



FISKETUREN GÅR TIL LIMFJORDEN

MARKEDSUNDERSØGELSE AF 6 FORSØGSOMRÅDER

Markedsundersøgelsen er finansieret af midler fra Landdistriktpuljen, LAG Småøerne, FLAG Thy-Mors, LAG Jammerbugt-Vesthimmerland, LAG Skive-Viborg, BRN og Aalborg Kommune, Jammerbugt Kommune, Vesthimmerlands Kommune, Viborg Kommune, Skive Kommune, Morsø Kommune, Lemvig Kommune og Thisted Kommune.

Udgivet af Limfjordsrådets Sekretariat
Projektledere Carsten Rømming Sørensen og Lars Nørgaard Bach

Udarbejdet af Johanne Bugge og Emil Hjeds, Johanne Bugge Experience Consult ApS

Grafisk Design af Amanda Hjeds

Fotos af Susanne Worm
Mange tak for lån af billeder

April 2019
Projektets samarbejdspartnere



Den Europæiske Landbrugsfond
for Udvikling af Landdistrikterne:
Europa investerer i landdistrikterne



Den Europæiske Union
Den Europæiske
Hav- og Fiskerifond

INDHOLD

Forord	4
Formål	5
Hovedkonklusioner på tværs af de 6 forsøgsområder	6
SWOT	9
Metode	10
To relevante målgrupper	11
Limfjordens kvaliteter	13
Øvrige lystfiskerdestinationer	16
Status på lystfiskerprodukter og services	17
Seks forsøgsområder	19
Fur	19
Glyngøre	22
Hals/Egense	25
Hvalpsund	28
Venø	31
Vilsund	34
Salg og markedsføring	37
Input til markedsføringsstrategi	38
Anbefalinger	39
Bilag 1 – Stort potentiale i lystfiskerturisme	43
Bilag 2 – Interviewpersoner	44
Bilag 3 – Uddybning målgrupper	46
Bilag 4 – Øvrige danske lystfiskerdestinationer med fokus på havørred	47
Bilag 5 – Mulige strategiske samarbejdspartnere	48
Bilag 6 – Litteratur	49

FORORD

Lystfiskerturisme er et forretningsområde, hvor Danmark som havørred-destination har et forretningspotentiale. Den smukke havørred er et meget yndet fangstobjekt hos både den ivrige sportsfisker og den "almindelige" lystfisker. Lystfiskeri estimeres til omsætte for 1 mia. kr. om året (CRT 2017). Det er omsætning, som betyder meget for det lokale erhvervsliv.

Danmark er i de senere år begyndt at have en interessant international profil som lystfiskerdestination. Projekter på Fyn, Sjælland og Bornholm blandt andre yder en indsats for at tiltrække lystfiskere, og i 2018 kom en national strategi for lystfiskeri, der blandt andet sætter fokus på synlighed og tiltag for mere lystfiskerturisme (Udenrigsministeriet 2018).

Limfjorden har omtrent 1000 km kyst og udmunding af 10 af de største havørredførende vandløb i Danmark, hvilket gør området til noget helt særligt i forhold til lystfiskeri. Ambitionen er at sikre, at Limfjorden følger trop og bliver et vigtigt område i Danmark som yndet lystfiskerdestination og samtidigt sikrer bedre forhold for havørreden og omsætning lokalt.

Ønsket at give langt flere lystfiskere mulighed for at opleve den skønne natur og fiskevandet ved Limfjorden og sikre det lokale erhvervsliv mere omsætning, særligt i de svære skulderysæsoner (forår og efterår), hvor der altid arbejdes ekstra hårdt for at få gæster. Limfjordsrådet har derfor igangsat projektet "Havørred Limfjorden" for at arbejde på tiltag, der kan ruste Limfjordsområdet som lystfiskerdestination.

Denne markedsundersøgelse er en "nulpunktsanalyse" for at skabe overblik over, hvilke faciliteter og fiskeoplevelser der kan tilbydes i og ved Limfjorden, og hvad der bør arbejdes på for at sikre et attraktivt produkt for lystfiskere med et særligt fokus på havørredfiskeri.

Markedsundersøgelsen skal bruges til at kvalificere igangværende indsatser og bruges i dialogen med de mange vigtige samarbejdspartnere og interessenter til lystfiskerturismen.

Vi ser frem til samarbejdet om at udvikle Limfjorden til en af Nordeuropas bedste lystfiskerdestinationer!



FORMÅL

Markedsundersøgelsen giver ny viden om Limfjorden som lystfiskerdestination – hvad er udgangspunktet for at kunne opbygge en destination, der er attraktiv for lystfiskere, og hvad kræver det af indsatser, der skal udvikles og arbejdes på for at styrke destinationsudviklingen.

SEKS FORSØGSOMRÅDER

Markedsundersøgelsen tager udgangspunkt i seks forsøgsområder (Fur, Glyngøre, Hals/Egense, Hvalpsund, Venø og Vilsund). De seks forsøgsområder ligger alle i gode fiskeområder for fangst af havørreder. Ambitionen er, at erfaringer fra de seks forsøgsområder kan udbredes til de øvrige områder langs Limfjorden, så området ad åre samlet styrkes som lystfiskerdestination.

FØRSTE AF SIN ART

Undersøgelsen er den første af sin art for Limfjorden, der fx giver et overblik over, hvor mange lystfiskerturister, der overnatter på overnatningssteder i forsøgsområderne, hvor mange overnatningssteder, der har faciliteter, der imødekommer lystfiskernes behov, og om turisterhvervet i er interesseret i at modtage flere lystfiskerturister og tilpasse sig denne nichemålgruppe.

Undersøgelsen afdækker også, om der af eksperter og lokale lystfiskere reelt set vurderes at være tilstrækkeligt med havørreder i Limfjorden til at udvikle lystfiskerturisme, og om der forekommer relevante events, samarbejder om pakkeprodukter med guidning samt markedsføring og information af området i forhold til lystfiskerturisme.

HVEM KAN HAVE GLÆDE AF AT LÆSE UNDERSØGELSE?

Markedsundersøgelsen er særlig henvendt til turismeorganisationer, turisterhverv, lystfiskerguidere og Limfjordssekretariatet/kommunerne omkring Limfjordsområdet.

VIDSTE DU...

At Limfjorden er Danmarks største fjord og oplandet til den dækker 7500 km², hvilket svarer til omkring 1/6 af Danmarks areal



Målet er, at der skal komme flere overnattende lystfiskere, som turisterhverv, grejbutikker og guides kan få meromsætning på.

HOVEDKONKLUSIONER PÅ TVÆRS AF DE 6 FORSØGSOMRÅDER

- Limfjorden har et **uopdyrket potentiale** som lystfiskerdestination og kan blive en attraktiv destination for særligt tyske, norske, hollandske og danske lystfiskere. Hvis forretningspotentialet skal indfries, er det afgørende, at der arbejdes professionelt og vedvarende med information om adgang til fiskepladser, fiskemuligheder, vejr- og vindforhold, med bæredygtigt fiskeri, med produktudvikling samt med branding, salg og markedsføring, herunder samarbejder internationalt med specialiserede rejsebureauer, bloggere, færgeselskaber, luftfart m.fl.
- Undersøgelsen konkluderer, at **den primære målgruppe** for Havørred Limfjordens indsats bør være den seriøse og købestærke sportsfisker. Sekundær målgruppe er den "almindelige" lystfisker, som også fisker efter andre arter og ud fra lidt andre motiver. Samlet set er det produkt, de skal tilbydes, knap så forfinet og raffineret som til den meget fagbevidste sportsfisker.
- Lystfiskerturisten skal ud over muligheden for at tilkøbe overnatning og bispisning **tilbydes faciliteter** som renseplads, fryser, guidede ture m.m. Lystfiskerturisten skal også opleve en velinformeret gæsteservice fra turisterhvervet med blik for at kunne henvise til gode fiskespots eller nogen i området, der har viden om det. Alt sammen for at sikre at lystfiskerturisten får den bedst mulige oplevelse, og erhvervet tjener flest mulige penge. Det er vigtigt at samarbejde på tværs af forsøgsområderne, så et større destinationsfællesskab udvikles og styrkes blandt alle aktører. Der er meget få reelle produkter, services og events målrettet lystfiskere for nuværende. Lystfiskerturismen er på et meget tidligt stadie og er så godt som "uopdyrket". Ambitionen bør være, at et styrket samarbejde resulterer i nye produkter, services og events til lystfiskerturister som samlet set styrker destinationen og dens attraktivitet.

Alt i alt matcher Limfjordens lystfiskerturisme-udbud endnu ikke lystfiskernes, og især ikke sportsfiskernes, efterspørgsel. Med udgangspunkt i erhvervets store interesse for udvikling på området og med en dedikeret indsats, der tager udgangspunkt i markedsundersøgelsens anbefalinger, vurderes det, at destinationen i løbet af 2-3 år vil kunne være væsentligt mere velkonsolideret som lystfiskerdestination og vil begynde at kunne se væksttal i antal lystfiskerturister til Limfjordsområdet.

Fælles forståelse og arbejde for flere lystfiskerturister på tværs af aktører er stadig meget spædt i Limfjordsområdet. For at Limfjorden bliver en lystfiskerdestination, der tiltrækker udenlandske lystfiskere, er det vigtigt at arbejde med at sikre løbende, god kommunikation og styrke netværk og samarbejder. Fællesskabet er nødvendigt for både at løfte behovet for et attraktivt grundprodukt, relevante services og tilkøbsoplevelser og en gennemslagskraftig branding og markedsføring.



- De seks forsøgsområder tiltrækker endnu ikke lystfiskere i et væsentligt antal. Cirka **1.000 overnatninger** årligt er overnatningstallet opgjort til i denne undersøgelse, og her er både medtalt seriøse sportsfiskere og den mere "almindelige" lystfisker. Tallet er dog et skøn baseret på virksomhedernes hukommelse og ikke reelle optællinger eller statistik.
- Overnatningsstederne i de seks forsøgsområder har ledig kapacitet især i for- og efteråret og **hilser initiativet** om en styrket lystfiskerdestination omkring Limfjorden **meget velkommen**. Flere påtænker og er åbne for at etablere relevante faciliteter og services, der imødekommer lystfiskernes behov. De oplever dog, at de er på bar bund i forhold til viden om, hvad målgruppen har af behov for service og fiskeoplevelser. De ved ikke, hvor de skal henvise dem for mere information, og om der er fisk at fange i deres område. Kun en håndfuld af virksomhederne i undersøgelsen, ud over grejbutikker, er for nuværende fokuserede på at tiltrække lystfiskere.

- En tredjedel af overnatningsstederne i de seks forsøgsområder har faciliteter, der gør dem helt klar til at blive eksponeret som egnede overnatningssteder for lystfiskere. En anden tredjedel mangler få faciliteter for at være et attraktivt tilbud for målgruppen, og den sidste tredjedel skal have etableret og investeret i en del faciliteter. Overnatningsstederne er indstillede på at **investere i faciliteter**, der betyder noget for lystfiskerturisten. De har en tro på, at investeringen kommer hjem igen i form af flere overnattende lystfiskerturister.
- Der er samlet set alle forhold for at skabe et godt lystfiskerprodukt, men det skal faciliteres og **sælges bedre**. De seks forsøgsområder bør tænkes som små hubs for det lokale lystfiskerturistprodukt, hvor netværk af virksomheder, guider, foreninger og grejbutikker sammen løfter kvaliteten på deres mini-destination. En certificeringsordning kan være med til at brande lystfiskerdestinationen og vise, at erhvervet har målgrupperettede services og produkter.
- Grundproduktet skal hele tiden styrkes, hvis forretningspotentialet skal realiseres i de seks forsøgsområder og langs resten af fjorden. Det er vigtigt, at der er reel mulighed for at fange havørreder og adgangsmuligheder til fjorden. Der er en god bestand af havørred i Limfjorden, og det vurderes, at der er potentiale til flere. Det betyder, at der **fortsat skal arbejdes** med at sikre havørredens gyde- og levesteder og vandmiljøet i øvrigt. Der skal fortsat arbejdes med fiskeriforvaltning, herunder arbejdet med vandmiljøplaner i alle kommuner samt restaureringsprojekter i vandløb og i fjorden i samarbejde med blandt andre lokale lystfiskerforeninger. Muligheden for fangstbegrænsning bør undersøges nærmere, ligesom sæler og skarv omtales af flere som en trussel for havørreden.
- Det **kræver koordinering og en organisering** at udvikle en lystfiskerdestination. Turismeorganisationer, kommuner, frivillige lystfiskerforeninger, grejbutikker, guider, turisterhverv og Limfjordsrådets Sekretariat har alle en vigtig rolle at spille i, at destinationen samlet set tilbyder et attraktivt lystfiskerprodukt med relevante services. Det er en meget kompleks opgave, da det kræver samarbejde på tværs af 10 kommuner, 2 regioner og et stort antal erhvervsaktører og foreninger. Fællesskabet omkring Limfjorden som attraktivt lystfiskerdestination er i sin spæde vorden. Det er vigtigt at holde fast i de gode takter og store interesse fra erhvervet, som havørred Limfjorden-projektet har oplevet især på lokale møder, og som aktørerne har givet udtryk for i interviews til denne markedsundersøgelse.

Det er vigtigt fortsat at sikre kommunikation, netværk og god forståelse hos alle aktører om lystfiskerturismen samt sikre samarbejde om produktudvikling både i lokalområderne og på tværs af fjorden.

SWOT

Limfjordens nuværende tilstand som lystfiskerdestination kan præsenteres i en SWOT-analyse.

STYRKER

- Mange og store havørreder i Limfjordsområdet fra flere selvreproducerende vandløb og åer
- Jomfrueligt vand og uberørte områder samt meget få ophobningsproblemer pga. gode pladsforhold
- Stor diversitet i en unik og vild natur langs Limfjorden som målgruppen værdsætter
- Stort fokus på miljøtilstanden i Limfjorden – Limfjordsrådet og kommunerne omkring Limfjorden er i gang med den nok største miljøindsats nogensinde med implementering af de statslige vandplaner
- Mange frivillige kræfter der gør meget for at skabe bedre forhold for havørreder i vandløbene
- Mulighed for at fange mange forskellige fiskearter og skaldyr i Limfjordsområdet
- Stort udbud af overnatningssteder, der alle har stor interesse i at kunne tilbyde gode faciliteter og service
- Velvilje fra Visit-organisationer omkring samarbejde for at skabe mere lystfiskerturisme
- Stor samarbejdsvilje fra en lang række aktører (overnatningssteder, grejbutikker, eksperter, lokale lystfiskere, lystfiskerguidere og andre relevante aktører)

SVAGHEDER

- Udledning af kvælstof og fosfor i mange vandløb samtidig med, at Limfjorden er meget udsat for iltsvind pga. varme og lille udskiftning af vand, hvilket medfører bundvendinger og fiskedød
- Svagere brand og markedsføring end lignende projekter, såsom Havørred Fyn og Fishing Zealand
- For lidt samarbejde imellem aktører på nuværende tidspunkt, på baggrund af manglende viden om projektet og fiskeri generelt
- For svag information om lokale fiskeforhold
- Manglende viden hos aktører, der endnu ikke har alle nødvendige faciliteter til at kunne tiltrække seriøse lystfiskere og ej heller markedsfører sig over for målgruppen

MULIGHEDER

- Overnatningssteder kan få flere gæster i skuldærsæsoner, hvor havørredfiskeri er bedst
- Udvikle flere events, konkurrencer og pakkeprodukter til at skabe opmærksomhed omkring fiskeriet efter havørred
- Øget branding og markedsføring over for både danske og udenlandske lystfiskere
- Øget fokus på lystfiskerturisme med ny national strategi blev offentliggjort i 2018
- Markere sig som grøn destination, der kærer sig om bæredygtigt fiskeri, fx ved at indføre fangstbegrænsning på havørreder og frivillige donationer til lystfiskerturismeforening/fond
- Få mere data på Limfjorden, fx via flere forskningsprojekter fra DTU Aqua, der sætter fokus på og skaber viden om fiskeri i og kvalitet af Limfjorden
- Øget samarbejde om at bytte gæster med andre danske lystfiskerdestinationer

TRUSLER

- Hård konkurrence fra fx Sverige og Norge, der tiltrækker mange lystfiskere
- Sæler og skarver udgør potentielt en stigende trussel mod havørredbestanden
- Mindre ilt i vandet grundet stigende vandtemperaturer som følge af klimaforandringer
- Meget begrænset kontrol med ulovligt fiskeri kan begrænse fiskebestanden
- Modvilje fra lokale fiskere omkring en øget tilstrømning af lystfiskerturister i deres nærmiljøer

METODE

Markedsundersøgelsen er baseret på:

- **Gennemgang af relevant materiale og litteratur**, der omhandler lystfiskerturisme i Danmark, efterspørgslen fra lystfiskere, Limfjordens biologiske tilstand, lystfiskeriets økonomiske betydning samt målgrupper.
- **Kortlægning af aktører, faciliteter, officielle fiskepladser m.m.** i de seks forsøgsområder. Der er blevet udarbejdet en bruttoliste af aktører i de seks forsøgsområder, som er baseret på Limfjordsekretariats indledende kontakter, interesse fra aktører på opstartsmøder i forsøgsområder samt lister fra lokale visit-organisationer. Bruttolisten er suppleret med desk research på internettet.
- **Kortlægning af eksisterende markedsføringstiltag** og information til lystfiskere ved en screening af lystfiskerspecifikke markedsføringsindsatser hos erhverv og de lokale visit-organisationer med fokus på lystfiskeri og lystfiskerrettede tilbud på både dansk, engelsk og tysk.
- **Kort screening af relevante lystfiskerfora**, og hvem brugerne taler om i forhold til, hvor er det fedt at fiske i Limfjorden og hvorfor.
- **Interviews med alle relevante aktører** i de seks forsøgsområder, udvalgte eksperter og repræsentanter fra relevante samarbejdspartnere og de øvrige havørredturismeprojekter i Danmark (se bilag 1).

Alle interviewsituationer er foregået ud fra semistrukturerede spørgeguides, som er blevet tilpasset efter den pågældende interviewperson.

Over en periode fra den 5. november til den 19. december 2018 blev der foretaget i alt 65 interviews, som fordelte sig på følgende grupper:

- **37 overnatningssteder**, der kan tilbyde overnatning af forskellig type i fokusområderne
- **4 lokale lystfiskere** med indgående kendskab til fiskeriet i fokusområderne i Limfjorden
- **7 eksperter**, der ved noget om fiskeriet og lystfiskerturismen i Limfjordsområdet, både biologisk og efterspørgselsmæssigt, men også sammenlignet med andre konkurrerende destinationer i DK
- **2 relevante aktører**, der med relevans for værdikæden kan tilføre projektet en værdifuld indgangsvinkel til at lede turisterne mod fokusområderne i Limfjorden, såsom lufthavn og incomingbureau
- **9 grejbutikker**, der med førstehåndsviden fra lystfiskerne kan give input om tendenser, hvad der efterspørges, og hvad der sælges hvornår
- **6 lystfiskerguides**, der med lokalt kendskab vejleder lystfiskerturister på ture i Limfjorden.

Det blev foretaget telefoninterviews med overnatningssteder, grejbutikker, bådudlejning, lystfiskerguides, lokale lystfiskere og repræsentanter fra lufthavne, og personlige interviews af eksperter med særlig viden om fiskevandskvalitet, lystfiskerturisme, fiskeriforvaltning, biologi, etc.



TO RELEVANTE MÅLGRUPPER

Undersøgelsen peger på, at lystfiskerturister på tværs af nationaliteter groft sagt kan opdeles i to målgrupper: Hardcore og softcore lystfiskere, som begge er relevante målgrupper, der ifølge interviewene bør opdyrkes mere i forhold til Limfjorden. Der peges på, at de to målgrupper har hvert sit forretningspotentiale, der kan indfries.

De hardcore lystfiskere fisker i forhold til Limfjorden specifikt efter havørred og har det som passion og hobby. De sætter stor pris på naturoplevelsen og forventningen om at kunne fange en fin havørred. De hardcore er typisk købestærke turister, videbegærlige efter lokale fiskeforhold og meget miljøbevidste i forhold bæredygtigt fiskeri. De benævnes også sportsfiskere.

De softcore lystfiskere har en mere "light" tilgang til lystfiskeri. De er "almindelige lystfiskere", der også sætter pris på naturoplevelsen og viden om lokale fiskeforhold, men gerne fisker efter forskellige arter og lægger mest vægt på det sociale aspekt ved fiskeriet.

HVEM BESØGER LIMFJORDEN NU

Virksomhederne i de seks forsøgsområder oplever en lille efterspørgsel fra begge målgrupper, og at de har få gæster fordelt på danskere, tyskere, hollændere og en mindre del på svenske og norske turister. Vurderingen er, at de foretrækker at bo på campingplads eller i sommerhus.

På nuværende tidspunkt ser overnatningsstederne hovedsageligt almindelige lystfiskere og familier med børn, som på ferien bliver inspireret af muligheden for at fiske i Limfjorden eller de tilstødende vandløb samt Kattegat.

Ekspert vurderer, at der især er et relevant marked at opdyrke hos tyske, hollandske, norske og danske sportsfiskere. (Se bilag 3 for en uddybning af målgrupperne).

INSPIRATION:

DEN FORETRUKNE OVERNATNINGSFORM

Sommerhus og camping er populært hos alle slags lystfiskere. Et studie blandt danske og tyske lystfiskere viste, at 53 % af tyske lystfiskere foretrækker at bo i sommerhus, når de tager på fisketur med overnatning, mens 18 % ser telt som deres foretrukne overnatningsform. 11 % udtrykker, at de foretrækker camping, mens hostel/hotel tegner sig for 5 %.

I 27 % af tilfældene foretrak danske lystfiskere telt, mens 27 % gerne vil bo i fiskehytte, 16 % udtrykker at sommerhus er deres favorit overnatningsform, 9 % foretrækker camping og sidste 5 % fordeler sig på hostel/hotel.

Fælles for de danske og tyske besvarelser var, at nærhed og tilgængelighed til fiskevand var meget vigtigt (Hjeds 2017).

VARIATION I FORHOLD TIL NATIONALITETER

Input fra interviews med eksperter og gennemgang af diverse rapporter giver følgende input til karakteristika for henholdsvis danske, tyske og hollandske lystfiskere:

Den danske lystfisker

- Udgør 18 % af den samlede befolkning mellem 18 og 65 år, hvilket svarer til cirka 616.000 danskere
- Fisker i gennemsnit 1-5 dage om året, mens 5 % fisker mere end 40 gange om året, hvilke svarer til en gang om ugen gennemsnitligt
- 80 % udtrykker, at de gerne ville fiske mere, end de gør i dag
- Har gennemsnitsindkomst, der er 25 % højere end gennemsnittet for befolkningen som helhed
- Har overordnet set en højere gennemsnitsalder end for hele befolkningen
- 18 % udgøres af kvinder, men de står kun for 12 % af fisketurerne, hvorfor det må betragtes som om, de har et lavere aktivitetsniveau end de mandlige lystfiskere
- Fisker på kysten i 37 % af det samlede lystfiskeri, hvorfor det er den mest udbredte fiskeform

Den tyske lystfisker

- Er en mand, hvilke udgør 74 % af tyske lystfiskere
- Er gennemsnitligt mellem 40 og 69 år
- Har en gennemsnitsalder på 42 år, med 53 % der er i alderen 30-59 år
- 68 % har ikke hjemmeboende børn under 18 år, mens 32 % har hjemmeboende børn, primært over 6 år gamle
- Har en gennemsnitlig opholdslængde på 8,4 overnatninger på deres ferie
- 83 % bor i et lejet sommerhus
- Er koncentreret i perioden fra maj til september, hvilket er tidligere på året end andre tyske turister
- Udgøres af knap 20 %, som kan betegnes som hardcore lystfiskere, der fisker mere end én gang om ugen i hjemlandet
- Er meget villige til at betale for rent fiskevand og bedre fangstmuligheder, idet de generelt udtrykkes til at være mere passionerede end andre nationaliteter
- Oplever det er mere frit at fiske i Danmark end i Tyskland, hvor man skal have fisketegn

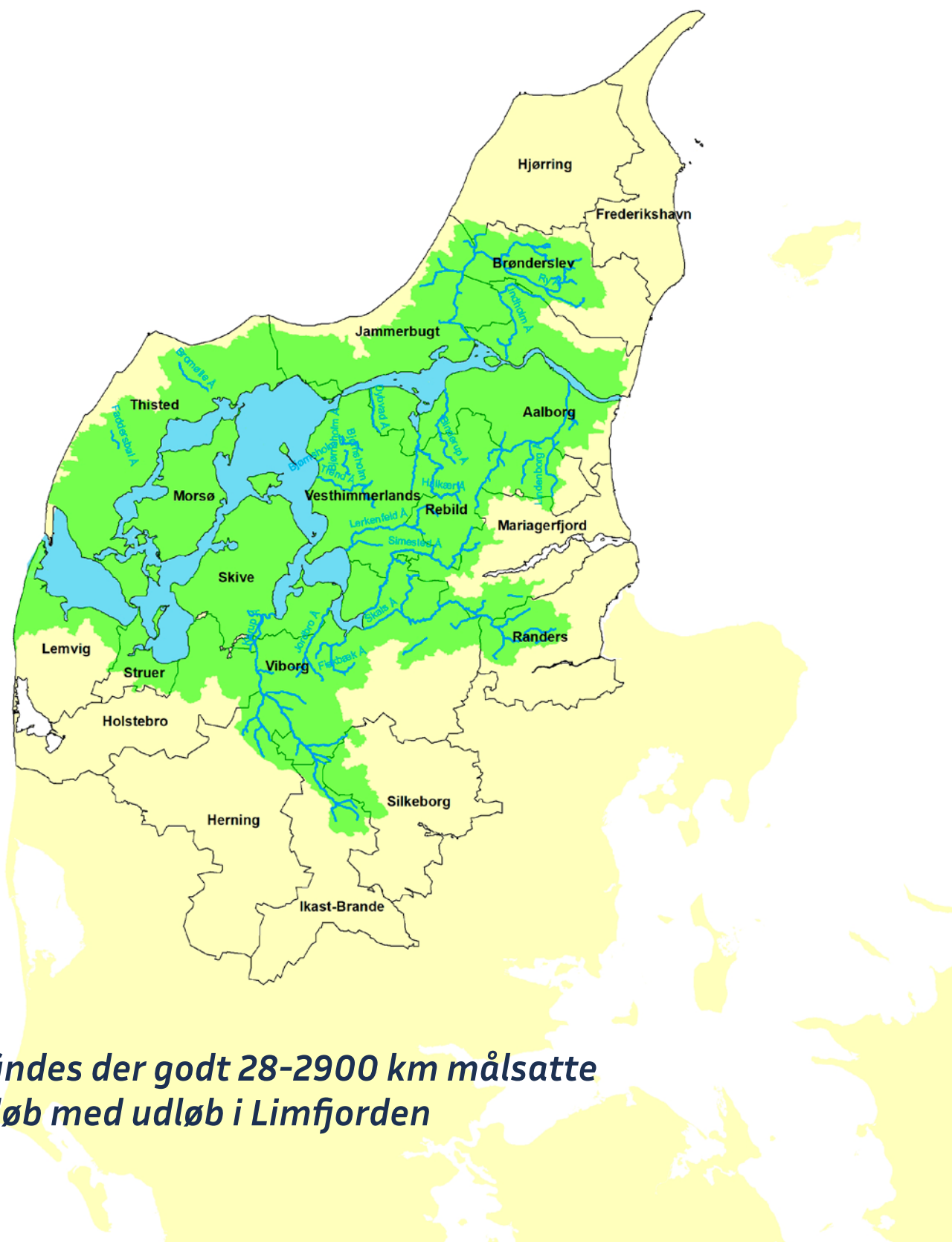
Den hollandske lystfisker

- De hollandske lystfiskere, er ifølge eksperter en målgruppe med et stort potentiale. Der findes ikke meget information omkring de hollandske lystfiskere. Dog forlyder det fra overnatningsstederne i projektområderne, at man ofte ser hollændere komme i grupper af lystfiskere eller som familie, som efterspørger viden om fiskeriet i Limfjorden.
- Ifølge VisitDenmark forventes en mærkbar stigning i hollandske turister til Danmark, hvilket medfører et stort potentiale, da 19 % af hollandske kyst- og naturturister fisker på deres ferier i Danmark (VisitDenmark 2017).



LIMFJORDENS KVALITETER

Limfjorden som lystfiskerdestination har mange kvaliteter. Med en kyststrækning på 1000 km giver den mulighed for unikke fiskeoplevelser især fordi, at ti af de største danske havørredførende vandløb ender i Limfjorden, blandt andre Karup Å, Lindensborg Å, Simested Å, Trend Å, Binderup Å og Lerkenfeld Å. Ekspertter påpeger, at det er noget særligt ud fra danske forhold. I vandløbene produceres store og stærke bestande af fisk, som trækker rundt i resten af de danske og udenlandske farvande.



I alt findes der godt 28-2900 km målsatte vandløb med udløb i Limfjorden

UNIKKE SALGSARGUMENTER

- *Limfjorden har 10 af Danmarks største og mest produktive havørredførende vandløb, der årligt producerer nogle af verdens største havørreder*
- *Kortlægningen af forsøgsområderne viser, at der er en interessant variation i havørredfiskemulighederne alt efter årstid, vejr og vind*
- *Limfjorden kan primært sælges på spændende fiskemuligheder efter havørred i perioden februar/marts til oktober*
- *Lange strækninger med mulighed for at finde fiskespots, der ikke er overrendt af andre lystfiskere*
- *Hvis vejr og vind er ugunstig, er der ikke langt i bilen til at forsøge sig på et andet fiskespot*
- *"Jomfrueligt" vand, brede vidder med varieret natur, hvor du kan gå alene på kysten*
- *Her er mange muligheder for at finde det sted at sove, der lige passer dig - her er stor diversitet i overnatningssteder og spisesteder, og mange overnatningssteder ligger tæt på gode fiskespots*
- *Limfjorden giver også mulighed for at fiske efter andre arter end havørreden, så som sild og hornfisk. Ved havene ved hver ende af fjorden er der desuden mulighed for fiskeri efter attraktive sportsfisk som havbars, makrel, pighvar m.fl.*
- *Her findes et stort udbud i oplevelser og tilbud for lystfiskere, der rejser med eksempelvis familie, både inden for Put&Take søer, outdoor-aktiviteter, kunst og kultur i flere større byer langs Limfjorden*

ER DER FISK AT FISKE EFTER?

Det siger sig selv, at der skal være havørred at fiske efter, hvis Limfjorden skal markedsføres som en havørreddestination, der er værd at rejse efter. Ekspertes og lokale lystfiskerguides bekræfter, at der er havørreder i Limfjorden. Fiskebestanden kan dog forbedres. Ekspertes vurderer, at der er en god, stærk bestand af havørred i Limfjorden, og at bestanden kun er 20-30 % af artens fulde potentiale i fjorden. Der er mulighed for at udvikle den yderligere. De er ikke bekymret for, om havørreden bliver presset, selv om der skulle komme væsentligt flere lystfiskere til fjorden. Det er ofte nok for målgruppen at få et billede med hjem af fangsten, hvorefter fisken sættes ud igen. Det kaldes for catch and release af målgruppen. Derudover må man ved lov kun hjemtage det, man selv kan spise (jf. omsætningsforbud for lyst- og fritidsfiskere).

VIDSTE DU...

At en voksen havørred kan vandre over 80 km på én dag! Den længste registrerede vandring af en voksen havørred er 83,5 km. Denne vandring blev målt på en fisk fra Karup eller Simested å, som på 24 timer svømmede ud i havet. Det kan betragtes som en verdensrekord! (Kristensen, Sivebæk & Aarestrup 2018)

PLADS NOK PÅ FISKESPOTTENE

Lokale lystfiskerguides lægger vægt på, at der er rigeligt med plads at fiske på i hele Limfjordsområdet. De vurderer, at en øget tilstrømning af lystfiskere sandsynligvis vil fordele sig rundt på kysterne. Dog understreges det, at der kan opstå op-hobning på de bedste pladser, hvis de bliver særligt markedsført, men at det vurderes, at det aldrig vil blive et markant problem. Lystfiskerturisterne vil altid kunne køre til næste plads – især hvis de er godt informeret om mulighederne andre steder langs Limfjordens kyster.

Ekspertes peger på, at Limfjordsområdet har et unikt træk, idet man kan bryste sig af at have 1000 km kyst, hvor man kan fiske lange stræk uden at møde en anden fisker. Den gode plads anser mange, specielt meget seriøse lystfiskere, som en stor kvalitet. Generelt er der god plads langs Danmarks kystområder, men det påpeges dog, at der kan opleves "ophobningsproblemer" i højsæsonen, som det er set nogle steder på fx Fyn, hvor man kan risikere at stå skulder ved skulder med op til 10-15 andre lystfiskere.

Det er i det hele taget vigtigt, at lystfiskeren er bekendt med, hvor de bedste muligheder for fangst er lokalt. Det er der behov for større information om, især da undersøgelsen viser, at det er en udbredt misforståelse i turisterhvervet, at der ikke er noget at fiske efter i deres område.

FORTSAT FOKUS PÅ MILJØTILSTANDEN

Generelt set har store områder i Limfjorden oplevet en fremgang biologisk set, blandt andet målt på opblomstring af ålegræs de seneste 10 år, som er en positiv miljøindikator. Dog er der lokalt udsatte dele af fjorden, der påvirkes hårdt af iltsvind i de varme sommermåneder. Der var fx i juli 2017 kraftigt iltsvind i Risgårde Bredning, Lovns Bredning og Hjarbæk Fjord (Kristensen & Aarestrup 2017a). Det bakkes op af flere tekster, der også peger på, at Limfjorden har et stort potentiale, idet mange af dens vandløb har gode forhold og producerer store og naturlige havørredbestande.

Der peges derfor også på, at der fortsat bør arbejdes lokalt og i godt samarbejde med lystfiskerforeningerne om at restaurere områder i Limfjorden og i vandløb. Det vil gøre forudsætningerne for, at havørrederne kan klare sig betydeligt bedre. Vandmiljøplanerne er også meget vigtige, da de arbejder mål-

resultere i, at fiskene stopper med at tage føde til sig, fordi de skal bruge deres sparsomme energi på at overleve.

En anden trussel mod havørredbestande i Limfjordens vande er et tiltagende problem med skarver og sæler (Kristensen & Aarestrup 2017). Det påpeger størstedelen af de adspurgte eksperter og en lang række erhvervsaktører, lystfiskerguidere og grejbutikker med bekymring. Nogle vurderer, at en sæl kan slå det samme antal havørreder ihjel som 100 lystfiskere. Det er dog ikke dokumenteret og bør undersøges nærmere. Det bør også undersøges nærmere, om en tilladelse til at regulere sæler kunne være hensigtsmæssigt for havørredbestanden. På tværs af de interviewede lokale lystfiskere er der udtrykt en bekymring for ulovligt garnfiskeri, hvor nogle garnfiskere opstiller garn i fredede zoner ved udmundinger af vandløb. Det er ikke dokumenteret, hvor stort problemet er, men det påpeges, at det bør ses som en vigtig del af fiskeriforvaltningen, at der indskærpes over for fritidsfiskere, at det kan

Grundproduktet til lystfiskerturisten er den unikke kombination af muligheden for at fange havørred i en fornuftig størrelse, samtidig med en meget, meget fin naturoplevelse af kysten med lange kiks til uberørte områder, åbne vidder og dyreliv.

rettet for en reduktion af kvælstof og fosfor i vandene. Det er vigtigt at mindske kvælstof og fosfor, da der igennem de seneste 20 år har været fjerne og åer, der har oplevet iltsvind med bundvendinger og fiskedød netop som konsekvens af de to (Nielsen 2015). Vandmiljøplanerne er også vigtige i forhold til forbedring af vandløbene, hvor fiskene gyder og har deres opvækst.

ANDRE TRUSLER FOR HAVØRREDE

Der udtrykkes fra en lang række interviewpersoner stor bekymring for klimaforandringer og stigende vandtemperaturer, der kan blive en udfordring i Limfjorden, da der i varmere vand er mindre ilt end i koldt. Det er dårligt for fisk og kan

have store negative følger for det øvrige fiskeri og turisme, hvis ikke alle garnfiskere overholder reglerne.

Samlet peger interviewene på følgende indsatser for at sikre en bæredygtig havørredbestand i Limfjorden:

- Lav flere muligheder for havørreden for at reproducere sig, fx via effektivt restaureringsarbejde i vandløb og langs kysten.
- Hav endnu mere fokus på at fremme forholdene for flere vandplanter som ålegræs, der er en vigtig miljøindikator, og som også udgør skjul for havørrederne.
- Indfør fangstbegrænsning, så lystfiskeren ikke må hjemtage mere end fx 1-2 fisk om dagen. Det skal vurderes nærmere hvor mange. Selv om der sandsynligvis reelt set ikke bliver hjemtaget store antal, har det en stærk signalværdi at være en destination med et fokus på bæredygtigt fiskeri, hvor der arbejdes for at sikre de fremtidige bestande. Flere eksempler fra udlandet viser, at succes som lystfiskerdestination kan kædes sammen med et bæredygtigt fokus og fangstbegrænsninger (Task Force 2015).
- Undersøg nærmere om sæler og skarv udgør en trussel for havørredbestanden, og om regulering er en mulighed.
- Indskærp over for alle typer lyst- og fritidsfiskere, at der kun hjemtages fisk til eget forbrug og henstil til, at de i højere grad genudsætter havørreden.

VIDSTE DU...

At der er hele 25 lystfiskerforeninger i Limfjordsområdet. De udgør en stor ressource i at kunne mobilisere frivillige kræfter til vandløbsrestaurering, hvilket gør en stor forskel.

ØVRIGE

LYSTFISKERDESTINATIONER

Danmark har en række mere eller mindre etablerede lystfiskerdestinationer ud over Limfjorden. Det er vigtigt, der er flere end Limfjorden, så Danmark samlet set kan opbygge en stærk profil som "lystfisker-mekka" i udlandet. Jo flere der arbejder med synlighed for lystfiskerturisme, og jo flere fiskeoplevelser der kan tiltrække målgruppen, jo bedre.

Det handler om for lystfiskerdestinationerne at se hinanden som sparringspartnere, der kan understøtte hinandens succes og dele viden og gæster, og ved at brande hinanden og skabe et billede af, at man i Danmark tilsammen kan opleve noget af verdens bedste havørredfiskeri.

De danske lystfiskerdestinationer er ikke i reel konkurrence med hinanden, da de har forskellige kvaliteter, de kan sælge sig på. Riverfisher (Skjern Å og Karup Å) er decideret å-fiskeri, hvilket giver en anden fiskeoplevelse, end når der fiskes ved kyst. Fishing Zealand omfatter alt fiskeri. Fyn er kystfiskeri efter havørred. Vestkysten har primært fiskeri efter fladfisk og havbars. Bornholm er kystfiskeri i Østersøen med de vind- og vejrforhold, der gør sig gældende her. (Se bilag 3 for kort uddybning af de tre sidstnævnte, som ligner Limfjorden mest i forhold til at være en lystfiskerdestination for havørred).

Limfjorden adskiller sig fra de øvrige andre lystfiskerdestinationer ved at kunne tilbyde langt flere kilometer uberørt kyststrækning med – ifølge eksperter - hele 10 af de bedste havørredførende vandløb, der løber ud i fjorden. Der er derfor både mulighed for åfiskeri og kystfiskeri.

LÆRING FRA DE ANDRE LYSTFISKER-DESTINATIONER – DET ER VIGTIGT, AT:

- Have fokus på at udvikle et attraktivt grundprodukt
- Have et engageret erhverv
- Få politisk opbakning fra flere kommuner
- Have et stort fokus på bæredygtigheden i fiskeriet
- Have fokus på at markedsføre sig på relevante platforme
- Være skarpe i segmenteringen af målgruppe
- Være gode til at mobilisere frivillige kræfter og projekter og itale- og værdsætte deres vigtige arbejde



STATUS PÅ LYSTFISKER- PRODUKTER OG SERVICES

Hvis Limfjorden skal appellere til flere tilrejsende lystfiskere, er det afgørende, at der samlet set tilbydes et attraktivt produkt.

Interviews og rapporter peger på, at et attraktivt lystfisker-turismeprodukt består af:

- **Et godt grundprodukt** i form af virkelig gode fiskemuligheder, god information om lokale forhold og tilgængelighed (se afsnit om Limfjordens kvaliteter)
- **Overnatningsmuligheder**, som har en række faciliteter og services, som betyder noget for lystfiskerne og bidrager til den gode oplevelse af deres ophold. Det drejer sig fx om adgang til internet (fordi vejrudsigter m.m. tjekkes jævnligt), en rensplads, tørreskab til våde vaders og fryser
- **Tilkøbsydelser** som bådudlejning, lokale lystfiskerguider, events og adgang til grejbutikker.

I forhold til overnatningsmuligheder er der opgjort 37 overnatningssteder i de 6 forsøgsområder. De har det seneste år (2018) haft cirka 1.000 kommercielle overnatninger af lystfiskere:

Ca. 325 overnatninger af sportsfiskere

Ca. 675 overnatninger af "almindelige" lystfiskere

Tallene er opgjort på baggrund af de interviewedes erindring og ikke reel statistik, da ingen registrerer overnatninger specifikt på lystfiskerturister.

Kun 50 % af overnatningsstederne har oplevet at have besøg af sportsfiskere, hvor nogle kun har haft én overnatning af en sportsfisker og andre op til 50 overnatninger de seneste år.

STATUS FOR FACILITETER HOS OVERNATNINGSSTEDERNE

Undersøgelsen viser, at faciliteter hos de 37 overnatningssteder i de seks forsøgsområder fordeler sig således:

57 % har rensplads

57 % har tørreskab

97 % har aflåst skab

86 % har fryser

57 % er handicapvenligt indrettet (i varierende grad)

62 % har et bålsted/grill

Undersøgelsen viser, at 13 ud af 37 (35 %) af overnatningsstederne allerede har faciliteter til at honorere den seriøse sportsfiskers behov og ønsker. De 13 overnatningssteder fordeler sig på alle seks fokusområder. Det vil sige, at der i hvert

VIL ERHVERVET HAVE FLERE LYSTFISKERTURISTER?

Ja, tak er svaret! De oplever, der allerede er lystfiskere i deres område, og de vil gerne have flere, de kan tjene penge på. Guidebutikkerne synes, at det er interessant med tilrejsende lystfiskere, da de lægger penge i deres forretninger. Der er stor motivation og engagement for at komme i gang med at få flere lystfiskerturister til Limfjorden. Kortlægningen viser, at omkring 90 % af overnatningsstederne har lavest belægningsgrad i skuldersæsonen om foråret og efteråret, hvorfor de udtrykker stor interesse for at kunne tilbyde alternative tilbud til lystfiskerturister i for- og efterår. Dog mangler de fleste overnatningssteder information om, hvordan de bedst servicerer lystfiskerne og markedsfører sig over for dem.

forsøgsområde er mindst ét overnatningssted, der er gearet til at modtage sportsfiskere på nuværende tidspunkt. Det må dog påpeges, at flere i denne gruppe giver udtryk for, at de mangler information om målgruppen og fiskesteder for at kunne levere en ordentlig service til lystfiskerturister.

Antallet af overnatningssteder, der blot mangler få faciliteter for at kunne blive betegnet som klar til at modtage seriøse lystfiskere er også 13 ud af 37 (35 %). De overnatningssteder, hvor de skal igennem en større etablering af vigtige faciliteter, såsom rensbord, fælleskøkken og fryser, udgør 11 ud af 37 (30 %) af aktørerne. Alle overnatningssteder, der mangler faciliteter, udtrykker interesse for at udbedre de mangler, de har.

Det er et generelt ønske i de enkelte områder, at man har mere relevant viden om lystfiskeri og kan indgå i netværk, der henviser til hinanden lokalt. Eksempelvis efterlyses samarbejde med bådudlejninger og grejbutikker, da der opleves efterspørgsel på disse produkter. 75 % af de 37 overnatningssteder har haft spørgsmål af varierende karakter til fiskeri, såsom køb af fiske-tegn, salg af fiskestænger, viden om fiskepladser og sæsoner for fiskeri, samt hvor der er bådudlejninger og grejbutikker.

For alle 53 interviewede erhvervsaktører er der:

56 %, der sælger eller har Limfjordssekretariatets Lystfisker-guidebogen til udlån

11 % har bådudlejning

9 % har kajak og/eller kanouudlejning



STATUS TILKØBSYDELSER

Kortlægningen viser, at der i de seks forsøgsområder i 2018 har været:

Ca. 40 lystfiskerguidninger

Ca. 130 bådudlejninger

Grejbutikkerne har i undersøgelsen ikke været i stand til at opgive præcise tal på fordeling af omsætning på tilrejsende og lokale kunder. De ni grejbutikker adspurgt i undersøgelsen har sammenlagt 21 ansatte, der hovedsageligt er tilknyttet butikkernes fiskeafdelinger.

Sporadiske produktpakker og events

Kun Skive Fjord Camping, Egense Sejlklub, Lodsens Datter samt to lystfiskerguidere, der har henholdsvis sommerhus og B&B til udlejning, har arbejdet på at tilbyde pakkeprodukter henvendt til lystfiskere eller særlige lystfisker-events i form af konkurrencer og havørredkurser. Få grejbutikker har lavet fluebindings- eller kaste-kurser. Lystfiskerguiderne har ganske få guidninger i fjorden. Guiderne er ikke organiserede og har ikke samarbejdsaftaler med overnatningssteder osv. Det samme gør sig gældende for bådudlejning. Flere lystfiskerforeninger afholder konkurrencer, men ikke i samarbejde med overnatningssteder, bådudlejning eller guider. Der er tydeligvis potentiale i at styrke produktudviklingen mellem aktørerne, da det vurderes, at det vil styrke destinationens udvikling og attraktivitet.

Grejbutikkerne udviser stor interesse

Omkring Limfjorden er der ni grejbutikker, som til undersøgelsen udtrykker stor interesse og opbakning til udvikling af Limfjorden som lystfiskerdestination. Alle ni grejbutikker er interesserede i at indgå i et formaliseret samarbejde omkring en certificeringsordning. Certificeringsordningen skal signalere, at de er en del af udviklingen af Limfjorden som lystfiskerdestination, og at de står til rådighed, hvis der bliver stillet spørgsmål af gæster, som man på overnatningsstedet ikke føler sig rustet til at kunne svare på.

Samtidig svarer otte ud af ni, at de kunne være interesseret i at have et mindre udvalg af grej til salg hos fx overnatningssteder i området, hvis der udarbejdes klare retningslinjer til samarbejdet. På den måde kan det gøres endnu mere bekvemt for lystfiskerturisterne at besøge destinationen og samtidigt bidrage til den gode historie om, at Limfjorden er en "rigtig" lystfiskerdestination.

Lokale kompetente guider

Alle seks forsøgsområder har mindst én lokal guide, der har mange års erfaring i at fiske i Limfjorden, og som er interesseret i at bidrage med viden til projektet og arrangere ture for lystfiskere. Det vurderes derfor muligt at kunne tilbyde en guideservice. Hvis guiderne skal dække hele Limfjorden, og ikke kun lokalområdet, vil det være nødvendigt at lave et mindre kursus, hvor guiderne kan øge deres kendskabsgrad til alle gode fiskeområder i Limfjorden, før de ville føle sig godt klædt på til at give lystfiskerturisterne den bedste oplevelse.

Mere præcis og lokal information

For øjeblikket findes guidebogen "Lystfiskeri i Limfjorden" og hjemmesiden HavørredLimfjorden.dk, hvor lystfiskere kan orientere sig om relevante fiskesteder. Lystfiskerne værdsætter dog meget at få lokale fifs til, hvor der er godt at fiske. Undersøgelsen viser, at flere overnatningsvirksomheder er af den overbevisning, at der ikke er noget at fange i deres område af betydning, at "fjorden er død", hvorimod lokale lystfiskere og eksperter netop understreger, at der er mange "perler" langs Limfjorden og i vandløb. Det er vigtigt at få manet myten i jorden, så det ikke bliver en gængs opfattelse hos potentielle kunder til virksomhederne.

Samtidigt er der behov for at have en dialog i forsøgsområderne om åbningstider. Højsæsonen for havørredfiskeri starter allerede slut februar eller først i marts, hvor flere overnatningssteder endnu ikke har åbnet for sæsonen. Måske kan man skiftes til at have åbent forskellige uger i yderperioderne?

SEKS FORSØGSOMRÅDER

FUR

Fur er en ø, der ligger i den vestlige del af Limfjorden omgivet af Bjørnsholm Bugt, Risgårds Bredning, Livø Bredning samt Dråby Vig. Fur har færgeforbindelse til Salling, der kun tager 3-4 minutter.

UNIQUE SELLING POINTS

- Et erhverv der har fokus på at arbejde sammen om at gøre en dyd ud af at være gæstfri og yde en service, der får folk til at vende tilbage
- Gode fangstmuligheder på nærmest uberørte kyster, der kan gøres endnu bedre med den lokale og erfarne lystfiskerguide, der er tilknyttet dette forsøgsområde
- Flere historiske og kulturelle fyrtårne på øen, herunder Fur Bryghus der afholder koncerter med store navne, samt Knudeklinten, der er på bobler-listen til UNE-SCO's verdensarvsliste
- Stort udbud af lokale råvarer, såsom øl og mad.

NUVÆRENDE EFTERSPØRGSEL FRA LYSTFISKERE

På øen har erhvervet oplevet begrænset tilstrømning af gæster med forskellig interesse for lystfiskeriet det seneste år. Erhvervsaktørerne udtrykker, at de de seneste år i gennemsnit har haft omkring 50 sportsfiskere og 25 familier overnattende, hvor lystfiskeriet er en væsentlig del af ferien. Ifølge den lokale lystfiskerguide, der er tilknyttet projektet, er der tre faste sportsfiskere, der fisker på øen.

Der er en efterspørgsel på køb af fiskegrej og fisketegn. Erhvervet foreslår, at der bliver mulighed for at sælge et basissortiment af fiskegrej hos en af virksomhederne på øen, så gæsterne ikke skal køre til fastlandet, når de mangler småting til fisketuren.

HVAD SIGER LOKALE LYSTFISKERE OM FISKERIET?

Kysterne omkring Fur nævnes af flere som et rigtig godt fiskevand, hvilket understreges af en interviewperson, der kalder det "en gemt perle", hvor man, hvis man kender de rigtige lokationer, vil have svært ved at få en nul-tur. Der lægges af flere vægt på, at man kan gå lange stræk uden at møde mennesker. Lystfiskerturisten kan forvente en fantastisk oplevelse i stilhed, hvor fokus kan rettes udelukkende på fiskeriet. Dog nævnes det, at det ikke er her, man kan fange de helt store trofæfisk, da de havørreder, der fanges, sjældent bliver større end 35-40 cm. På bestemte pladser

kan opleves fantastisk fiskeri efter sild og hornfisk, som viser sig i hobetal i specielt foråret, men også helt hen i efteråret.

EKSISTERENDE MARKEDSFØRING

Furs lokale turistforening VisitFur har i 2018 lavet en film, der viser Furs samlede kvaliteter, og som også omhandler lystfiskeri. Desuden beskrives havørrefiskeri i Furguiden på to sider, som trykkes i sammenlagt 45.000 eksemplarer fordelt på 3 sprog. Herudover bruges generelt følgende kanaler til markedsføring af Fur: Hjemmeside, trykte annoncer, Facebook og Instagram, mund-til-mund. Ingen aktører markedsfører specifikke produkter relateret til lystfiskeri.

Desuden har Skiveegnens Erhvervs- og Turistcenter fokus på lystfiskeri på deres hjemmeside med alle fiskepladser fra Lystfiskerguidebogen, samt andre relevante lystfisker-relaterede produkter. En lang række af disse er på både tysk og engelsk.

På Fur gør man i fællesskab en stor indsats for at markedsføre sig bredt. Repræsentanter fra øen tager på feriemesser for at sælge Fur som en samlet destination.

SAMLET ANTAL LYSTFISKERRETTEDE FACILITETER HOS DE 6 AKTØRER

Overnatningsstederne samlet set

Renseplads: 1 (Under etablering ved yderligere 1 virksomhed)

Tørreskab: 3 (Under etablering ved yderligere 1 virksomhed)

Aflåst skab til udstyr: 6

Fryser: 5

Badefaciliteter: 6

Fælleskøkken: 4

Handicapvenlighed: 3

Bålsted/grill: 4

Øvrigt

Bådudlejning: 0

Sælgere af Lystfiskerguidebog: 3

Tilknyttet grejbutik: 1 på Salling

Lystfiskerguide: 1

SAMMENLAGT KAPACITET UAFHÆNGIGT AF SÆSON OG LUKKETIDER

Omkring 105 sengepladser + 100 campingenheder

Der er hele året mulighed for overnatning på øen, dog med bedst kapacitet i forår og efterår

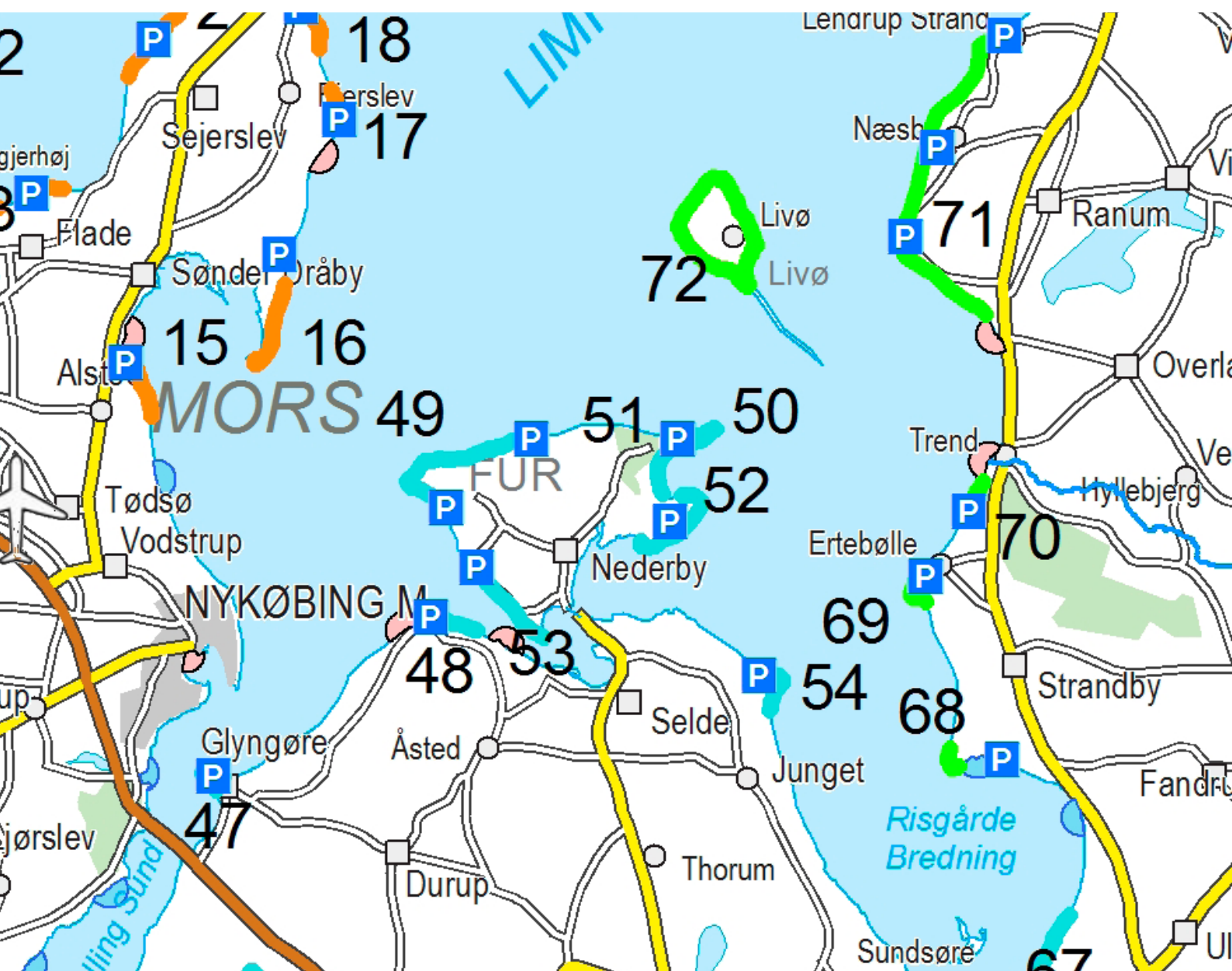
LOKALE RELEVANTE SAMARBEJDSPARTNERE

Andre oplevelsestilbud med relevans for målgruppen er Fur Bryghus, Café på Herrens Mark med mandemuseum samt et 100 år gammelt historisk fiskehus, hvor erhvervsfiskere har holdt til. Andre samarbejdspartnere er Fur Udviklingsråd og øvrige foreninger på Fur.

6 FISKEPLADSER I LYSTFISKERGUIDEBOKEN

Pladserne hedder:

- #48: Sæbygårds Odde
- #49: Fur Nordvest
- #50: Færker Odde
- #51: Færker Vig
- #52: Engelstør Odde og Grønner Odde
- #53: Harbo Odde





KONKLUSION PÅ FORSØGSOMRÅDET FUR

- Fur som forsøgsområde har bestemt forudsætningerne for at blive en attraktiv destination for lystfiskerturisme, da øen er omgivet af godt fiskevand.
- Der er ifølge flere lokale lystfiskere gode fangstmuligheder efter specielt havørreder, men også sild og hornfisk.
- Der opleves en interesse og investeringsvillighed blandt virksomhederne for at få mere lystfiskerturisme.
- Virksomhederne efterspørger mere viden om lystfiskerturisme.
- For at forholdene kan komme helt op i gear til at kunne modtage sportsfiskere, skal erhvervet matche efterspørgslen mere på faciliteter og markedsføre sig specifikt som lystfiskervenligt sted.
- Der bør være et udsalg af grej og udstyr på Fur, så en lystfisker med akutte mangler ikke skal tage en halv dag ud af kalenderen af deres ferie for at køre til nærmeste grejbutik på fastlandet.
- Der er kan være et problem i, at der i skuldersonerne er meget få åbne overnatnings- og spisesteder på øen. Der skal koordineres åbningstider.

GLYNGØRE

Forsøgsområdet omkring Glyngøre ligger på Salling-halvøen, ud til Salling Sund, omgivet af Skive Fjord og Kås Bredning. Området ligger naturskønt og med kort afstand til vandet. Der er under dette forsøgsområde medtaget aktører fra et større geografisk område end specifikt Glyngøre, da der var flere vigtige erhvervsaktører med erfaring for lystfiskeri, der var relevante at medtage.

UNIQUE SELLING POINTS

- Gode fiskepladser hele vejen rundt om Salling
- Flere i erhvervet der kan tilbyde gode faciliteter for sportsfiskeren
- Mange udbydere af spændende lokale råvarer, der tæller både østers, økologiske mejeriprodukter og flere landskendte bryggerier
- Limfjordens største fjordfiskekonkurrence over to dage i foråret
- Salling Aqua Park, som har skabt en spændende verden under vandet for dykkere, som har mulighed for at dykke på både stenrev, en nedsunken båd og tank, hvor man kan se flere arter, såsom torsk og sej, hummere, taskekrabber og sønemoner.

HVAD SIGER DE LOKALE LYSTFISKERE OM FISKERIET?

Fiskeriet i Glyngøre-området betegnes af flere som værende yderst attraktivt, idet placeringen på den vestlige side af Salling giver nogle strømforhold, der tiltrækker nogle pæne havørreder. Kås Bredning og over til Jegindø og Thyholm understreges af flere som steder, hvor der er flotte fisk at fange. På Kås Hoved har en lokal lystfisker desuden taget sin største fisk på 4,2 kg, hvilket vidner om, at der også kan fanges store havørreder.

Der peges desuden på Harrevig som en god plads til vinterfiskeri. Generelt opleves fiskeriet bedst med vind fra vestlig og sydlig retning med stigende vandstand. Skifter vinden derimod over til nordlig retning, skulle det have en negativ indvirkning på fiskeriet i dette forsøgsområde.

EKSISTERENDE MARKEDSFØRING

Skive Fjord Camping er den eneste aktør i dette område, der har målrettet markedsføring specifikt til lystfiskere.

Skiveegnens Erhvervs- og Turistcenter har fokus på lystfiskeri i form af lystfisker-relaterede produkter på deres hjemmeside til både lystfiskere og sportsfiskere. På både dansk, tysk og engelsk fortæller man således om alle fiskepladser i området fra Lystfiskerguidebogen, og også til fiskeriet i Karup Å.

NUVÆRENDE EFTERSPØRGSEL FRA LYSTFISKERE

Generelt oplever de interviewede efterspørgsel fra gæster om viden om fiskeriet i området. En aktør (Skive Fjord Camping) har med stor dedikation forsøgt at fokusere på lystfiskerturismen, dog med varierende grad af succes, da debutsæsonen i 2018 var præget af varmt vejr, hvilket har påvirket fiskeriet negativt. Dog har denne aktør også afholdt en lystfiskerkonkurrence, hvilket har resulteret i 7 udlejede hytter og 80 tilmeldte. Derudover har haft man op mod 25 hold lystfiskere i 2018. Andre overnatningssteder i området har mellem 0 og 50 lystfiskere boende i løbet af et år.

SAMLET ANTAL LYSTFISKERRETTEDE FACILITETER HOS DE 3 AKTØRER

Overnatningssteder

Renseplads: 1

Tørreskab: 0

Aflåst skab til udstyr: 3

Fryser: 2

Badefaciliteter: 3

Fælleskøkken: 3

Handicapvenlighed: 3

Bålsted/grill: 2

Øvrige faciliteter

Bådudlejning: 0 (Dog udlejer 1 sted kajaker)

Sælgere af Lystfiskerguidebog: 0

Tilknytning til grejbutik: 1

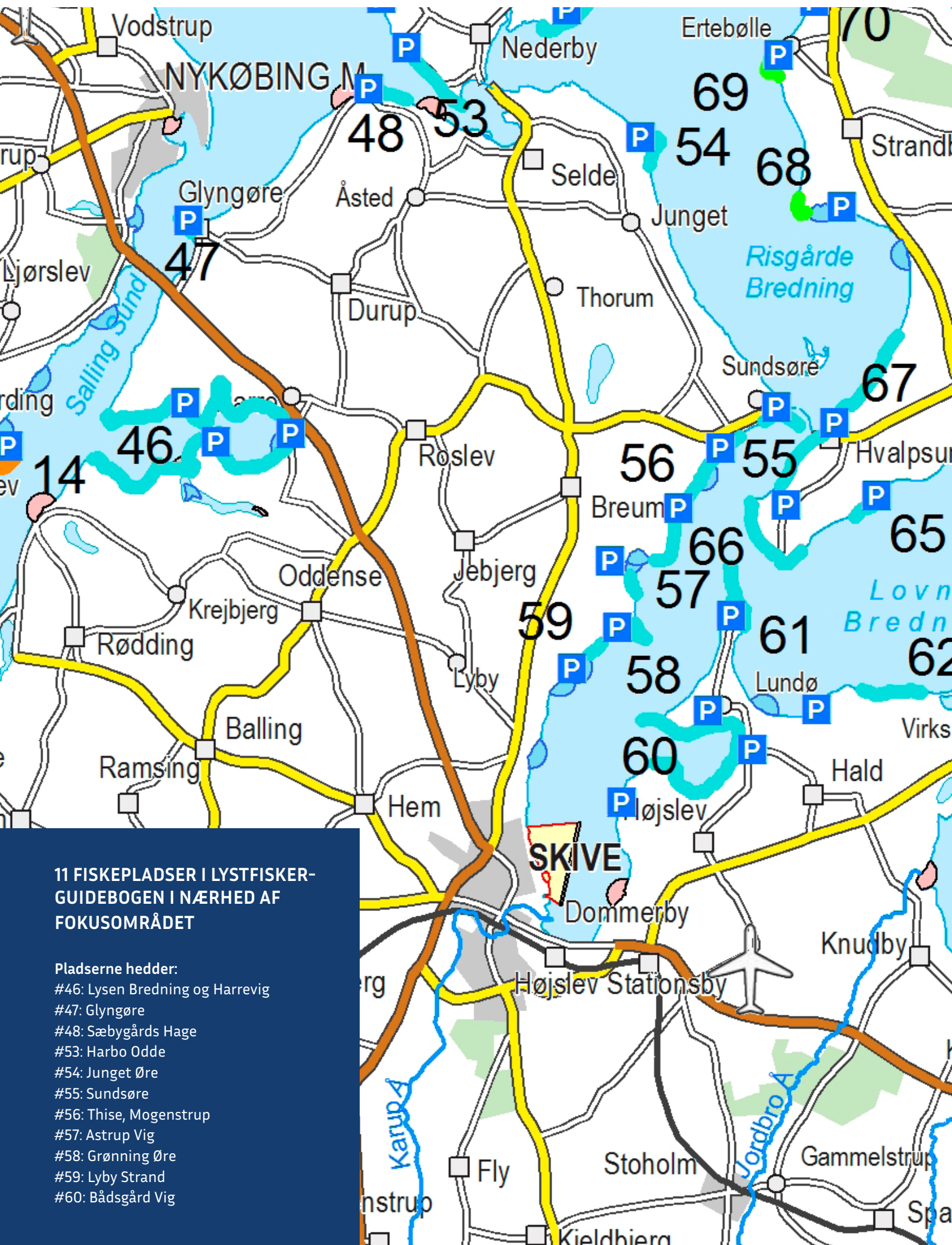
Lystfiskerguide: 1 med tilknytning til området

SAMMENLAGT KAPACITET UAFHÆNGIG AF SÆSON OG LUKKETIDER

210 sengepladser med bedst kapacitet forår og efterår, dog med fin kapacitet hele året i sommerhuse. Herudover 175 campingenheder og 25 teltpladser sammenlagt hos aktørerne.

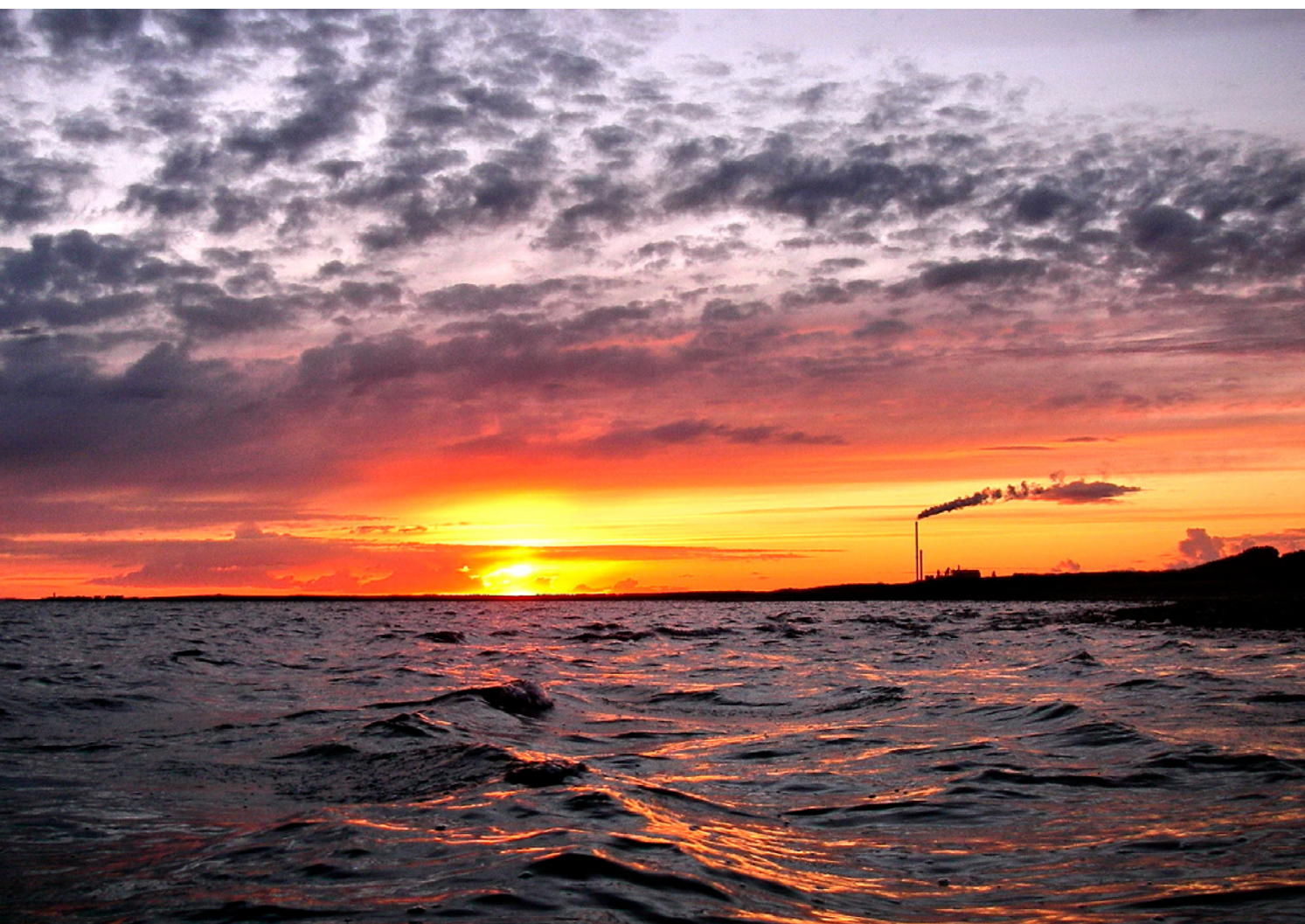
Lokale relevante samarbejdspartnere

Østersbar og Glyngøre Shellfish, Limfjordens Hus, Salling Aqua park.



KONKLUSION PÅ FOKUSOMRÅDET GLYNGØRE

- Forsøgsområdet har ikke realiseret sit potentiale for lystfiskerturisme. Der er dog stor åbenhed omkring samarbejde for flere lystfiskerturister, og der ses generelt muligheder i at geare overnatningsstederne med faciliteter, der matcher målgruppens behov.
- Virksomhederne efterspørger mere viden om lystfiskerturisme.
- Skive Fjord Camping har som en aktør med fokus på lystfiskeri et potentiale og har allerede investeret i at kunne skabe attraktive forhold for målgruppen. Både markedsførings- event- og facilitetsmæssigt er de langt fremme.
- Pinenhus Hotel har med 4 sommerhuse basis for at kunne skabe gode rammer, der passer sportsfiskernes efterspørgsel med små justeringer og investeringer for at få de sidste faciliteter.
- Der er et spændende udbud af oplevelser, der matcher efterspørgslen hos lystfiskerturister for komplementære tilbud, såsom lokal mad og drikkevarer, attraktioner og oplevelser.



HALS/EGENSE

Hals/Egense ligger ved Limfjordens østlige udløb i Kattegat. Denne beliggenhed giver unik mulighed for at fiske i både fjorden langs den åbne kyst eller på åbent vand fra båd eller kajak.

UNIQUE SELLING POINTS

- God placering ved Limfjordens udmunding, hvilket giver muligheder for fiskeri på både Limfjordens kyster og i Kattegat fra mole/strand og fra båd
- Stor diversitet i fiskearter der er mulige at fange
- Attraktive forhold for målgruppen med udbud af lystfiskerrettede tilbud, events og oplevelser
- Kort afstand til Danmarks fjerde største by, Aalborg, med flere tilbud til alle typer lystfiskere og deres familier

HVAD SIGER DE LOKALE LYSTFISKERE OM FISKERIET?

Med den placering som Hals har, lige hvor hav og fjord mødes, kan lystfiskeren opleve stor diversitet i sit fiskeri. I Limfjorden er det overvejende fiskeri efter havørred, sild og hornfisk, der praktiseres. Fiskes der fra Østkysten er der mulighed for at vadefiske eller sejle ud i båd/kajak og jage både havørred, makrel, torsk og multer, pighvar og andre fladfisk. I perioder fanges der også den eftertragtede havbars. I fjordens yderste del, Langerak, og i Vejdybet, der ligger på overgangen mellem fjord og hav, bliver der fanget flotte fisk. Der er meldt om fangst af havørreder på over 6 kg, som dog kun sker en gang i mellem.



EKSISTERENDE MARKEDSFØRING

Lodsens Datter, Egense Sejlklub og Aalborg Jolleudlejning er de eneste, der har målrettet markedsføring specifikt til lystfiskere.

VisitAalborg har også et beskedent fokus på lystfiskeri, der dog kan komme op på et noget højere niveau ved at inkludere de mange fiskepladser i området fra Lystfiskerguiden. Der er nogenlunde tilsvarende markedsføring på både tysk og engelsk.

NUVÆRENDE EFTERSPØRGSEL FRA LYSTFISKERE

Der kommer gæster fra flere nationaliteter (DK, Tyskland, Norge, Sverige) til området, der efterspørger viden om fiskeriet, og af deciderede lystfiskerturister har der været omkring 175 af det seneste år. Flere aktører oplever en stigende efterspørgsel på viden og oplevelser relateret til fiskeri. Der afholdes derfor lystfiskerkonkurrencer, og der er mulighed for at komme med en lokal ud at sejle.

En virksomhed på Hals Havn har desuden etableret en forretning, som tilbyder services relateret til fiskeri og vandsport samt udlejning af båd.

Ud over de hardcore lystfiskerturister ser Hals også de mere softcore lystfiskere og familier, som efterspørger grejsalg, bådudlejning, udlån af redningsveste og Put & Take fiskesø.

ANTAL BÅDUDLEJNINGER I 2018:

Aalborg Jolleudlejning:

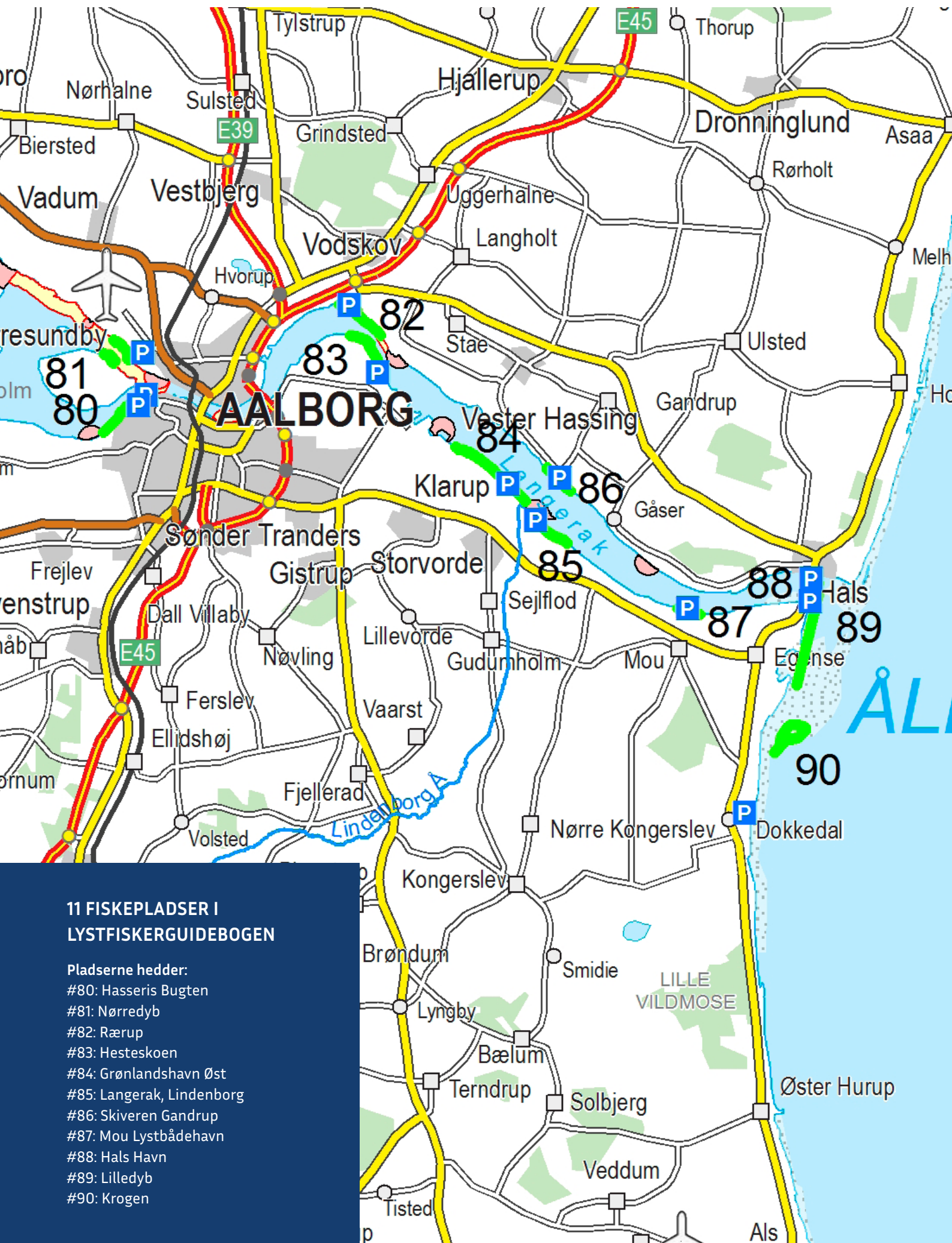
4 udlejninger med lystfiskeri som årsag

Lodsens Datter:

50-100 udlejninger i 2018 (Dog langt fra alle til lystfiskeri)

Privat båd i Egense Sejlklub:

10-15 tyske og 2-3 hollandske lystfiskere



11 FISKEPLADSER I LYSTFISKERGUIDEBOKEN

Pladserne hedder:

- #80: Hasseris Bugten
- #81: Nørredyb
- #82: Rærup
- #83: Hesteskoen
- #84: Grønlandshavn Øst
- #85: Langerak, Lindenberg
- #86: Skiveren Gandrup
- #87: Mou Lystbådehavn
- #88: Hals Havn
- #89: Lilledyb
- #90: Krogen



SAMLET ANTAL LYSTFISKERRETTEDE FACILITETER HOS 8 AKTØRER I OMRÅDET

Overnatningssteder

Renseplads: 4

Tørreskab: 3

Aflåst skab til udstyr: 6

Fryser: 7

Badefaciliteter: 6

Fælleskøkken: 5

Handicapvenlighed: 5

Bålsted/grill: 5

Øvrige faciliteter

Bådudlejning: 2 (Herunder 1 med fiskekajak og 1 der ikke ønsker kommerciel udlejning af sin private båd, men gerne vil tage folk med ud, blot de betaler for brændstof)

Sælgere af Lystfiskerguidebog: 4

Tilknytning til grejbutik: 2

Salg af Lystfiskerguidebog: 2

SAMMENLAGT KAPACITET UAFHÆNGIGT AF SÆSON OG LUKKETIDER

Sammenlagt kapacitet på hele året: 100+ sengepladser og 100 sommerhuse, hvor der er ønske om at udvælge nogle til at være specifikt lystfiskervenlige. Herudover 500+ enheder til campingvogn.

LOKALE RELEVANTE SAMARBEJDSPARTNERE

GoBoat, Koldkærgaard Konferencecenter, attraktionerne Hvalgabet & Ryghvirvlen, Aalborg som er Danmarks fjerde største by med rigt kulturliv og spændende gastronomisk scene.

KONKLUSION PÅ FORSØGSOMRÅDET HALS/EGENSE

- I Hals/Egense har flere virksomheder inden for det sidste år spottet et forretningspotentiale i lystfiskerturisme og er derfor begyndt at tilbyde services til turister, der efterspørger viden om fiskeriet, udlejning af båd samt køb af fiskekort og -grej. Forsøgsområdet vurderes dog langt fra at have realiseret sit potentiale inden for lystfiskerturisme.
- I området er der gode forhold og faciliteter til at få lystfiskerturismen til at blomstre, og virksomheder og ildsjæle i denne undersøgelse er klar til at yde en indsats – de skal blot have hjælp til at få indsatserne sat i system. De er også bevidste om vigtigheden af netværk og viden om hinandens styrker, potentialer og lystfiskerrelateret know-how.
- Netværksmøder om lystfiskerturisme i regi af Limfjordsrådets Sekretariat og VisitAalborg har allerede betydet, at der opleves en gensidig opblomstring af henvisninger til hinanden og samarbejder – alt sammen med henblik på ikke at miste lystfiskerturister i området.
- Virksomhederne, ildsjæle og guider ser sig som hinandens forudsætninger for den gode oplevelse og det gode værtskab, og der udtrykkes stor støtte og begejstring for projektet om at få flere lystfiskerturister til Nordjylland.
- Med få investeringer hos nogle aktører vil der kunne tilbydes forhold, der matcher endnu mere efterspørgslen hos målgruppen. Forsøgsområdet har hele paletten af den type tilbud og oplevelser, som målgruppen vil have: God tilgængelighed til og information om fiskeriet, bådudlejning, servicemindede værter og god forståelse for fiskemulighederne ved flere af erhvervsaktørerne.

HVALPSUND

Hvalpsund på Vesthimmerlands kyst ligger omgivet af Lovns Bredning og Risgårde Bredning, hvor havørreder trækker op igennem fra åerne, der har udløb i Hjarbæk Fjord og Skive Fjord. Området har med færgen til Salling-halvøen en god placering og sammenhæng med Sundsøre, hvilket medfører en gennemstrømning af både lokale og turister.

UNIQUE SELLING POINTS

- Naturen på Vesthimmerlands Kyst er utrolig smuk og har gode forudsætninger for rigtig godt fiskeri
- Fantastisk placering, der giver trækkende havørreder fra både Hjarbæk og Skive Fjord, hvor der meldes om flotte fangster
- En meget engageret og serviceorienteret flok af lokale, der er indstillet på at skabe basis for, at målgruppen føler sig velkomne
- Specielt og spændende add-on i form af Brænderiet Limfjorden i Sundsøre, der har alle forudsætninger for at skabe en god atmosfære som emmer af lystfiskeri, med snaps, gin og whisky på menukortet samt mulighed for overnatning i egen hytte i kort afstand fra gode fiskepladser.



HVAD SIGER DE LOKALE LYSTFISKERE OM FISKERIET?

Hvalpsund nævnes af flere til at ligge i et spændende fiskeområde. Vandet ved Hvalpsund ligger som indgangen til den resterende del af Limfjorden med Skive- og Hjarbæk Fjorde, samt Lovns Bredning, hvor fiskeriet betones som specielt godt.

Der lægges generelt vægt på, at fiskeriet er godt omkring Hvalpsund, men at specielt Hjarbæk Fjord og Skive Fjord er udsatte i de varme somre, hvor man oplever iltsvind, der giver konsekvenser i lang tid fremover.

Bevæger man sig nordpå, nævnes Bjørnsholm Bugt som et område med flere gode fiskepladser, både ved Rønbjerg, Trend, Risgårde, Ertebølle og Næsbydale.

Himmerlands vandløb er desuden kendt for at have nogle robuste og stærke havørred-stammer. Der rapporteres ofte om fisk på 2,5-3 kg og enkelte endnu større.

Sæler nævnes med bekymring som en betydelig trussel for fiskeriet, da flere har oplevet jagende sæler, der gør indhug i bestanden af havørreder, både i fjorden, men også langt op i åerne, når havørrederne står på deres gydepladser.

EKSISTERENDE MARKEDSFØRING

Ingen virksomheder i området markedsfører sig specifikt til lystfiskere.

Dog har VisitVesthimmerland et betragteligt fokus herpå med en lang række artikler og referencer til lystfiskerrelaterede oplevelser i området og fiskepladser fra Lystfisker-guiden i området. Disse findes i varierende grad også på tysk og engelsk.

NUVÆRENDE EFTERSPØRGSEL FRA LYSTFISKERE

Der er en meget begrænset efterspørgsel fra tilreisende lystfiskere til området – vurderingen er, at der max har overnattet 20 lystfiskere det seneste år.

Flere turister, som ikke kan betegnes som sportsfiskere, benytter sig af Put & Take fiskesøer i området.

Samlet antal lystfiskerrettede faciliteter hos de 3 aktører i området

Overnatningssteder

Renseplads: 1

Tørreskab: 1

Aflåst skab til udstyr: 3

Fryser: 1

Badefaciliteter: 3

Fælleskøkken: 1

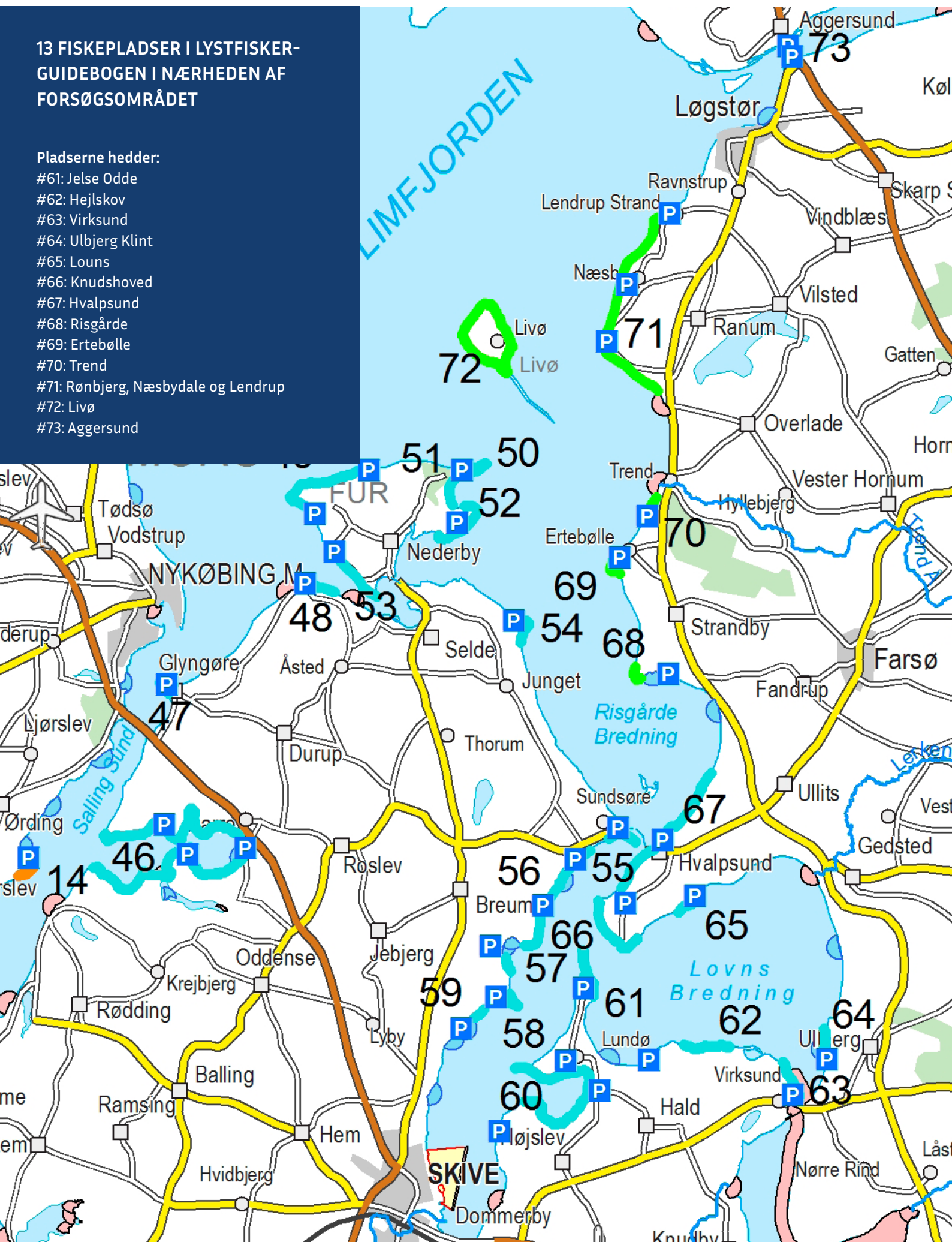
Handicapvenlighed: 1

Bålsted/grill: 2

13 FISKEPLADSER I LYSTFISKER- GUIDEBOGEN I NÆRHEDEN AF FORSØGSOMRÅDET

Pladserne hedder:

- #61: Jelse Odde
- #62: Hejlskov
- #63: Virksund
- #64: Ulbjerg Klint
- #65: Louns
- #66: Knudshoved
- #67: Hvalpsund
- #68: Risgårde
- #69: Ertebølle
- #70: Trend
- #71: Rønbjerg, Næsbydale og Lendrup
- #72: Livø
- #73: Aggersund



Øvrige faciliteter

Bådudlejning: 2 lejer kano/kajak ud

Sælgere af Lystfiskerguidebog: 1

Tilknytning til grejbutik: 1

Lystfiskerguide: 1 guide med tilknytning til dette fokusområde

Grejbutik: I relativ nærhed og som har kendskab og kontakt til de andre aktører

SAMMENLAGT KAPACITET UAFHÆNGIG AF SÆSON OG LUKKETIDER

God plads året rundt, men forår og efterår er der størst ledig kapacitet. Sammenlagt kapacitet hele året er 136 sengepladser og 230 campingenheder

LOKALE RELEVANTE SAMARBEJDSPARTNERE

Limfjordsbrænderiet i Sundsøre er en samarbejdspartner, hvor der tilbydes rundvisninger, smagsprøver samt salg af lokalt produceret øl og brændevin. Ejeren har en idé til at lave en speciel gin og/eller snaps med Havørred Limfjorden logo, og at der gives en donation til vandpleje/havørreden ved køb af flasken. Andre samarbejdspartnere er Hvalpsund Borgerforening, Put & Take og Hvalpsund Net.

KONKLUSION PÅ FORSØGSOMRÅDET HVALSSUND

- Forsøgsområdet har ikke realiseret sit potentiale for lystfiskerturisme. Der er mange gode fiskespot i området, men overnatningsstederne ser meget få lystfiskere komme deres vej, og overnatningsstederne efterspørger viden om lystfiskerturisme.
- Både overnatningsmuligheder, tilgængelighed til fiskepladser og relativ kort afstand til nærmeste lystfiskerbutik og -guide er på plads for at kunne matche efterspørgslen fra lystfiskerne, dog vil det komme til at knibe, hvis man vil tage imod en hardcore sportsfisker.
- Der opleves en åbenhed, gode idéer og god forretningsforståelse og visioner for udvikling af området for at kunne tiltrække nye målgrupper, såsom lystfiskere.
- Der lægges vægt på, at det skal kunne betale sig og give mening økonomisk at investere i efterspurgte faciliteter.
- Der er fokus på det gode værtsskab, og det at skabe gode oplevelser for gæsterne ved, at man henviser til hinanden og sørger for et generelt højt serviceniveau.



Venø ligger i Venø bugt, der ligger i den vestlige del af Limfjorden, 2 minutters sejlads fra fastlandet ved Struer. Færgen sejler cirka 44 gange i døgnet.

UNIQUE SELLING POINTS

- Flot og vild natur og gode og tilgængelige kyster på størstedelen af øen
- En række fødevareraktiviteter med spændende og lokale råvarer, såsom østers, lam og kartofler, samt Venø Kro med signatur-retten "Venø-bøf"
- Som komplementære oplevelser kan nævnes flere vandre- og cykelruter i området, nogle af Danmarks bedste vindforhold til hang- og paraglidere, samt rigtig gode forhold for at plukke muslinger og fange hummere
- Engagerede lokale der vil arbejde hårdt for at gøre området attraktivt for målgruppen ved at få fokus på at få etableret efterspurgte faciliteter.
- Bredt udbud af overnatningsmuligheder med mindst én aktør i alle kategorier, der har alle eller næsten alle faciliteter, der efterspørges af målgruppen.

NUVÆRENDE EFTERSPØRGSEL FRA LYSTFISKERE

Det vurderes, at omkring 40 sportsfiskere/grupper af sportsfiskere har besøgt Venø det seneste år, imens der opleves en større andel af hummerfiskere, der kommer med egen båd eller som undervandsjægere med harpun.

Den største gruppe lystfiskere, der er set, er når sildene er at finde i Limfjorden. På denne tid har man oplevet besøg af op mod 400 lystfiskere, der fisker sild, og herudover ser man en del familier og fædre/sønner på tur efter andre arter. Generelt opleves efterspørgsel på viden om fiskeri, såsom typer af fiskeri efter sæsonen, gode fiskepladser, salg af fiske-tegn, grej og orm, bådudlejning osv.

HVAD SIGER DE LOKALE LYSTFISKERE OM FISKERIET?

I området omkring Venø fortæller der om "fantastisk fiskeri" både af folk, der har haft god succes på selve øen på Venø Odde, hvor der er gode strømforhold, muslingebanker og dybt vand, der holder på havørreder. Men også omkringliggende pladser, såsom Remmerstrand og Jegindø nævnes som godt til fiskeri. Overnatningsstederne og grejbutikkerne i disse områder bliver ofte vist billeder af flotte fangster fra mange lystfiskere, der er tydeligt begejstrede for fiskeriet her.

Desværre fortæller det, at der i området opleves færre lystfiskere, fordi der også opleves, at der er færre havørreder. Flere snakker om, at det kan blive nødvendigt med udsætninger for, at bestanden ikke bliver overfisket. Indtil for 3 år siden var der fantastisk fiskeri, hvor der skete mere i efterår og forår i området omkring Venø. Det er dog gået lidt ned ad bakke

de senere år på grund af forringet vandkvalitet og for lidt restaureringsarbejde. Der er ikke de store "sælproblemer" her, hvilket skal ses som et positivt aspekt.

EKSISTERENDE MARKEDSFØRING

Ingen virksomheder i området markedsfører sig specifikt til lystfiskere.

Dog er der fra Enjoy Limfjorden fokus i form af et hav af artikler og oplevelser med fokus på fiskeri og gode fiskepladser, hvoraf mange også er oversat til både tysk og engelsk.

SAMLET ANTAL LYSTFISKERRETTEDE FACILITETER HOS DE 7 AKTØRER I OMRÅDET

Overnatningssteder

Renseplads: 5

Tørreskab: 5

Aflåst skab til udstyr: 6

Fryser: 7

Badefaciliteter: 7

Fælleskøkken: 5

Handicapvenlighed: 2

Bålsted/grill: 6

Øvrige faciliteter

Bådudlejning: 0 (Dog udlejer 2 virksomheder kano/kajak og 1 virksomhed har gjort tidligere)

Salg af Lystfiskerguidebog: 1

Tilknytning til grejbutik: 2

Lystfiskerguide: 1 med tilknytning til Venø

SAMMENLAGT KAPACITET UAFHÆNGIGT AF SÆSON OG LUKKETIDER

Omkring 150 sengepladser og 300 campingenheder. Mulighed for overnatning året rundt på øen, dog med bedst kapacitet i forår og efterår.

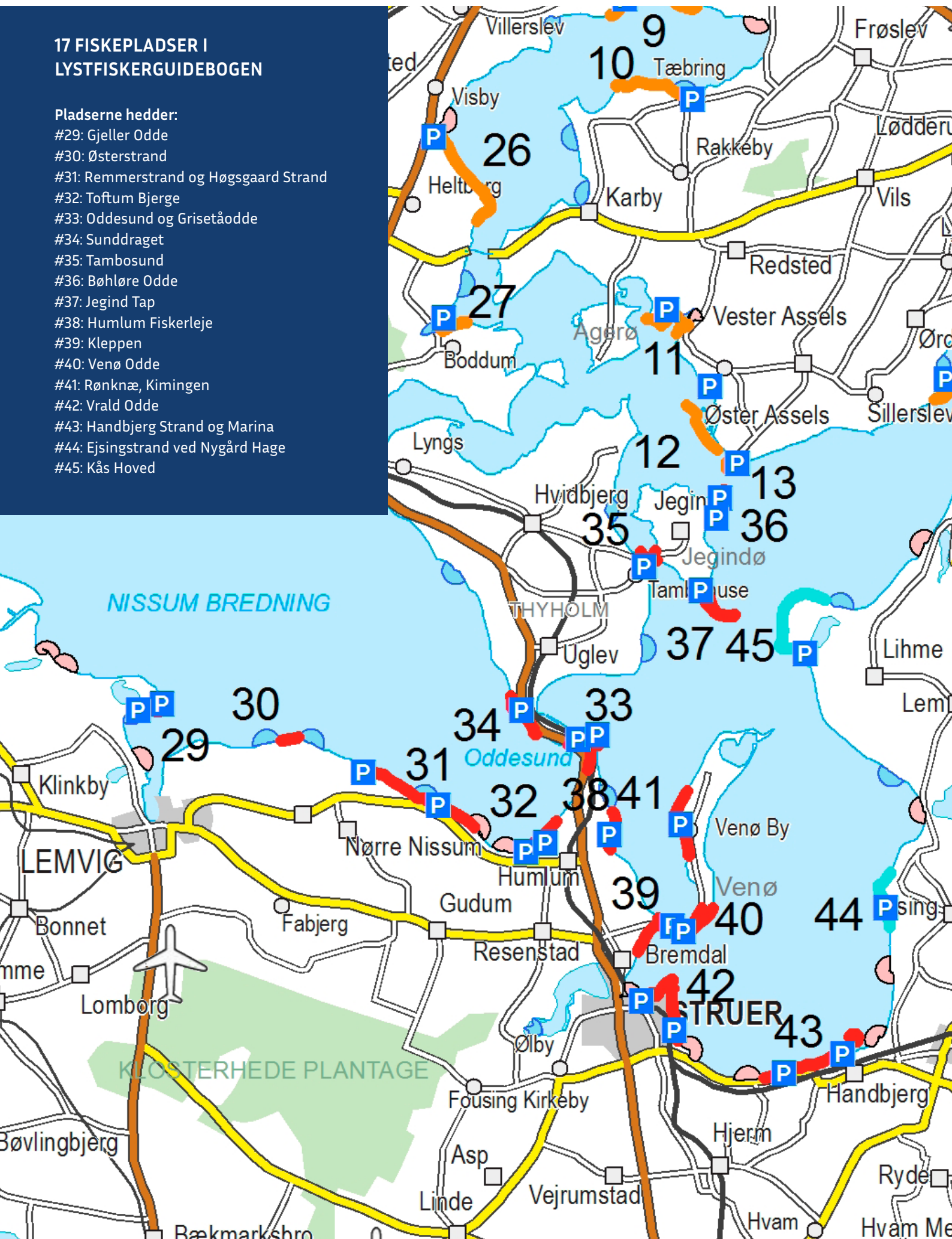
LOKALE RELEVANTE SAMARBEJDSPARTNERE

Beboerforeningen Venøboen, Nørskov med Venø Kartofler & Lam, Venø Seafood, Venø Efterskole, Venø Kro, Handbjerg Marina.

17 FISKEPLADSER I LYSTFISKERGUIDEBOGEN

Pladserne hedder:

- #29: Gjeller Odde
- #30: Østerstrand
- #31: Remmerstrand og Høgsgaard Strand
- #32: Toftum Bjerge
- #33: Oddesund og Grisetåodde
- #34: Sunddraget
- #35: Tambosund
- #36: Bøhløre Odde
- #37: Jegind Tap
- #38: Humlum Fiskerleje
- #39: Kleppen
- #40: Venø Odde
- #41: Rønknae, Kimingen
- #42: Vrald Odde
- #43: Handbjerg Strand og Marina
- #44: Ejsingstrand ved Nygård Hage
- #45: Kås Hoved





KONKLUSION PÅ FOKUSOMRÅDET VENØ

- Forsøgsområdet har ikke realiseret sit potentiale for lystfiskerturisme, men med det i forvejen gode samarbejde der eksisterer på tværs af aktører, er der bestemt gode udviklingsmuligheder.
- Virksomheder og andre på Venø udtrykker stor åbenhed for mere lystfiskerturisme, men der efterspørges mere viden. Der ses muligheder i at udvikle og samarbejde på øen, da flere ildsjæle har fokus på udvikling af nye tiltag for at sikre turismen i fremtiden.
- Der er aktører, der kan påtage sig at varetage roller, der dækker de efterspurgte services og faciliteter. De aktører, der på nuværende tidspunkt ikke har faciliteter, er åbne for at etablere nogle, hvis det kan give økonomisk mening.
- Der er stor gennemstrømning af turister på Venø, blandt andet fra Humlum Fiskerleje og Camping, der alene har 50.000 overnatninger om året.
- Pension Laksebo har flere års erfaring med sportsfiskere og tilbyder alle efterspurgte faciliteter samt guideservice.

VILDSUND

Vilsund ligger i det nordvestlige hjørne af Mors samt i den østlige del af Thy, hvor Thisted Bredning og Vilsund mødes, hvilket omfatter et stort område hele vejen rundt om Mors samt store dele af Thy fra det Nordlige Thyholm op til Feggesund.

UNIQUE SELLING POINTS

- En lang række rigtigt gode fiskepladser, der ligger som perler på en snor hele vejen rundt om øen.
- Et meget bredt udbud af lystfisker- og friluftsrrettede tilbud, hvor der både tilbydes bådtur med guide, fiskekajakudlejning, sælsafari, overnatning i shelters og telt, røgeovn til fisk, UV-jagt, SUP, kajaker, madpakker til ture og hjemmebrændt snaps til lystfiskere.
- Andre oplevelser tæller blandt andet Morsø Friluftscener med egen urtehave med grøntsager, der kan tilberedes sammen med friskfangne fisk, udsalg af egen glaskunst, gårdbutik, traktortur, firmaarrangementer med teambuilding (tømmeflådebygning, øksekast, snittekursus), osv.

HVAD SIGER DE LOKALE OM FISKERIET?

På Mors lægges der i forbindelse med fiskeriet vægt på "en stor naturoplevelse" ved at stå på kysterne rundt om øen. Det er muligt at fange pæne havørreder. Det kræver dog erfaring og god viden om forholdene for at være på de rigtige pladser på de rigtige tidspunkter. Specifikt nævnes Dråby Vig, Dragstrup Vig og Doverodde i Nees Sund som steder, hvor fiskeriet kan "være i topklasse". "Nul-ture" hører til sjældenheder, fordi der altid er læ at finde og gode pladser på både den vestlige og østlige side af øen.

Fiskene går gerne tæt under land i jagten på føde, hvorfor det anbefales at fiske fra kysten, før der vades ud. Flere lokale lystfiskere lægger vægt på, at der er fisk nok til alle. Dog skal man ikke regne med at fange de største trofæfisk her, da havørrederne ofte ligger under 2 kg. Denne størrelse fisk vil for mange dog være en drømmefisk at fange.

EKSISTERENDE MARKEDSFØRING

Dragstrup Camping er den eneste virksomhed i området, der markedsfører sig til lystfiskere, dog er det ikke målrettet markedsføring, men at man har egen fiskesø og sælger grej til fiskeri.

VisitMors har ikke stort fokus på lystfisker-markedsføring online, med få artikler og henvisninger til lystfiskerprodukter og -oplevelser. Dog er der gjort meget for at informere og omdele Lystfiskerguiden til flere partnere på Mors.

NUVÆRENDE EFTERSPØRGSEL FRA LYSTFISKERE

Aktørerne oplever både sportsfiskere, der vil fiske havørreder,

men har også en stor gruppe gæster, der tager med kutter ud fra Hanstholm og Thyborøn for at dybhavsfiske efter torsk og sej. Flere oplever efterspørgsel på viden om Put&Take fiskeri. Herudover ses der hummerfiskere. Da disse typer fiskeri ofte indgår som en del af en pakkelsejning, er flere virksomheder i området åbne for at kunne tilbyde noget lignende, hvor man kan købe en "lystfiskerpakke" og opleve hele området over nogle dage med forskellige typer overnatning og mad, fiskeri, osv.

Overnatningsstederne vurderer, at de har 85 besøg af sportsfiskere om året og omkring 115 softcore lystfiskere, der også går efter Put&Take fiskeri.

SAMLET ANTAL LYSTFISKERRETTEDE FACILITETER HOS DE 13 AKTØRER I OMRÅDET

Overnatningssteder

Renseplads: 9
Tørreskab: 9
Aflåst skab til udstyr: 13
Fryser: 12
Badefaciliteter: 13
Fælleskøkken: 8
Handicapvenlighed: 7
Bålsted/grill: 5

Øvrige faciliteter

Bådudlejning: 2
Sælger af Lystfiskerguidebog: 3
Tilknytning til grejbutik: 2
Lystfiskerguide: 1 tilknyttet fokusområdet

ANTAL BÅDUDLEJNINGER:

Morsø Friluftcenter: 0 – men har heller ikke annonceret omkring det
Appel Adventure: 10

SAMMENLAGT KAPACITET UAFHÆNGIGT AF SÆSON OG LUKKETIDER

Det er muligt at finde et åbent overnatningssted hele året, dog bedst vinter, forår og efterår. Overnatningskapacitet i området er på omkring 350 sengepladser og 325 campingenheder.

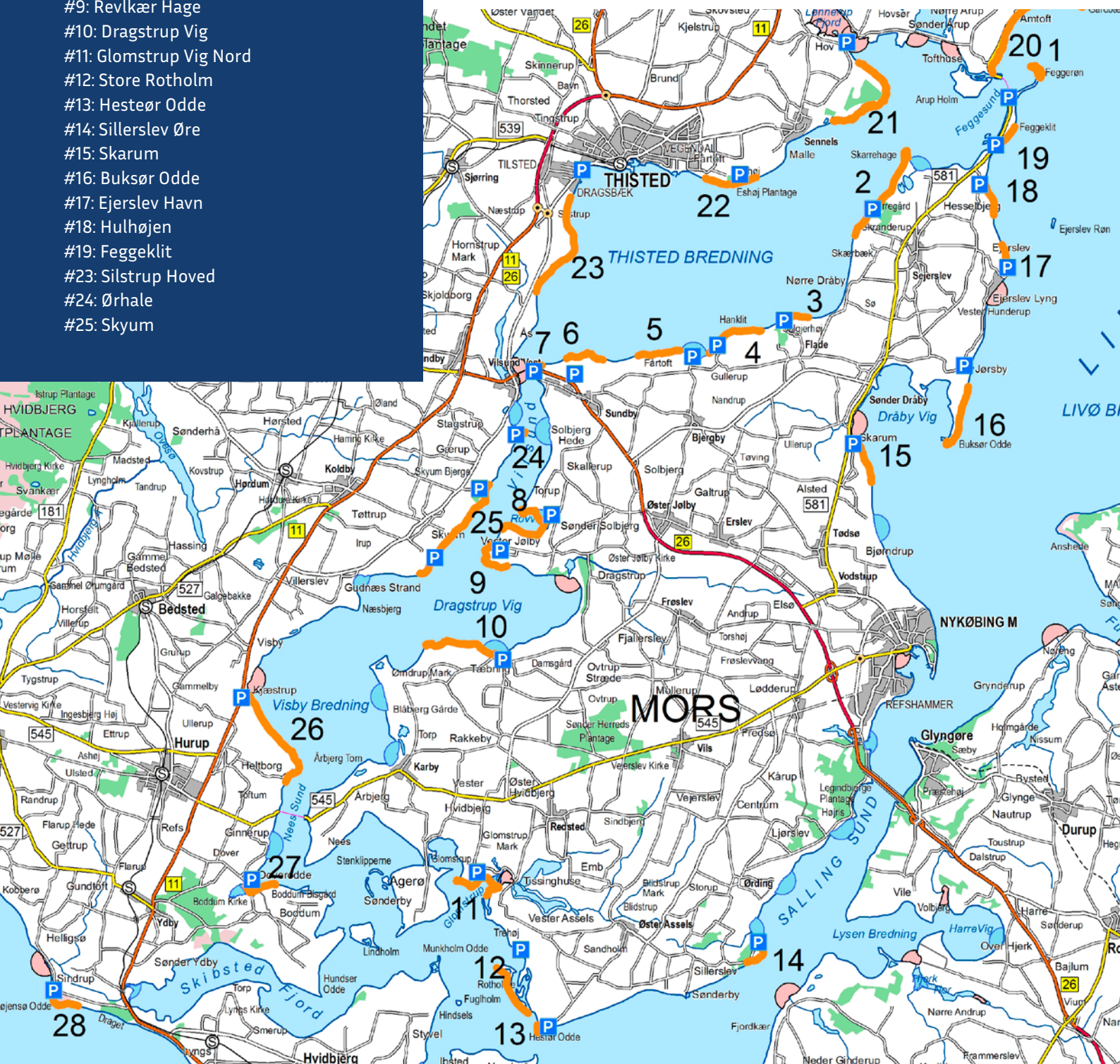
LOKALE RELEVANTE SAMARBEJDSPARTNERE

Morsø Lystfiskerforening, Morsø Turistbureau, Nationalpark Thy, Jesperhus Blomsterpark er mulige samarbejdspartnere får at udvikle et tilbud til lystfiskerturister af forskellige slags.

22 FISKEPLADSER I LYSTFISKER- GUIDEBOKEN I NÆRHED AF FORSØGSOMRÅDET

Pladserne hedder:

- #1: Feggerør
- #2: Skærbæk Bjerge - Skanderup
- #3: Skibsted Strand
- #4: Hanklit
- #5: Gullerup
- #6: Sundby Stengrund
- #7: Vilsund Øst
- #8: Rovvig
- #9: Revlkær Hage
- #10: Dragstrup Vig
- #11: Glomstrup Vig Nord
- #12: Store Rotholm
- #13: Hesteør Odde
- #14: Sillerslev Øre
- #15: Skarum
- #16: Buksør Odde
- #17: Ejerslev Havn
- #18: Hulhøjen
- #19: Feggeklit
- #23: Silstrup Hoved
- #24: Ørhale
- #25: Skyum



KONKLUSION PÅ FORSØGSOMRÅDET VILSUND

- Forsøgsområdet har ikke realiseret sit fulde potentiale for lystfiskerturisme, men der er stor interesse for det. Virksomhederne efterspørger dog mere viden om lystfiskerturisme.
- I området findes flere aktører med stor interesse i at samarbejde og skabe en god oplevelse for lystfiskerturister. Der eksisterer et netværk blandt overnatningssteder i området, hvor der generelt er fokus på at henvise gæster til hinanden, hvis man selv har overbooket.
- Der eksisterer en lang række komplementære oplevelser, som matcher flere af de ting, som målgruppen efterspørger.
- Appel Adventure har alt, hvad målgruppen efterspørger, og går fra 2019 på fuld tid som jagt- og lystfisker- guide med eget fuldt ekviperet sommerhus, bådudlejning, urtehave, samtidig med, at der kommer flere typer friluftsoplevelser (muslingeplukning, dykning, klatring, SUP-boards).
- Der synes at være en god forretningsforståelse og et visionært mind-set hos flere aktører, der ser mange muligheder at markedsføre til markedsføre sig over for lystfiskere, da det produkt, målgruppen efterspørger, matcher områdetets ressourcer.
- Da der på Mors kan være langt til nærmeste butik understreges det, at man for at skabe en service, der lever op til forventningerne, bør tilbyde udsalg af grej og udstyr.



SALG OG MARKEDSFØRING

På baggrund af research hos andre danske lystfiskerdestinationer vurderes den mest optimale markedsføringsstrategi for Limfjorden at være en kombination af:

- Bevidst, strategisk brandudvikling
- En stærk digital tilstedeværelse
- Advertorials og lignende i fagblade
- Nationalt og internationalt pressearbejde
- Bloggere
- *Brand*-magasin (med udtryk af et livsstilsmagasin).

STATUS FOR MARKEDSFØRING

Markedsundersøgelsen viser, at der indtil nu har der været følgende markedsføring med fokus på lystfiskeri ved Limfjorden:

Lokale visit-sider

Alle lokale turismeorganisationer i projektområdet har på deres visit-sider en beskrivelse af fiskemuligheder i deres område, men det er typisk på et meget overordnet niveau, med varierende engagement og vurderes ikke at være sælgende nok hverken over for de hardcore eller softcore lystfiskere.

Havørred Limfjordens hjemmeside

Den eksisterende Havørred Limfjord-hjemmeside er for øjeblikket både en kommunikationsside til lystfiskere og en projektside for udviklingsprojektet Havørred Limfjorden. Det vurderes ikke hensigtsmæssigt: En brand-hjemmeside skal være langt mere sælgende i sit udtryk end informerende, men stadig med faglige historier fra området om restaureringsarbejde, bløgdindlæg og ekspertudsagn, som den hardcore sportsfisker sætter pris på. En projekthjemmeside bør være en informationsside om projektets fremgang, metode og proces over for projektdeltagere og interessenter. Havørred Limfjorden havde i 2018 cirka 4.000 unikke besøg, hvor Havørred Fyn til sammenligning havde over 38.000 unikke besøg på seatrout.dk

Sociale medier

Havørred Limfjorden har ikke en virksom facebookside, der kommunikerer om fiskemuligheder og -historier omkring Limfjorden.

Til sammenligning har "Havørredfisker" på Fyn over 7.400 følgere på sin facebookside. Havørred Fyn har over 2.600 følgere på deres facebookside. Seatrout Mariagerfjord har over 800 følgere. FishingZealand har over 3.000 følgere.

Der arbejdes ikke fokuseret med instagram og hashtags i Havørred Limfjorden. Der er 33 opslag under hashtagget [#havorredlimfjorden](https://www.instagram.com/hashtag/havorredlimfjorden) på Instagram. Til sammenligning har Fishing Zealand 1300 billeder på [#fishingzealand](https://www.instagram.com/hashtag/fishingzealand). [#havorredfyn](https://www.instagram.com/hashtag/havorredfyn) giver 2068 hits (uge 3, 2019). Alle med flotte billeder, der inspirerer til fiskeri på de respektive destinationer.

Virksomhederne i de seks projektområder

Kun fire ud af de 37 overnatningssteder (10 %) har en målrettet beskrivelse fx på egen hjemmeside til lystfiskere. Derudover markedsfører to bådudlejningsfirmaer og en sejlkub sig over for målgruppen. De ni grejbutikker markedsfører sig også over for målgruppen.

Tallene viser, at virksomhederne samlet set ikke har et fokus på markedsføring til lystfiskere, som kan bidrage til et markedstryk.

95 % af overnatningsstederne i undersøgelsen har generelt fokus på markedsføring, dog i forskellig grad og med varierende professionalisme. De bruger følgende kanaler:

75 % har en hjemmeside (dog ofte meget lidt fokus på søgemaskineoptimering og GoogleAdwords annoncering)

68 % har en facebookside

43 % annoncerer lokalt i brochurer, lokalaviser og radio

45 % bruger bookingportaler

45 % annoncerer via deres medlemskab i den lokale turistforening

20 % tager på messer

14 % har en Instagramprofil

8 % bruger udelukkende mund-til-mund

Alle overnatningssteder har udtrykt til markedsundersøgelsen, at de gerne vil modtage information og materiale, de kan benytte på egne markedsføringskanaler.

On location markedsføring

Informationsniveauet *on location* vurderes for nuværende for lavt. Der er behov for markedsføring, når lystfiskeren er kommet til Limfjordsområdet, og som under deres ophold kan inspirere dem til at komme rundt og få den bedst mulige oplevelse. Det drejer som om at få ledt gæsten godt rundt, så gæsten får den bedst mulige oplevelse og også bliver ansporet til at bruge penge hos erhvervet i lokalområdet. På samme måde mangler der markedsføring, der kan inspirere "almindelige" gæster til at komme ud at fiske, når de er på ferie i området.

INSPIRATION: KLÆD ERHVERVET GODT PÅ...

Der er behov for, at det lokale turisterhverv og grejbutikker bliver klædt på med viden om, hvordan de kan markedsføre sig på egne markedsføringskanaler, og hvad de som minimum bør have af viden, når de servicerer henholdsvis en hardcore lystfisker og en "almindelig" lystfisker. Her kan fx salg af Lystfiskerguidebogen suppleres med lokal viden om mere "ukendte" fiskeslots præsenteret på et lille faktaark. På arket kan også henvises til den lokale grejbutik, spisesteder og overnatningssteder, og der kan opfordres til at støtte fx et tiltag som "Havørred Limfjordens Venner" og restaureringsarbejdet i området.

INPUT TIL MARKEDSFØRINGSSTRATEGI

Hvis Havørred Limfjorden vil have de købestærke, hardcore lystfiskeres opmærksomhed, skal markedsføringen tilpasses målgruppen. De hardcore lystfiskere synes at bevæge sig inden for relativt afgrænsede kanaler som faggrupper på facebook, instagram, fagblade og online fora, hvor de finder informationer og dyrker deres store interesse med ny viden om grej, fiskesteder og tiltag for bedre fiskevande.

I forhold til den hardcore lystfisker handler det om at forstå, at der skal sælges et niche-produkt, hvor ekspertviden er en driver for målgruppen. Målgruppen tillægger flotte billeder, film og historier med fokus på havørredfiskeri stor værdi. I forhold til den softcore målgruppe er produktet mere muligheden for en hyggelig fisketur i smuk natur. Her skal billedstilen også være flot, men der bør også være fokus på samværet omkring fiskeriet.

BRANDHJEMMESIDE

På baggrund af markedsundersøgelsen vurderes det, at det i første omgang er helt nødvendigt at udarbejde en professionel brandhjemmeside på dansk, engelsk og tysk koblet med al relevant information for den videbegærlige hardcore lystfisker, og hvor det samtidigt er enkelt for den potentielle gæst at få et overblik over lokale fiskemuligheder, overnatningsmuligheder, grejbutikker med mere, og hvordan der kan bookes ophold, guides o.s.v.

Til inspiration kan arbejdes med samme mekanisme, som destinationen Cold Hawaii tiltrækker gæster: Det handler om at få nogle dygtige, entusiastiske udøvere til at tage destinationen til sig og "blåstemple" den. Det signalerer, at "der er noget at komme efter" for "almindelige" udøvere og gæster.

Dernæst er det nødvendigt at positionere Limfjorden som lystfiskerdestination på de platforme og via de kanaler, hvor den hardcore lystfisker formodes at finde inspiration til sin hobby og næste rejse.

Samtidigt kan det overvejes, om der er ressourcer til at arbejde med de softcore lystfiskere, hvor nogle også finder inspiration på nogle af de platforme, hvor den hardcore er, men som sandsynligvis også kan rammes via mere gængs destinationsmarkedsføring.

SOCIALE MEDIER

Den digitale tilstedeværelse bør især til en start fokusere på Instagram og facebook og på at være tilstede på dansk, engelsk og tysk. Den hardcore lystfisker med havørredfiskeri som passion synes at være meget visuel orienteret og sætter pris på smukke fotos af havørred og natur.

INSPIRATION:

LYSTFISKERNE INSPIRERER HINANDEN

Et studie af 700 lystfiskere viste, at de bruger flere forskellige kanaler, når de søger inspiration til næste fisketur. 75 % lytter til familie og venner (mund-til-mund), 59 % søger på hjemmesider, 26 % bruger magasiner, og 56 % benytter sociale medier og online fora (Hjeds 2017).

Det er vigtigt at have en god og gennemslagskraftig kommunikation om sin lystfiskerdestination, og erhvervet skal forsøge at levere en så god samlet oplevelse som muligt, fordi lystfiskere snakker sammen!

ØVRIGE KANALER

Især den hardcore lystfisker synes at værdsætte fagmagasiner og ekspert-input. I Danmark findes fagbladene Sportsfiskeren og Fisk & Fri. Der synes at være flere relevante fagblade på nærmarkederne, som bør undersøges nærmere i forhold til oplag og profil – eksempelvis:

- Norge: "Alt om fiske"
- Sverige: "Magasin Mitt Fiske"
- Tyskland: "Blinker Magazin", "Rute und Rolle", "Fisch & Fang", "Fisch und Fliege"
- Holland: "Beet", "Dé roofvis", "Witvistotaal", "Het Visblad"
- USA: "American Angler Magazine"

Havørred Fyn har positive erfaringer med at arbejde med advertorials, bloggere og lignende. Det kan være et tidskrævende og vedholdende arbejde at oparbejde relevante relationer, men det kan også munde ud i en rækkevidde til potentielle gæster, som man ellers ikke ville have opnået

Inspiration til hashtags

#bæredygtigtlystfiskeri
#catchandrelease #havørred-
limfjorden #fluebinderi
#havørred #seatroulimfjord
#seatroudenmark #seatrou
#seatroufishing #seatrouflies
#meerforellemifjord #forelle
#forelleangeln #forellensee
#meerforelleangeln
#meerforellenfliege

3 HURTIGE UNIQUE SELLING POINTS TIL UDENLANDSKE LYSTFISKERE

- **Oplev de fantastiske fiskeslots!** Rundt om Limfjorden er nogle af Danmarks fineste naturperler og fiskeslots for havørredfiskeri. Vi har over 1000 km kyst!
- **Nyd friheden hos os!** Fiskeri i Danmark er kendetegnet ved meget frihed og stor tilgængelighed – i Tyskland skal man tage fisketegn, inden man må fiske. I Danmark må du fiske, når du vil, hvor du vil! Men pas godt på vores natur og gendudsæt de fisk, du ikke selv kan spise.
- **Vi har korte afstande!** I Danmark er der kort til fiskepladserne. På 3-4 timer, kan du være i den anden ende af landet. Her er altid et fiskeslot at finde uanset vind og vejr.

ANBEFALINGER

På baggrund af markedsundersøgelsen kan der peges på følgende anbefalinger:

GODE RÅD TIL ERHVERVSAKTØRER

Erhvervsaktørernes rolle er i høj grad at sikre, at lystfiskerturisterne får en god oplevelse, og at de tilbyder faciliteter, produkter, events og services, der giver værdi for målgruppen.

1. **Sæt dig ind i, hvad der betyder noget** for forskellige lystfiskere – de har en hobby, der betyder meget for dem. Vis interesse og begejstring for at de besøger netop dit område.
2. **Bliv klogere på dit eget lokalområde**, så du kan levere god service, når lystfiskerturisten spørger dig til råd – hvor er der gode fiskepladser, hvem sælger grej, m.m.
3. **Husk henvisninger går begge veje**, og det kan skabe stor begejstring hos lystfiskerturisten at blive vejledt til nærmeste grejbutik, fiskeplads eller lystfiskerguide.
4. **Brug tid på at lære hvad der er andre steder** langs Limfjorden. På den måde vil du ikke fremstå uvidende, når der spørges til andre muligheder for fiskeri langs Limfjorden.
5. **Vær åbne for nye samarbejder** og produktudvikling – måske du skal tilbyde et skræddersyet ophold til sportsfisken i samarbejde med en guide?
6. **Etabler faciliteter lystfiskerne sætter pris på** – hvis du har ressourcerne, vil det være en fordel at etablere de faciliteter, lystfiskerne efterspørger. Det kan være en relativt beskedent investering. Mange lystfiskere efterspørger ikke meget andet end en seng at sove i, internet, noget at spise og drikke. Som supplement kan tilbydes tørreskab, fryser, renseplads, opdateret vejrudsigt, lystfiskerguidebog og kortmateriale. På den måde gør du din virksomhed mere attraktiv, og det kan give flere overnatninger. Husk en undersøgelse viser, at lystfiskere der nyder livet, i gennemsnit bruger 200 kr. mere pr. døgn end en, der ikke gør (DR 2016)!

7. **Lav markedsføring til lystfiskere** – lav opdatering på hjemmeside og andre informationskanaler om, hvad du kan tilbyde lystfiskere, og hvilke fiskeoplevelser der er i dit lokalområde. Henvi til Havørred Limfjordens hjemmeside og lokale guides, grejbutik m.v. Husk seo-optimering, lækre billeder, sælgende tekst og gerne på både dansk, tysk og engelsk.

GODE RÅD TIL TURISMEORGANISATIONER

Turismeorganisationernes rolle er at bidrage til øget synlighed af Limfjorden som attraktiv lystfiskerdestination og opmuntre og inspirere turisterhvervet til at modtage lystfiskerturister godt, have den rette service og samarbejde på tværs om relevante nye produkter målrettet til målgruppen.

1. **Bak overnatningsstederne op i, at de etablerer de faciliteter**, de som minimum bør have, hvis de ønsker flere lystfiskerturister.
2. **Lav endnu mere markedsføring til lystfiskere** - lav opdatering på hjemmeside og andre informationskanaler om, hvad du kan tilbyde lystfiskere, og hvilke fiskeoplevelser der er i dit lokalområde. Henvi til Havørred Limfjordens hjemmeside og lokale guides, grejbutik m.v. Husk seo-optimering, lækre billeder, sælgende tekst og gerne på både dansk, tysk og engelsk.
3. **Deltag i kampagner** – gå sammen med andre turismeorganisationer og Havørred Limfjorden for at pulje midler til kampagner, der kan flytte markedsandele.
4. **Deltag i netværksmøder** – og hjælp med at facilitere nye samarbejder og produktmuligheder. Hjælp fx med at oplyse turistvirksomhederne om mulighed for certificeringsordning.



GODE RÅD TIL LIMFJORDSSEKRETARIATET

Limfjordssekretariatets rolle er med Havørred Limfjorden-projektet at sikre et strategisk fokus på udviklingen af Limfjorden som lystfiskerdestination og arbejde med indsatser for øget lystfiskerturisme og på synergier mellem de aktører, der skal arbejde sammen for at sikre en attraktiv lystfiskerdestination.

1. **Indsaml løbende viden** om både sportsfiskeren og den "almindelige" lystfisker, som kan deles med erhvervet og turismeorganisationerne, så de kan skræddersy produkter og markedsføring til de forskellige typer lystfiskere.
2. **Sørg for at oprette en frivillig database**, hvor overnattingssteder og guider kan indberette antal lystfiskerturister, de betjener – det er vigtigt for at få data, der kan dokumentere udviklingen af lystfiskerturister i Limfjordsområdet.
3. **Samarbejd tæt med det nye nationale center** for Kyst- og Lystfiskerturisme i forhold til at udveksle data, erfaringer og idéer til udviklingen af lystfiskerturisme.
4. **Indgå samarbejde** med DTU Aqua for, at der kommer nye forskningsprojekter, der giver endnu mere viden om havørreden i Limfjorden, og motiver gerne lystfiskerne til at bruge Fangstjournalen, der er en database over fangster, og som kan give relevante indsigter til udviklingsarbejdet af destinationen.
5. **Sørg for løbende information** til politikere og relevante embedsmænd om nødvendigheden af at arbejde for et bedre vandmiljø i Limfjorden.
6. **Arbejd målrettet for fangstbegrænsning** inspireret af Bornholm, som har en "bag limit" på tre hjemtagne havørreder pr. fisker pr. dag. Det har høj brandværdi og udviser engagement for et bæredygtigt miljø og kan give god genklang hos lystfiskere både i Danmark og udlandet.
7. **Opret en fond eller forening**, som lystfiskerturister kan donere penge til. Pengene skal gå til at sikre økonomi til projekter og de mange lokale foreningers arbejde med naturgenopretning. Riverfisher-projektet i Skjern og Karup Å har et tilsvarende initiativ, hvor lystfiskerturisten kan donere 100 kr. til lokalt restaureringsarbejde. Sørg for at kommunikere, at donationen bidrager til, at det bliver endnu mere attraktivt at fiske i Limfjorden i de kommende år, og anerkend de mange frivillige, der bruger tusindvis af timer til gavn for det lokale lystfiskeri.
8. **Gør lokale lystfiskere til ambassadører** og få dem til at indrapportere fangstrapporter på Havørred Limfjordens hjemmeside. Herfra kan indberetningen ende på Fangstjournalen for at synliggøre fangstdata. Samarbejd med Fangstjournalen, så der kan udveksles relevant data til fordel for begge parter.
9. **Udpeg en lokal tovholder** i hvert forsøgsområde, som sørger for, at viden om lystfiskerne i området bliver delt med alle relevante virksomheder og foreninger.
10. **Sørg for at fastholde lokale netværksmøder**, hvor erhvervet hele tiden bliver bedre til at forstå den målgruppe og det produkt, de skal sælge, og hvilken information og skræddersyet markedsføring de skal have blik for.
11. **Inspirer til produktudvikling**, fx kan en række virksomheder sammen investere i fx en hoobe-kajak, som de sammen med deres overnatningsprodukt kan udleje til lystfiskere og på den måde lave et samlet attraktivt produkt.
12. **Arbejd sammen med de lokale lystfiskerforeninger**. Giv dem incitament til at sælge dagskort til deres fiskevande ved at lytte til, hvad de kunne tænke sig til gengæld.



13. **Lav en certificeringsordning.** Der er stor interesse fra grejbutikkerne for at blive registreret som "Officiel Havørred Limfjorden Partner". Udarbejd et kodeks, som lystfiskerturismen finder værdifuldt.
14. **Bak overnatningsstederne op i, at de etablerer de faciliteter,** de som minimum bør have, hvis de ønsker flere lystfiskerturister.
15. **Indgå i erfaringsgrupper** med de øvrige lystfiskerturismeprojekter i Danmark. Sparring på tværs og videndeling styrker alle i deres produktudvikling.
16. **Lav en eftertragtet signatur-event for sportsfiskeri** i Limfjorden, som brander destinationen, tiltrækker gæster og sørger for samarbejde mellem både overnatning, bispising, guider, grej-leverandører m.fl.
17. **Fokuser på at øge kommunikationen** til erhverv og målgruppe via relevante kanaler. Informationsniveauet om fiskesteder m.m. *on location* er meget begrænset.
18. **Italesæt nødvendigheden af åbningstider** før og efter den gængse turistsæsonstart.
19. **Lav udviklingsmøder på tværs for alle lokale lystfisker-guider** for at udvikle konceptet for et lokalt guidekorps, som kan bookes.
20. **Samarbejd med agenter, rejsebureauer, færageselskaber og flyselskaber** omkring pakkeprodukter og markedsføring, som kan tilføre flere udenlandske lystfiskerturister til Limfjorden (se inspirationsliste i bilag 4).
21. **Skab engagement og stolthed** over at være en del af sammenholdet iblandt erhvervsaktører og interessenter i projektet. Uddel fx hvert år prisen "Årets Bedste Lystfiskerturisme-initiativ".
22. **Prioriter netværksmøder lokalt og på tværs af fjorden,** så virksomheder og foreninger kan se, de er del af et fælleskab, hvor der er mange, der gerne vil det bedste for lystfiskerturismen ved Limfjorden.
23. **Indfør en certificeringsordning,** eksempelvis med navnet "Certificeret Havørred Limfjorden Partner", som både signalerer over for lystfiskerturisten, at det er en virksomhed, der har faciliteter og services, der er interessante for lystfiskere, og at det også er en virksomhed, der gerne vil støtte op om bæredygtigt fiskeri i Limfjorden. Det bruges med succes på andre destinationer.
24. **Undersøg muligheden for en guide-service** på tværs af Limfjorden.
25. **Sørg for løbende at informere alle** interessenter til Havørred Limfjorden-projektet om proces, tiltag og resultater og italesæt, hvor vigtigt og godt det er, at alle forsøger at samarbejde mest muligt.
26. **Italesæt at der er plads til alle,** der har med fiskeri at gøre i Limfjorden. Det vil sige både erhvervsfiskere, fritidsfiskere, lystfiskere og UV jægere – og skab fortsat god dialog.
27. **Arranger en kursusdag** på tværs af visitorganisationerne, hvor medarbejdere kan blive godt klædt på til at forstå at arbejde med lystfiskerturisme samt lære hinanden at kende og diskutere jeres roller og indflydelse på lystfiskerturismen.



28. Lav professionel branding og markedsføring i samarbejde med samarbejdspartnere:

- **Skræddersy al kommunikation**, så den viser, I forstår målgruppens hobby, behov og drømme.
- **Læg vægt på, at Limfjorden arbejder på en grøn og bæredygtig profil**, da alle lystfiskere ser det som noget positivt, at der arbejdes for miljøet og for at fremme restaureringsarbejde i vandløb og langs kysten. De værdsætter en større og mere robust fiskebestand. Det kan for mange være altafgørende for valget af lystfiskerdestination.
- **Gør det klart, at der er behov for to forskellige markedsføringsstrategier** over for henholdsvis sportsfiskeren og den "almindelige" Lystfisker. Sportsfiskeren er meget seriøs om sin hobby og fagfelt. Den "almindelige" Lystfisker dyrker mere i sociale element med familie og venner.
- **Udarbejd og vedligehold** en i lystfisker-øjne lækker brand-hjemmeside med interaktivt web-kort.
- **Få en stærk digital tilstedeværelse** blandt andet med små film og involver målgruppen i at generere indhold til facebook og Instagram fx med billeder af, hvor de fanger havørred og med hvem.
- **Arbejd med at få en høj Google-ranking** både på tysk, engelsk og dansk. Der er hård kamp om 1., 2. og 3. position. På side 2 af Google-søgningen er man så godt som ikke eksisterende i forbrugerens øjne.
- **Prioriter at udarbejde et inspirerende brand-magasin**, som fortæller på en spændende og troværdig måde om forholdene for havørredfiskeri i Limfjorden og de mange add-on-oplevelser i området i form af fx hummer-fiskeri, høst af østers, brænderi-besøg, overnatning og bespisning m.m.
- **Hav blik for de danske fagblade** om fiskeri og muligheden for advertorials og annoncering.
- **Opdyrk et internationalt netværk** i Tyskland, Norge og Holland til fx bloggere, journalister og lystfiskerorganisationer, hvor det er muligt at markedsføre sig.
- **Få fat i ambassadører fra grejfabrikanter**, vis dem oplevelserne i Limfjorden og få dem til at blåstempe Limfjorden som et spændende sted.
- **Sørg for dialog med lokale turismeorganisationer** om, hvordan der kan markedsføres specifikt til Sportsfiskeren og henvises fx til brand-hjemmeside, og hvordan turismeorganisationerne i øvrigt kan markedsføre sig over for den "almindelige" lystfisker og sælge sig på de mange fiskemuligheder efter forskellige arter i Limfjorden.
- **Sørg for at få Lystfiskerguidebogen til havørredfiskeri i Limfjorden i salg** ved alle relevante virksomheder, alternativt sørg for at de som minimum har en guide liggende, som de kan vejlede lystfiskerne ud fra.
- **Følg statistik på markedsføringstiltagene godt**, så indsatsen på diverse kanaler hele tiden kan tilpasses og forbedres og bidrage til at endnu flere lystfiskere inspireres til at komme til Limfjorden for at overnatte og få en god fiskeoplevelse.
- **Vær opmærksom på synergier** og samarbejde med den kommende nationale platform (hjemmeside) for lystfiskerturisme.
- **Arbejd for videreførsel af projektet og en nordjysk strategi** - erhvervet er bekymret for, at Havørred Limfjorden blot bliver et enkeltstående projekt. Udvikling af en destination er et langt, sejt træk, så projektet bør videreføres efter denne projektperiode, og der bør laves en strategi, der sikrer fremdrift i udviklingen af Limfjorden af lystfiskerdestination.

BILAG 1 - STORT POTENTIALE I LYSTFISKERTURISME

Lystfiskerturisme er i de senere år blevet fremhævet som et særligt interessant forretningsområde i dansk turisme. Flere rapporter konkluderer, at der er et potentiale i at udvikle lystfiskerturismen. Lystfiskerturismen bidrager især til øget besøg og omsætning hos turisterhvervet i deres forårs- og efterårssæsoner. Samtidigt er det værd at bemærke, at det typisk er i landdistrikter, at omsætningen foregår.

Lystfiskerturisme er et forretningsområde i vækst. I Danmark har projekter for øget laksefiskeri i Skjern Å og Karup Å samt havørredfiskeri langs Fyns kyster (Havørred Fyn), på Sjælland (Fishing Zealand) og på Bornholm (Destination Bornholm) i en årrække arbejdet for at tiltrække lystfiskerturister med henblik på at brande lystfiskeri i Danmark og skabe grundlag for økonomisk afkast hos turisterhvervet.

Lystfiskeri er et vigtigt oplevelsestilbud i dansk turisme generelt set. 16 % af kyst- og naturturisterne fisker mindst én gang på deres ferie i Danmark (VisitDenmark 2018). Når turister, der fisker, lægges sammen med antallet af danske lystfiskere, kan lystfiskerturismen samlet opgøres til 2,9 mia. kr. i omsætning. Det skaber en beskæftigelseseffekt på 2473 personer. Indkomsten, der skabes hos lønmodtagere og virksomheder, lyder på 990 mio. kr. Det genererer et skatteprovenu til staten på knap 568 mio. kr. (Jacobsen 2010).

INTERESSANT FORRETNINGSGRUNDLAG

Der findes både i Danmark og på vores nærmarkeder Tyskland, Holland, Norge og Sverige et interessant forretningsgrundlag, hvis man som lystfiskerdestination forstår at sælge sig og levere gode fiskeoplevelser.

En udenlandsk lystfiskerturists døgnforbrug ligger på 597 kr. (Havørred Limfjorden 2015).

18 % af personer mellem 18-65 år i den danske befolkning, som svarer til ca. 600.000 personer, har mindst været ude at fiske én gang inden for det seneste år (Task Force 2015).

Populært sagt er der langt flere potentielle lystfiskerturister i vores nabolande, end der er borgere i Danmark, som en sammenlægning af følgende tal viser:

- 3,8 mio. tyskere svarende til 5 % af befolkningen
- 2,5 mio. svenskere svarende til 33 % af befolkningen
- 1,8 mio. nordmænd svarende til 34 % af befolkningen
- 1,85 mio. hollændere, svarende til 11 % af befolkningen (Region Syddanmark 2014)

Et nyere estimat vurderer, at der potentielt er 6,13 mio. tyskere, der kan gå under kategorien lystfiskere (VisitDenmark 2018).

Det er især interessant at have øje for den gruppe af lystfiskere, som kan betegnes som sportsfiskere og har fiskeri som en seriøs hobby og deres direkte "reason-to-go" (motivet), når de tager på ferie eller tur. De bruger mere end 30 gange mere på deres hobby end en lystfisker, der "hyggefisker med familie og venner". En hardcore lystfisker vurderes at have et årligt forbrug på 10.115 kr. Det gennemsnitlige forbrug, der kan relateres til lystfiskeri, på tværs af alle typer danske lystfiskere, er på 4000 kr. årligt (Cowi 2010).

DER ER PENGE I LYSTFISKERI

Igennem de seneste 10 år har en lang række rapporter konkluderet, at der kan være en samfundsøkonomisk værdi i at have et godt produkt til lystfiskere:

- Laksefiskeri i Skjern Å blev i 2013 målt til at give et lokaløkonomisk forbrug på 114,6 mio. kr. årligt (DTU Aqua 2013).
- En rapport har beregnet, at lystfiskeres bidrag til dansk økonomi er 2,9 mia. kr. i 2010 (Jacobsen 2010).
- 47 % af de 2,9 mia. kr. kom fra havørredfiskeri, hvilket svarer til 1,363 mia. kr. Det svarer til en samfundsøkonomisk værdi på ca. 4.313 kr. pr. hjemtaget fisk af danske og udenlandske lystfiskere (Havørred Fyn 2012).
- På Fyn er der officielt omkring 55.000 overnatninger årligt af tilrejsende lystfiskere, hvilket giver en lokaløkonomisk afkast på 50-58 mio. kr. (Task Force 2015).

VIDSTE DU...

At en korrekt miljøindsats, der lever op til miljømål i statens vandmiljøplaner, kan have stor økonomisk betydning. Ifølge en beregning, foretaget af DTU Aqua, kan en vild ørredsmolt (1-3 år gammel fisk) der senere indgår i rekreativt fiskeri og fanges som havørred give et økonomisk overskud til samfundet på mindst 500 kr. per fanget fisk. Samtidig vurderes det også, at 1 kilometer godt gydevandløb er mindst 283.000 kr. værd på baggrund af den smoltproduktion, der sker i vandløbet (Nielsen & Koed 2018).

BILAG 2

- INTERVIEWPERSONER

OVERNATNING

Cirkeline B&B
Fur Camping
Furfarm Vest
Jettestuen
Fur Fægekro
Hotel Pinenhus
Toril Hulaas B&B
Skivefjord Camping
Egense Camping
Feriepartner Kattegat
Frydenstrand Camping
Hals Hotel
Hals Strand Camping
Brænderiet Limfjorden
Hvalpsund Fægekro
Hvalpsund Camping
Tambohus Kro
Humlum Fiskerleje og Camping
Venø Klit Camping
Toftum Bjerge Camping
Venø B&B
Sønderskovvej 21
Aldershvile B&B
Dragstrup Camping
Øst Vilsund Gl. Fægekro
Hotel Vilsund Strand
Langbjerggaard
Morsø Friluftcenter
Nice4you
Rosengave
Silstrupgaard B&B
Thy Bondegårdsferie
Vilsund Camping
Gullerup Strand Kro

OMRÅDE

Fur
Fur
Fur
Fur
Fur
Glyngøre
Glyngøre
Glyngøre
Hals
Hals
Hals
Hals
Hals
Hvalpsund
Hvalpsund
Hvalpsund
Venø
Venø
Venø
Venø
Venø
Venø
Vilsund
Vilsund
Vilsund
Vilsund
Vilsund
Vilsund
Vilsund
Vilsund
Vilsund
Vilsund
Vilsund
Vilsund
Vilsund

BÅDUDLEJNING/EVENTS/

RELEVANTE AKTØR

Egense Sejlklub
Aalborg Jolleudlejning
Lodsens Datter
Incoming Agent - Aalborg Lufthavn
Karup Lufthavn
Fursund Turistinformation

OMRÅDE

Hals
Hals
Hals
Alle
Alle
Fur

LYSTFISKERGUIDER

Lystfiskerguide
North West Fishing Guide + Pension Laksebo
Lystfiskerguide - Let's go fishing
Appel Adventure + sommerhus
Egense Sejlklub
Fur Guide

Hals

Alle
Hals
Fur

GREJBUTIKKER

Almas - Aalborg
Jægeren og Lystfiskeren - Aalborg
Gunderup Fiskesø
Jagt og Fiskeri
Kraghs fiskeartikler
Emmaline grej
Westgun
Sydmors Jagt og Fiskeri
Thy Outdoor

Hals
Hals
Hvalpsund
Fur/Glyngøre
Vilsund
Venø
Venø
Vilsund
Vilsund

EKSPERTER

Danmarks Sportsfiskerforbund
Havørred Fyn: Projektleder
DTU: Nøglefiskerprojekt
DTU:Fangstjournalen
DTU: Fiskeplejekonsulent
Tidl. COWI
Laksens Hus: Formidlingskonsulent

Alle
Alle
Alle
Alle
Alle
Alle
Alle

LOKALE LYSTFISKERE

Lystfiskerekspert
Lystfiskerekspert
Lystfiskerekspert
Lystfiskerekspert

Vilsund
Glyngøre/Hvalpsund
Venø/Vilsund
Hvalpsund

BILAG 3

– UDDYBNING MÅLGRUPPER

HARDCORE LYSTFISKER (DEN SERIØSE SPORTSFISKER)

Eksperter påpeger, at den mest rentable gruppe at fokusere på er sportsfiskeren. Det er en målgruppe med købekraft, og som værdsætter de kvaliteter, Limfjorden tilbyder. De rejser gerne efter det rigtige fiskeri og de kommer til Danmark fra alle nabolandene.

Sportsfiskeren er seriøs og meget bevidst i sin tilgang til havørredfiskeri. Det er en meget miljøbevidst målgruppe i forhold til fiskeri, og naturgenopretning. Det er typisk, at sportsfiskeren kun hjemtager enkelte fisk. De fleste genudsættes, da det er ulovligt at tage til andre end sig selv, jf. Omsætningsforbuddet.

Det er derfor vigtigt at understrege i kommunikationen til målgruppen, hvordan der i Limfjordsområdet arbejdes med indsats for bæredygtigt havørredfiskeri, og at der ikke opfordres til overfiskeri, men derimod omtanke for fiskeriet og naturen. Det er vigtigt at kommunikere, at der arbejdes i en gunstig retning for vandmiljøet i Limfjorden, hvor økosystemer bringes i balance.

Sportsfiskeren kendetegnes også ved at være meget specifik i sin viden og søgen af information om fiskeriet i området. Det handler om at finde den bedste plads i forhold til vejr, vind og årstid, hvor der både er gode chancer for fangst og en smuk naturoplevelse. De kører gerne langt efter den gode fiskemulighed.

Sportsfiskeren tager både afsted alene og med andre fiskevenner. Dem, der har interesse for havørred, fisker hovedsageligt i havørredens højsæson, som er i tidligt forår (marts-maj) og sensommeren og efteråret (september-november). Det vigtigste for dem er, at fisketuren er koncentreret om oplevelsen af naturen, at fiskevandet er af høj kvalitet og deres kammeratskab. De har derfor en stor betalingsvillighed for at få denne type oplevelse, ligesom de også værdsætter god information om fiskemuligheder og events, hvor deres hobby er temaet. De holder af at researche på specialviden, grej, pladser og fangstdata for at øge chancerne for deres fangst. I forhold til grej er det vigtigt at være opmærksom på, at der er stor forskel på, om sportsfiskeren går op i at fiske med flue eller spin.

Det er et naturligt *drive* hos dem at ville fange en stor havørred, men det er ikke et *must* for turens succes. Troen på og forventningen om, at der kan komme hug på krogen, er en stor del af oplevelsen.

SOFTCORE LYSTFISKER (DEN "ALMINDELIGE" LYSTFISKER)

Lystfiskeren er primært en social type, der ynder at tage på fisketur med familie og venner. Denne målgruppe fisker hele året efter sæsonens fisk, hvilket kan være både havørred, sild, hornfisk, fladfish, aborre, gedde, osv. Denne gruppe kan også inspireres til at fiske efter skaldyr og bløddyr, såsom hummere, muslinger og østers.

Fiskevandets kvalitet og naturoplevelsen har nogen betydning, dog er det ikke altid afgørende for valg af fiskepladser, da det er hyggen, velvære og afslapning, der er "*reason-to-go*" for at tage afsted.

Lystfiskeren ynder at søge viden lokalt, både når det handler om grej, vejrforhold og fiskepladser, fordi lystfiskeren ønsker at målrette sit fiskeri efter arter, der har en god sandsynlighed for fangst, afhængig af sted og tid på året.

Det er vigtigt som destination at kunne tilbyde en diversitet i oplevelser over for denne målgruppe, der ikke udelukkende relaterer sig til fiskeri. Når lystfiskeren er afsted med familien på ferie, er en fiskedag blot én af de mange oplevelsesmuligheder, der lægges vægt på. I et studie af danske og tyske lystfiskere svarede 46 %, at de tiltrækkes af at kunne opleve andre naturrelaterede oplevelser (mountainbiking, vandring, sejlads og svømning) som supplement til fiskeriet samtidig med, at 52 % fandt det attraktivt at have muligheden for at opleve kulturelle oplevelser (Mad, musik, kunst, shopping) (Hjeds 2017).



BILAG 4 – ØVRIGE DANSKE LYSTFISKERDESTINATIONER MED FOKUS PÅ HAVØRRED

HAVØRRED FYN

- Projekt med 30 års erfaring i at arbejde målrettet for bæredygtigt fiskeri på de fynske kyster. Her er og har været fokus på restaureringsarbejde, fokus på vandkvalitet og fjernelse af mere end 220 spærringer (Havørred Fyn 2018).
- Her er cirka 55.000 officielle overnatninger årligt, hvilket har en samfundsøkonomisk betydning på omkring 60 mio. kr.
- Der arbejdes på at tilbyde relevante faciliteter og relevante produkter hos erhvervet samt lave målgrupperettet international markedsføring specifikt over for sportsfiskere (den hardcore lystfisker).
- Der er fokus på at informere om alle vandløbsprojekter, de arbejder på og støtter. Samtidigt arbejder de for at understøtte rekreativt fiskeri ved at udsætte havørreder opdrættet på egne "laksefiske-fabrikker".
- Alle 10 fynske kommuner støtter med formel organisering i en styregruppe og omkring 4,2 mio. kr. årligt (Havørred Fyn 2015).

FISHING ZEALAND

- Projektet samler 12 kommuner, der siden 2010 har arbejdet med Danmarks Sportsfiskerforbund om at sikre bæredygtigt fiskeri på de sjællandske kyster.
- Der arbejdes på tværs i klyngesamarbejder af lokale virksomheder, turistorganisationer, politikere, overnatningssteder, restauranter, bådudlejninger, grejbutikker og guider, der alle ønsker høje kvalitetsstandarder i det, der tilbydes til lystfiskere.
- Foruden en målrettet indsats for at skabe lystfiskerturisme via øget synlighed arbejdes der tæt sammen med frivillige, der alle gør et stort stykke arbejde for at forbedre forholdene for havørreder ved at fjerne spærringer i åer og fremme avls- og udsætningsarbejdet.
- Samtidig samarbejder man tæt med foreninger om at udvide kendskabet til fiskeriet hos børn og unge, hvorfor der afholdes arrangementer i hver samarbejdskommune, der fortæller om kvaliteterne ved fiskeri.
- Fishing Zealand har flere events, der sætter fokus på det fantastiske ved at fiske, samt fiskekonkurrencer med fokus på Catch and Release og en årlig konference i en af medlemskommunerne (Fishing Zealand 2018).

DESTINATION BORNHOLM

- Destination Bornholm byder på fiskeri efter vilde laks og havørred i særklasse på klippekysterne og i havnene rundt på øen samt med trollingbåde i Østersøen. Der er initiativer med fokus på lystfiskerturisme, men ikke et decideret formaliseret projekt.
- Der arbejdes målrettet på at sikre den originale, særlige ørredbestand, hvorfor det ikke er kommet på tale at øge antallet af fisk ved udsætninger af opdrættede fisk. Der arbejdes hårdt for at informere om særlige Bornholmske regler, fredningszoner og fredede vandløb (Ferieøen Bornholm 2018),
- Ligeledes har man som noget ret unikt i en dansk kontekst indført fangstbegrænsning på antallet af hjemtagne havørreder, som i dag lyder på tre fisk per fisker per dag, hvilket giver god mening bæredygtighedsmæssigt, da det sætter strengere restriktioner på erhvervs- og fritidsfiskeres forsøg på at tjene penge på fisk. Det gøres også fordi det for en lystfisker ikke udgør en væsentlig begrænsning (Fishing Zealand 2018).
- Markedsføringsmæssigt er man ikke på samme niveau som de to ovenstående projekter, dog har man en hjemmeside, hvor man er begyndt at lave små videoer og artikler om lystfiskeri, der eksponeres på TV og på færgen som lystfiskerdestination samtidig med, at flere overnatningssteder markedsføres som lystfiskervenlige (Ferieøen Bornholm 2018).

BILAG 5 – MULIGE STRATEGISKE SAMARBEJDSPARTNERE

Det er vigtigt at samarbejde med virksomheder, der kan være med til at sikre trafik af lystfiskerturister til Limfjorden for eksempel ved samarbejde om fisketure.

Samarbejdspartnere ligger også inde med relevante erfaringer om målgruppen, som det kan være gavnligt at trække på. Herunder er en inspirationsliste, som løbende skal udbygges.

DANSKE UDBYDERE AF FISKERTURE I DANMARK

- Havtur.dk - M/S Juventus fra Helsingør
- M/S Emma - Orø
- Ivans Lystfiskeri - Thyborøn
- Lystfiskerskibet Hjalmar - Øresund & Kattegat
- M/S Kastrop II
- M/S Albatros 1 & M/S Skagerrak - Hirtshals
- M/S Sandmanden - Helsingør
- M/S Odysseus - Københavns Nordhavn
- Fishing.dk - Helsingør
- M/S Øby og M/S Skipper - Københavns Nordhavn
- Fishtrip - Find kuttere og charterbåde
- Emma-Line - M/S Bodil og M/S Muddi - Thyborøn
- (Kilde: www.fiske-links.dk/fiskerejser/)

Færgeselskaber

- Stena Line
- Color Line
- Fjord Line

Danske Fiskerejseudbydere, der tilbyder fiskerejser til udlandet

- Atlantik & Diana Fiskerejser
- Strobel Travel
- Go-Fishing
- Fishing Tours
- Waterman Travel
- Fiske-Eventyr.dk
- Penguin Travel
- Pro-Outdoor.dk
- Megalops.dk
- Samt lang række private rejsearrangører

Udenlandske fiskerejseudbydere

- Angler Adventures
- Fishing International
- Go Fishing Worldwide
- Fishabout Adventure Fishing Holidays
- Sportquest
- Sweetwater Travel Company
- Flywater Travel
- The Fly Shop
- Baltic Travel Company
- Og mange flere



BILAG 6 – LITTERATUR

- Aarestrup, K. Nielsen, J. & Sivebæk, F. (2017) *Vildt, Vildere, Villestrup Å*. <http://www.fiskepleje.dk/nyheder/2017/02/villestrup-aa-oerredbestand?id=80ebc9bb-28cb-4d62-9d35-8aa4ba09db7d> [Tilgået 5. December 2018]
- Bonnichsen, O., Jensen, C. & Olsen, S. (2016) *An empirical investigation of German tourist anglers' preferences for angling i Danmark*. Department of Food and Ressource Economics (IFRO Working Paper 2016/10). Københavns Universitet
- CRT - Center for Regional- og Turismeforskning (2017) *Status for lystfiskerturismen i Danmark – Input til strategi for lystfiskeri og udvikling af lystfiskerturismen*. Af Carl Henrik Marcussen.
- Cowi (2010) *Analyse af adfærd, motive og præferencer blandt danske lystfiskere*
- Danmarks Radio (2016) *Penge – Friluftsliv på Budgettet*. https://www.dr.dk/tv/se/penge/penge-9/penge-2016-11-16?app_mode=true&platform=undefined [Tilgået den 18. December 2018]
- Danmarks Sportsfiskerforbund (2013) *Vurdering af den nuværende smoltproduktion og -potentialet i vandløbene, som munder ud i Limfjorden*. Af Kaare Manniche Ebert, Vingsted 4. December 2013.
- DTU Aqua (2013) *Den lokaløkonomiske værdi af laksefiskeriet i Skjern Å*.
DTU Aqua-rapport nr. 287-2014 af Jørgen Jordal-Jørgensen, Arne Kvist Rønnest, Jacob Ladenburg, Kim Aarestrup, Christian Skov og Anders Koed
- Ferieøen Bornholm (2018) *Kystfiskeri på Bornholm*. <https://bornholm.info/kystfiskeri-paa-bornholm/> [Tilgået den 16. December 2018]
- Fishing Zealand (2013) *Bornholm viser vejen* af Verner W. Hansen
<http://fishingzealand.dk/nyheder/bornholm-viser-vejen/> [Tilgået 6. December 2018]
- Fishing Zealand (2018) *Fishing Zealand – et stort samarbejdsprojekt*.
<http://fishingzealand.dk/fishing-zealand/fishing-zealand/> [Tilgået 16. December 2018]
- Hansen, J. (2017) *Lystfiskerturisme i Limfjorden. Omfang og økonomisk betydning*. Textour - 2017.
- Havørred Fyn (2012) *Den økonomiske værdi af havørreden i det rekreative fiskeri*. Havørred Fyn Sekretariatet 2012.
- Havørred Fyn (2015) *Havørred Fyn – Strategi 2015-2020*.
- Havørred Fyn (2018) *Havørred Fyn – en del af en større helhed*.
<http://seatrout.dk/havørred-fyn-en-del-af-en-stoerre-helhed/> [Tilgået den 16. December 2018]
- Havørred Limfjorden (2015) *Projektbeskrivelse*. Projektansøgning Havørred Limfjorden (Udkast).
Limfjordsrådet, Limfjordsrådets Sekretariat
- Jacobsen, L.B. (2010) *Lystfiskernes bidrag til dansk økonomi*. Fødevareøkonomisk Institut, Københavns Universitet, Rapport nr. 206.
- Hjeds, E. (2017) *Making the Limfjord-area into a destination for angling tourism*. Master's Thesis – Aalborg University.
Tilgængelig på: [https://projekter.aau.dk/projekter/en/studentthesis/making-the-limfjordarea-into-a-destination-for-angling-tourism\(1b3e9791-9528-484f-8091-c6f2f6ce7e24\).html](https://projekter.aau.dk/projekter/en/studentthesis/making-the-limfjordarea-into-a-destination-for-angling-tourism(1b3e9791-9528-484f-8091-c6f2f6ce7e24).html) [Tilgået 16. December 2018]
- Limfjordsrådet (2018) *Sælobservationer* <https://www.limfjordsraadet.dk/projekter/saelobservationer/> [Tilgået 5. december 2018]
- Miljøministeriet Naturstyrelsen (2014) *Vandplan 2009-2015 Limfjorden – Hovedvandopland 1.2, Vanddistrikt Jylland og Fyn*. København: Miljøministeriet Naturstyrelsen.

- Naturstyrelsen (2014) *Friluftslivets idékatalog*.
https://naturstyrelsen.dk/media/nst/9939815/idekatalog-enkelt-ny_version.pdf [Tilgået 21. December 2018]
- Nielsen, J. (2015) DTU Aqua. *Iltsvind og varmt vand giver negativ effekt på fiskebestande*.
<http://www.fiskepleje.dk/vandloeb/restaurering/vaadomraade/genslyngede-vandloeb-i-vaadomraade/vaadomraade-negativ-effekt-paa-fiskebestande> [Tilgået 5. december 2018]
- Nielsen, J. & Koed, A. (2018) Miljøindsatser i ørredvandløb skaber overskud for samfundet.
<http://www.fiskepleje.dk/nyheder/nyhed?id=D271CB3F-FB1E-49CE-9D5D-47F89DC992D2> [Tilgået 6. December 2018]
- Kristensen, M. & Aarestrup, K. (2017) DTU Aqua. *Ørrederne i Limfjorden vandrer mod øst*. <http://www.fiskepleje.dk/nyheder/0001/01/oerreder-i-limfjorden?id=c91ad652-73d9-44e8-a28b-c1b1d455820d> [Tilgået 5. december 2018]
- Kristensen, M. & Aarestrup, K. (2017a) DTU Aqua. Havørredsmoltenes migration i Limfjorden. DTU Aqua-rapport nr. 324-2017.
www.aqua.dtu.dk/publikationer [Tilgået 28. Marts 2019].
- Kristensen, M., Sivebæk, F. & Aarestrup, K. (2018) DTU Aqua. *Voksne Havørreder forlader også Limfjorden*.
<http://www.fiskepleje.dk/nyheder/Nyhed?id={9DAD2DC9-4A58-47DE-B3AC-A08D74CE8ED9}> [Tilgået 5. december 2018]
- Regeringen (2014) *Danmark i arbejde: Vækstplan for dansk turisme*.
<https://em.dk/media/9733/danmark-i-arbejde-vaekstplan-for-dansk-turisme.pdf> [Tilgået 21. December 2018]
- Region Syddanmark (2014) *Lystfiskerturisme – Aktiv Tematurisme i Region Syddanmark*. Taastrup: Region Syddanmark.
- Riisgård, H.U., Andersen, P. & Hoffmann, E.. (2011) *From Fish to Jellyfish in the Eutrophicated Limfjorden (Denmark)*. Coastal and Estuarine Research Federation, side 701-713, Udgave 35.
- Skov, C., Jepsen, N., Baktoft, H. & Koed, A. (2014) DTU Aqua. *Rovfisk på Menuen*. Artikel i Sportsfiskeren, Miljø og Politik, Februar 2014.
- Task Force (2015) Task Force (2015) Rapport Fra Task Force Om Lystfiskerturisme.
http://fishingzealand.dk/wpcontent/uploads/Rapport_fra_task_force_om_lystfiskeriturisme.pdf [Tilgået 6. December 2018]
- Udenrigsministeriet (2018) Strategi for lystfiskeri.
- VisitDenmark (2014) *Kyst- og Naturturisme i Danmark*. https://www.visitdenmark.dk/sites/default/files/VDK_Website_images/Pdf_other_files/Analyser/2018/kyst-og_naturturisterne_i_danmark_2018.pdf [Tilgået 21. December 2018]
- VisitDenmark (2017) *Lystfiskerturisme i Danmark*. Available at: <http://www.visitdenmark.dk/da/analyse/lystfiskerturisme-i-danmark> [Tilgået 21. December 2018]
- VisitDenmark (2018) *Baggrund fra VisitDenmark vedr. Lystfiskerturisme 2018*. Styrket position af Danmark indenfor lystfiskerturisme. København, Islands Brygge. September 2018.