren har vi ganska mycket gäddfiskare och den som vet hur man gör kan få sitt lystmäte. Även företag kommer hit för att fiska gädda.

Sommartid är det mer traditionella turister från bland annat Dan-

mark, Tyskland och Polen, medan augusti och september är vikta åt kräftfisket. Då är det fullbelagt och högsäsong på Paradis gård. På senhösten återkommer gäddfiskarna för en ny period.

Nästan 80 procent av gästerna är företagskunder.

– Det blev så, säger Lennart. Jag provade det konceptet från början och den ena kontakten ledde till nästa och så vidare.

Att omsätta en miljon kronor med en så pass begränsad råvara

som 65 hektar kräftvatten och sammanlagt ungefär 500 hektar fiskevatten i Södra Wixen kräver förstås en uthållig resursförvaltning och ransonering. Lennart är ju inte heller ensam om att fiska i sjön.

– I fiskevårdsområdet har vi lagt ner mycket möda och resurser på en fiskevårdsplan. Genom provfisken har vi koll på bestånden och nyligen har vi också infört en fångstbegränsning på gädda, just därför att det är en attraktiv art för sportfiske. Stora gäddor lockar turister.

## ATT FÖRÄDLA SINA PRODUKTER:

### *Varje förädlingssteg ökar värdet*

**E**n gädda som väger tio kilo kan betraktas som ett oönskat skadedjur. Säljer man samma gädda till en fiskgrossist får man som allra mest hundra kronor. Men om gäddan istället fångas av en tysk eller tjeckisk fisketurist, som fotograferar och mäter fisken och sedan släpper tillbaka den levande i sjön, så kan gäddan värderas till tiotusentals kronor. Värdet ligger då i det rykte, den berättelse och den marknadsföring som gäddan sätter i rullning.

#### FRÅN RÅVARA TILL PAKET

Fisketurism handlar mycket om att utveckla och förädla de befintliga produkterna. Utvecklingsländer säljer råvaror, industriländer förädlar, och skillnaden i välstånd är slående. På samma sätt tar lantbruksfastigheterna steget från råva-

ruproducenter till säljare av förädlade produkter när man paketerar sina fiskevatten och dess produkter till säljbara upplevelser.

Ju mer en produkt förädlas och förfinas, desto mer blir den värd.

#### BARA FANTASIN SÄTTER GRÄNS

Det säljbara fiskepaketet innehåller åtminstone anständig logi, tillgängligheten till vattnet och rätten att fiska. Därtill kan man addera en fiskekarta, personlig guidning, restaurangmat, redskapsförsäljning, bastubad och andra produkter som höjer förädlingsvärdet, nästan i det oändliga; bara fantasin sätter gräns.

#### KVALITET AVGÖRANDE

Kvaliteten på själva fisket är förstås en grundläggande förutsättning, och det handlar mycket om lokal förvaltning, ransonering och skydd

mot felaktigt fiske och att både biologiskt, juridiskt och ekonomiskt kunna bedriva en aktiv fiskevård. Fiskerätten är i så måtto det produktionsmedel och den råvara som sedan förädlas i olika hög grad. Näringspolitiskt är det följaktligen helt förkastligt med fritt handredskapsfiske, då alla instrument för att förvalta, ransonera och även generera intäkter till fiskevård och produktutveckling är borta.

#### DET GENUINA

Kvalitetstänkande måste förstås också genomsyra boende, bemötande och övrig service, vilket inte betyder att kvalitet alltid är detsamma som lyx. Kvalitet kan man också finna i det enkla och det genuina, bara det finns en medveten tanke bakom utformningen av produkterna.

Ransoneringsen innebär att fiskekortsköpare får ta upp högst två gäddor per dag, det gäller såväl Lennarts gäster som andra fiskare, och att alla gäddor som är större än 80 centimeter måste sättas tillbaka i sjön.

– I fiskevårdsplanen har vi delat upp ansvaret och arbetsuppgifterna bland medlemmarna. Vi har en informationsstrategi för att marknadsföra sjön, vi har en flerårsplan för fiskevårdsåtgärder och vi utvecklar fångst-rapporteringen. Vid stämman 2006 höjde vi också fiskekortspriserna ganska rejält, från 30 till 50 kronor för ett dagkort och från 300 till 500 kronor för ett årskort, även om det fortfarande är en väldigt blygsam prisnivå.

Fiskekortet omsätter runt 40 000 kronor om året varav en del av pengarna går till medlemsinformation, bland annat får samtliga medlemmar en prenumeration på Fiskevattenägarnas tidskrift Våra Fiskevatten.

### Uthållig fiskevård

– Jag vill påstå att vi bedriver uthållig fiskevård, säger Lennart Swärdh. Trots att resursen är begränsad har vi goda marginaler. Det största hotet nu är om vi får en invasion av skarv. Vi har börjat få häckningar i sjön, men Länsstyrelsen har också varit snabb med att bevilja skydds jakt; Södra Wixen betraktas som riksintresse för det rörliga friluftslivet och ingår i Natura 2000, och det är tur för oss som bedriver näringsverksamhet här, för jag är inte övertygad om att vårt företagande skulle vara tillräckligt som argument mot skarven annars.

Lennart Swärdhs affärsidé är att sätta kvalitet före kvantitet och att

inte ta emot fler gäster än att de känner att de har exklusiv tillgång till platsen.

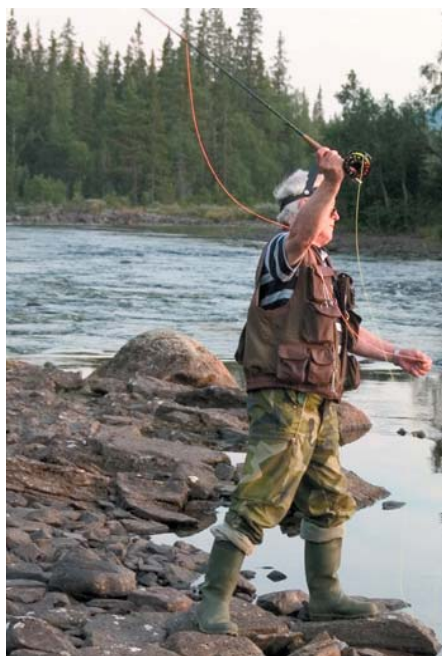
– Skulle jag ge ett råd till den som vill börja med fisketurism är för det

första att hitta sin nisch, något som är unikt med den egna platsen och de egna förutsättningarna, och för det andra att utbilda sig på det sätt jag gjorde inom Det Naturliga Fisket.



Lennart Swärdh är ordförande i Det Naturliga Fisket, ett nätverk för småskaliga företagare inom fisketurism.

# Fisketurism för hela bygden Kommersiellt och ideellt blandas i Valsjöbyn



Bröderna Gunnar och Arne Fahlström driver Valsjöbyns Fiskecenter som komplement till sin brädgård och bygghandel. Här är fisketurismen en angelägenhet för hela bygden. Ordföranden i Valsjöns fiskevårdsområde, Gunnar Heibring säger att fiskeresursen ger underlag för ”en kollektiv landsbygds kapitalism” med bygdens bästa som gemensamt mål, men där det enskilda entreprenörskapet är en avgörande drivkraft.

**R**edan på 1930-talet kom de första fiskande turisterna till Valsjöbyn vid norska gränsen i nordvästra Jämtland. Pål Nilsson, gift med och inspirerad av en vidsynt lappkvinna, förstod att både engelsmän och den svenska överklassen var beredda att betala pengar för att komma ut i den jämtländska vildmarken och sportfiska. Han byggde därför Valsjöbyns Pensionat.

Pål Nilssons brors barnbarn är idag mångsidiga landsbygdsentre-

prenörer i sin hemby; Gunnar och Arne Fahlström är aktiva skogsägare och fiskevattenägare, men de har också vidareutvecklat och förädlat sina produktionsmedel och basresurser. I sin butik driver de virkes- och bygghandel i kombination med Valsjöbyns fiskecenter med en fiskebutik. Strax intill det gamla (nu nedlagda) pensionatet har de dessutom tre stugor som hyrs ut till fisketurister.

Just den här veckan i augusti bor familjen Strömberg från Linköping

i en av stugorna. De fiskar ofta och gärna ute i Rengen, från båten som ingår i fiskepaketet. I Valsjöbyn har de hittat sitt semesterparadis.

## Viktigt inslag

Stugorna och fiskebutiken, den del av bröderna Fahlströms företag som har fiskevattnet och fiskerätten som råvara, omsätter ungefär 300 000 kronor om året. Det är fortfarande betydligt mindre än skogens och bygghandelns sammanlagda omsättning, men ändå ett viktigt inslag i fö-



**Gunnar Heibring är ordförande i Valsjöns fvof, Arne och Gunnar Fahlström driver Valsjöbyns Fiskecenter och Gunnars dotter Nina arbetar i fiskebutiken när hon är ledig från skolan. Fisketurismen är en angelägenhet för hela bygden.**

retagets livskraft och välbefinnande.

Både Gunnar och Arne sitter med i styrelsen för Valsjöns fiskevårdsområdesförening. Att förvalta fisket uthålligt och framgångsrikt är en förutsättning för att fisketurismen ska kunna expandera, vilket i sin tur har blivit en viktig ingrediens i hela bygdens livskraft.

De delar sin uppfattning om fiskevattnens ökande betydelse med Gunnar Heibring som är ordförande i Valsjöns fiskevårdsområde och som även sitter i styrelsen för skogsägarföreningen Norrskog.

– Fiskevattnen är på många håll en lika viktig resurs som skogen, men skillnaden är att alla fiskevattenägare här i trakten inte inom överskådlig tid kommer att få någon direkt avkastning i kronor och ören från sina fiskevatten. Några av oss måste därför träda fram som entre-

prenörer och tjäna pengar på fisket, medan övriga fiskerättsägare mer indirekt drar nytta av fisketurismens utveckling.

### Landsbygdskapitalism

I ett vidare perspektiv tjänar alla i bygden på att fisket får ett ökat kommersiellt värde. Gunnar Heibring har därför myntat begreppet ”kollektiv landsbygdskapitalism” och menar att en utveckling och kommersialisering av fiskvården och fisketurismen ger ringar på vattnet och underlag för många olika slags företag, inte minst livsmedelsbutiken, bensinmacken och andra serviceföretag som gynnar turismen och är nödvändiga för den bofasta befolkningen.

Fiskevårdsområdet arbetar följaktligen väldigt utåtriktat och progressivt, och man har fått i stort sett alla drygt 50 delägarna med på noterna.

– Vi har faktiskt expanderat och arrenderar in ytterligare ett helt fiskevårdsområde som vi driver och förvaltar ihop med vårt eget område.

– Tillsammans med tre andra fiskevårdsområden har vi även skapat ett regionalt fiskekort, Hotagenkortet, för att göra det enklare för fisketurister att röra sig över större områden.

Samverkansföreningen för Hotagenkortet har en femårsplan där 30 000 kronor av de årliga intäkterna satsas på marknadsföring. Man har också kunnat enas om att höja fiskekortspriserna. Det gemensamma kortet kostar 70 kronor per dygn och 300 kronor per vecka. Valsjöns fvof tar 60 respektive 240 kronor för de egna korten.

– Vi driver även en fiskodling för sättfisk tillsammans med några andra fiskevårdsområden i norra

Jämtland, säger Gunnar Heibring, och det ligger flera både prövade och oprövade ideer i stöpsleven med syfte att göra fisket till en ännu starkare motor i bygdens utveckling. Man kan säga att vi har lämnat utvecklingsstadiet ”där allt ska vara som det alltid har varit”.

Att styrelsen i Valsjöns fvf innehåller så många entreprenörer spelar förstås en viktig roll.

– Vi är effektiva men vi har också väldigt kul i vårt arbete, säger Gunnar Fahlström. Därför går allt så mycket enklare.

Fiskevårdsområdet har till och från haft en lönebidragsanställd person som rustat upp vindskydd, informationstavlor och vandringsle-

der, och som även arbetat med konkret fiskevård. Några vatten inom området är helt undantagna från allmänhetens fiske och avsatta som ”entreprenörvatten”, alltså exklusiva vatten för speciella betalande gäster.

Bröderna Fahlströms tre stugor är för det mesta numera bokade flera år i förväg under sommarens högsäsong. Men som alltid strävar man efter att förlänga säsongen, inte minst med rödingfiske under vintern och jaktturism under hösten.

### Inriktningen förändras

Bara under de senaste tio åren har inriktningen på fisket förändrats från ”traditionellt frysboxfiske” mot ett mer upplevelseinriktat fiske där

en stor del av den fångade fisken sätts tillbaka. Därmed finns också plats för flera fiskare.

– Vi saknar egentligen inte utbud av fiske och upplevelser, och vi saknar inte heller kundunderlag, när marknadskanalerna väl är upparbetade, säger Gunnar Fahlström. Vad vi däremot saknar är fler modiga entreprenörer som vill utveckla nya affärsidéer och som kan ta emot gästerna på ett proffsigt sätt. Ju fler produkter och ju större variation en bygd kan erbjuda, desto mer attraktiva blir vi och desto högre arealavkastning kan vi få från våra fiskevatten. Så ser matematiken ut för glesbygdens fisketurism.



Familjen Strömberg gästar Valsjöbyn och förbereder dagens fisketur.



## NÄTVERK OCH SAMVERKAN GER STYRKA

### *Entreprenörer kompletterar varandra*

**F**lera lantbruksföretag kan bidra med olika delar i ett turistpaket. Små företag i turistbranschen arbetar ofta i nätverk. Man samverkar genom att komplettera varandra eller att lotsa kunder vidare om man själv inte har utrymme eller kan tillhandahålla just den produkt eller upplevelse som kunden frågar efter.

Mångfald och samverkan drar till sig nya gäster.

#### **GEMENSAM MARKNADSFÖRING**

Nätverken kan användas för flera ändamål, inte bara direkt i kommersiell samverkan. Organiserade nätverk kan ordna gemensam utbildning och utbyte av erfarenhe-

ter. Genom nätverk kan man också driva gemensam marknadsföring och skapa kvalitetssäkrade varumärken. Det Naturliga Fisket är exempel på ett geografiskt utspritt nätverk av småskaliga fisketuristentreprenörer i södra Sverige.

#### **SAMVERKAN I PAKET**

En fiskevattenägare eller turistentreprenör som börjar med någon gäststuga och som tillhandahåller själva fisket kan behöva komplettera och samverka med till exempel en redskapsbutik, en sportfiskekunnig guide, ett värdshus eller en konferensanläggning, ett transportföretag, någon hemslöjdsbutik eller annan service som gästerna vill ha.

I många fall kan man då sätta samman färdiga paket där flera entreprenörer samverkar om olika delar.

#### **HELA BYGDEN**

Turism kan betraktas som upplevelseindustri där varje besökare inte bara ger intäkter till den enskilda entreprenören, utan bidrar till välbefindandet i hela bygden. Även om en besökare inte gynnar just "mitt" företag den här gången, så kan ett gott bemötande och positiva upplevelser sprida ringar på vattnet och locka fler och nya besökare.

Att tänka i nätverk är att betrakta andra företagare i bygden som samverkansparter, inte som konkurrenter.



Tillsammans får vi landet att växa.