



Miljøtiltak i landbrukets kulturlandskap og områdetiltak til fiske og jakt i Breim.

Våren 2004 vart det utarbeidd ein prosjektsøknad om Bygdeutvikling i Breim med tittelen ”Breim – naturbasert reiseliv for alle”. I søknaden vert det lagt vekt på det faktum at Breimsbygda er eit flott naturområde som er veleigna for mange typar naturbruk. I tillegg har Breimsbygda eit rikt organisasjonsliv som er kjent for stor dugnadsinnsats. Dei naturmessige og dei menneskelege ressursane kan gje grunnlag for næringsrelaterte salsvarer i ferie- og fritidssamanheng om lokalsamfunnet kan lukkast i å skape ei overbygging og koordinering mellom dei ulike aktivitetane og aktørane.

Med utgangspunkt i denne problemstillinga, har Breim Vilt- og Fiskelag vore pådrivarar for å utføre eit systematisk planarbeid når det gjeld drift, utnyttings- og utviklingsmoglegheiter for dei ulike jakt- og fiskesonene i Breim. I tillegg til at området for dei samla fiskesonene er svært stort¹, og det er behov for eit planarbeid for å drifte dette området på ein god måte, skal dette planleggingsprosjektet peika på kva for prioriteringar som bør gjerast for å kople desse naturressursane til næring i ferie- og fritidssamanheng. I Breim og Gloppen er det m.a. fokusert på å gjere ulike ressursar tilgjengeleg for alle (jf. pkt. 1.13)². Det vert påpeika at det er omfattande, både når det gjeld planlegging og tiltak, å gjere jakt og fiske og anna naturbruk tilgjengeleg for alle i eit så stort område som Breim er. Det er difor søkt om finansiering til dette planleggingsprosjektet som skal vise ein grovplan på tiltak som kan gjennomførast. På den eine side skal denne grovplan kort synleggjere dei ressursane som kan utnyttast i ulike samanhengar. På den andre sida må det gjerast ei reiselivsfagleg vurdering av kva for ressursar som kan tilretteleggast for kven, og korleis skal vi nå dei ulike marknadane. Dette planleggingsprosjektet skal altså synleggjere kva som må gjerast i eit vidare arbeid – *på vegen mot marknaden og til næringsverksemd.*

1. Ressursane som ligg her, naturbasert så vel som menneskelege

National Geographic Traveler Magazine, eit av dei mest kjente reiselivsmagasina i verda, kåra i 2004 landsdelen Fjord Noreg som den beste urørte staden i verda å reise til. Panelet som stod for utveljinga var handplukka blant 200 globetrotter innanfor områda som økologi, geografi, urban og regional utvikling, reiseskribentar og fotografar, historisk bevaring, arkeologi, bærekraftig turisme osb. Ekspertane vart spurt om å evaluere dei stadene dei sjølv personleg kjente til og å bruke 6 kriterium for å vurdere destinasjonen. Desse kriteria var: økologisk og miljøvernmessig kvalitet, sosial og kulturell integritet, kvalitet på historiske bygningar og arkeologiske stader, estetisk tiltrekning, kvalitet på utnytting av turisme og framtidsutsikter.

Dette er ein pris som heng høgt for alle som er ein del av reiselivsproduktet i heile verda.

¹ Fiskestrekninga i sone 5 og 6 langs vatn og elvar er 11 mil. Og så kjem fjellsonene i tillegg.

² Det vert vist til tidlegare gjennomførte prosjekt ”Gloppen for alle” og ”Gloppenprosjektet”.

På den eine sida set ein slik pris høge forventningar av den besøkjande. På den andre sida er dette også ei erkjenning om at det ligg eit potensiale for eit endå betre totalprodukt om vi maktar å organisere oss på ein god måte, slik at vi saman meistarar å skape dei rette produkta som marknaden etterspør. Det fordrar at vi lukkast i å synleggjere kva vi har å tilby på ein tillitvekkjande og truverdig måte. Det handlar altså om å levere eit kvalitetsprodukt heile vegen – kvar gong.

1.1 Så – kva har altså Breim og Gloppen som kan gjere oss spesielle?

Vakker natur og flotte fiske-, jakt- og turområder finst det i rikt monn i Breim. I forhold til andre områder i Noreg som Breim kan samanliknast med, skil kanskje ikkje Breim seg nemneverdig ut – i alle fall ikkje slik vi formidlar produkta våre i dag. For det er mykje det det handlar om: måten vi synleggjer og gjer tilboda våre kjende. Breim har dessutan i liten grad organisert seg målretta for å nå besøkjande utanfor kommunen i ferie- og fritidssamanheng. Som ein konsekvens har difor marknadsføringa vore svært smålåten.

Jamvel om dei fleste besøkjande i Breim og Gloppen verkar fornøgde med det vi har å tilby, er det for mange som køyrer forbi. Breim og Gloppen er ikkje velsigna med dei største spydspissane av norske attraksjonar som skal opplevast på relativ kort tid. Og ettersom dei fleste av dei som kjem hit reiser med bil og reiser på rundreise med få dagar til rådvelde, når vi ikkje opp i konkurransen om merksemda til denne gruppa. Det som likevel skal seiast, er at overnattingsbedrifter totalt sett i Gloppen har godt belegg i høgsesong (dvs. juli og halvparten av august).



Korleis skal vi lukkast i å markere oss som interessante for dei reisande? Erfaring og teori viser at potensielle kundar må nåast i planleggingsfasen, ettersom de fleste har lagt opp ferien på førehand. Utfordringa vert då å tilby dei rette produkta som er så attraktive at folk kan tenkje seg å bruke tid her. Kanskje handlar det ikkje om å ha ”den høgaste fjelltoppen”, ”den djupaste fjorden”, ”den største breen”, men igjen, som nemnt tidlegare, korleis vi evnar å organisere, synleggjere og marknadsføre det vi har. Og sist, men ikkje minst. Dei reisande må legge att pengar her.

Over tid er det i Gloppen generelt gjennomført ei rekkje prosjekt som har vore basert på kartlegging av ressursane som finst. Vi vil her gje ei kort oppsummering av noko av det som finst – spesielt innanfor områda jakt-, fiske og turmoglegheiter i naturen.

1.1.1 Rike fiske- og jaktressursar

Fiskeforvaltning og tilrettelegging for fritidsfiske er ein viktig del av satsingsområdet natur- og miljøvern i Gloppen kommune. Med dei mange vatna og elvane i kommunen, finst det eit godt utgangspunkt for eit variert fisketilbod, både for tilreisande, fastbuande, fritidsfiskarar og fiskerettshavarar.

Det finst felles fiskekort for innlandsfisk i Gloppen, inndelt i 7 soner som dekkjer over 130 fiskevatn. Om lag 40 av desse høyrer til under Breim Vilt- og Fiskelag, der Breimsvatnet arealmessig er det største og har eigen driftsplan. Vidare er det Breimselva, Bergheimsvatnet og Sandalsvatnet som arealmessig er dei nest største. Fjellområda aust for Skavegga og aust for Våtedalen mot Jølster og Myklebustbreen er eit stort område med mange gode fiskevatn.

Det har også fjellområda sør for Reed, mellom Våtedalen og Breimsvatnet.

Av fiskeslag er det aure som dominerer, men det finst også innslag av røye, stingsild og ål. Statusen for fiske er jamt over god og såleis godt egna som matfisk (kjelde: www.fiske.gloppen.org). Vatna og elvane er veleigna for både meir profesjonell sportsfiske og meir familiebasert fritidsfiske. Fiskekort er gratis for alle under 16 år. At det finst ein eigen portal for fiske i Gloppen er bra. Portalen er relativt innhaldsrik med artiklar, søkjefunksjonar og med bilete.

Det finst eit godt oversyn av fiskevatn og fiskesoner på Internett, men kartet over sonene er svært dårleg. Derimot finst det svært god dokumentasjon av fjellturar, flora og fauna på Internett på portalen www.fjellatlas.no. Portalen er svært innhaldsrik med detaljerte kart, søkjefunksjonar og bilete/video og artiklar linka direkte til turane på kartet. Dette gir ei heilt anna oppleving enn å berre orientere seg på kartet.

Ressursane som er lagt ned i fiskedatabasen gjennom fiske.gloppen.org og fjellatlas.no bør kunne utviklast til å bli noko meir heilskapleg for målgruppene som etterspør dette. Det finst også potensiale for vidareutvikling av begge desse portalane. I dag finst denne portalen berre på norsk. Denne bør utvidast til både engelsk og tysk, då ein slik databasa utvilsamt vil interessere eks. botanikarar utanfor Noreg. Sett i turisme samanheng må desse portalane tilpassast noko meir tilreisande samt koplast mot andre reiselivsprodukt i både Gloppen og resten av fylket.

Det er også utvikla ein eigen plan for fiskestell for Gloppen for perioden 2004 – 2007. Fiskestellsplanen skal gjennom omtale av status og tiltaksprogram prøve å konkretisere utfordringane og medverke til at målsetjingane også syner att i konkrete tiltak³. Planen skal også prøve å gje eit totaloversyn over fiskeressursane i kommunen, både når det gjeld fiskebestand, behov for tiltak og tilrettelegging. M.a. vert det påpeika at:

- Det skal oppretthaldast fisketilbod for handikappa.
- Fritidsfiske langs vassdrag i kulturlandskapet skal tilretteleggast med nødvendige stiar og fiskeplassar på ein enkel og landskapsmessig god måte⁴.

1.1.2 Friluftsområde godt eigna både sommar og vinter

I tillegg til gode fiskeelvar og vatn er det viktig å nemne at det finst svært mange gode turområder i Breim. Eit døme er Utvikfjellet som er svært godt eigna heile året. Dei seinare åra har det også vorte gjort eit løft når det gjeld aktivitetar og utvikling av skianlegget både for born og vaksne. Leikeanlegget for dei minste med eige skitrekke og akebakke er godt. I tillegg er anlegget tilrettelagt for menneske med særskilte behov som eks. syn og rørsle. Det er også tilrettelagt fleire skogsvegar til m.a. fine stolar i område. Verdt å nemne i denne samanheng er også dei mange godt vedlikehaldne stølshusa som er i aktiv bruk⁵. I tillegg er nærleik til isbre frå eks. Utvikfjellet eit godt døme på at område kan verte attraktivt eks. for aktive utlendingar som ønskjer å oppleve breen på nært hald.

³ Kva erfaring grunneigarar, dei ulike jakt- og fiskelaga samt kommune har etter at planen vart vedteken vert ikkje diskutert eller evaluert i dette prosjektet.

⁴ Kva for fiskevatn og elvar der det er gjort særskilde tiltak vert ikkje nemnt her. Årsaka til dette er at sjølv om det har skjedd ei tilrettelegging for nokre år sidan ein plass, betyr ikkje dette at tilrettelegginga er optimal, ei heller om den er godt vedlikehalden.

⁵ "Forvaltning og skjøtsel av stolar" av Torgny Ueland, 1998

Ein annan ressurs som er vesentleg å få med er moglegheitene for hjortejakt. Sogn og Fjordane er største hjortefylket i landet og Gloppen er av kommunene i fylket med mest hjort (omlag 500 felte kvart år). Breim har også lange tradisjonane og kunnskapen som ligg i eks. hesteavl.

1.1.3 Gloppen for alle

Gloppen for alle prosjektet som vart avslutta i 1996 peika på korleis ulike aktørar i Gloppen med enkel tilrettelegging kunne tilpasse seg menneske med særskilte behov innanfor syn, hørsel og rørsle. I prosjektet vart det gjort ein status på kva for ferie- og fritidstilbod som var tilrettelagt for desse målgruppene. Det som kom fram var at enkelte aktørar hadde gjort ei nødvendig tilpassing for rørsle- og høyrsllehemma, men, mykje måtte gjerast for å få eit heilskapleg reiselivsprodukt i Gloppen.

Vi må hugse på at 10% av det norske folk kjem innunder ei eller fleire av desse gruppene i dag. Ved å tilrettelegge for også desse målgruppene vil også resten av familien ta vegen til stader og områder som er tilrettelagt. Marknaden er såleis svært stor.

Gjennom Gloppenprosjektet som no er avslutta, vart det gitt løyvingar for aktørar som ønskte å tilrettelegge for desse målgruppene. I Breim vart det gitt løyvingar til:

- Norsk Fjordhestgard (handikapptoalett)
- Sandal Gardsturisme (tilrettelagte hytter)
- Midtkandal Fjordservice (tilrettelagt for rørslehemma)
- Byrkjelo skule (klatrevegg)
- Egge Feriehytter (hytter tilrettelagt for rørslehemma)

I tillegg til desse tiltaka kjenner vi til at det er gjort fleire tiltak i samband med skianlegget på Utvikfjellet.

Det er gjort mykje, men, det må gjerast mykje meir om Breim skal nå denne målgruppa. M.a. må det også leggjast til rette for desse målgruppene langs fiskevatn og elvar.

1.1.4 Arrangement

Gloppen og Breim har lange tradisjonar for å vere vertskap. Dømer på dette er storstemna innanfor friidrett: Byrkjelo Games og NM i friidrett. I tillegg har vi etterkvart fått tradisjonar i å trekkje til oss countrymusikk elskarar gjennom Norsk Countrytreff. Mykje dugnadsarbeid vert gjort for å gjere ulike arrangement så vellukka som råd. Av arrangement som samla mange born, unge og foreldre ut i naturen var Norsk Idrettsveke.

1.1.5 Lokalisering

Gloppen er velsigna med eigen flyplass. Dei mange lågprisflyselskapa som no tilbyr svært gode prisar frå m.a. Tyskland og Storbritannia gjer at tilkomsten til Gloppen vert betra, både ved at fleire kan reise til Noreg utan at det kostar for mykje, eller at reisa til Noreg tek for lang tid. I tillegg har lønns- og prisveksten i andre land auka, slik at Norge ikkje lenger vert oppfatta som eit så dyrt land som før. Dette gjer at vi har eit betre utgangspunkt enn tidlegare. Det er også gode samband om det er ønskjeleg å kome til Gloppen med båt (Fjord1), med buss (Norway Busexpress) og med bil.

1.1.6 Viktige ressursar som ofte vert gløynde

Det er viktig å få med at Breim har svært mange aktive lag og organisasjonar som det er viktig å spele på lag med for å få ei god tilrettelegging og drift av ulike ressursar. I tillegg finst det ressursar og prosjekt gjennom skulen og 4H som kan aktivt nyttast når det gjeld m.a. tilrettelegging av informasjon (både natur- og kulturstiar), på Internett m.m. Å etablere elevbedrifter på enkelte områder bør takast med som ei moglegheit.

2. Ressurar -> Produkt -> Næringsrelaterte salsvarer

I denne delen vil vi diskutere korleis aktørar i Breim skal kunne tilrettelegge for næringsverksemd innan for jakt og fiske.

Internasjonal turisme veks, og vi veit at marknadsføringa må styrkjast for at Noreg skal få sin del av denne veksten. Kvar enkelt aktør i reiselivet kan ikkje åleine ta dette løftet, men desse kan lukkast i fellesskap. Haldninga frå Innovasjon Noreg er at den mest effektive måten å lukkast er å bygge Noreg som ei spissa merkjevare i nokre få utvalde marknader, i praksis blant ressurssterke menneske med ønskje om naturbaserte ferieopplevingar. Noreg som reisemål må framstå som heilskapleg og konsentrert. Samstundes må vi sikre at vi tilbyr dei rette produkta.

Vi har moglegheiter her, men samstundes må vi vere edruelege når det gjeld å gjere natur om til næring, då særleg nordmenn neppe betalar for fotturar eller fiske utanom parkeringsgebyr og fiskekort. Andre nasjonalitetar kan vere interessert i å betale for ei rekkje tilbod. Kva ulike marknader kan tenke seg å betale for er viktig å få tak i. I tillegg må vi vite kva for ressursar vil det vere enklast å gjere om til næring? Og kva typar næring vil gje best lønnsemd?

Eit vidareføring av dette prosjektet vil måtte ta tak i desse problemstillingane, men det som uansett vil vere viktig for Breim Vilt- og Fiskelag vil vere å kunne tilrettelegge og gje informasjon om fiske- og jaktmoglegheitene.

2.1 Informasjon og tilrettelegging

Merking av fiskeplassar og stiar langs vatn og vassdrag vil vere med å styre ferdselen til fiskarane, og på den måten avgrense trakk på dyrka mark samstundes som vi gir fiskarane ein betre service.

For å få ut anna informasjon til fiskarane (og andre) bør det også setjast opp informasjonstavler med informasjon om både fiskebestand, fiskereglar, fiskekort, gjerne informasjon om gode fiskeplassar, båtutleige mm. Informasjonstavler bør være godt synlege. Mykje av dette arbeidet er gjort mange stader i Breim, men her må Breim Vilt- og Fiskelag gjere opp ein status og sjå på kva meir som må gjerast, sentralt i dei vassdraga der det i dag ferdast mange.

2.2 Døme på samarbeid mellom ulike aktørar

Vi vil nedanfor nemne ulike moglegheiter for samarbeid som finst mellom eks. ein av aktørane i Breim. Det er viktig å peike på at dette er aktivitetar som det kan samarbeidast om utan at dette på nokon måte seier noko om at det er dette ulike marknader etterspør. Det seier heller ingenting om kva det vil koste å gjennomføre ei slik tilrettelegging.

2.2.1 Norsk Fjordhestgard

Norsk Fjordhestgard er ein av fleire aktørar som det kan skapast konkrete produkt saman med. Norsk Fjordhestgard kan tilby Breim Vilt- og Fiskelag tilgong til anlegget på fjordhestgarden, gjerne kombinert med bruk av fiskekummen. Om det finst ungdom (4H eller elevbedrift) eller andre frivillige som ønskjer å etablere eit "fiskesenter", vil dette vere mogleg ved at det blir informert om fiskeressursane og fjordhesten samt at det vert arrangert aktivitetar kopla til dette senteret. Ein fordel vil t.d. vere at fjordhestgarden har god skilting frå hovudvegen, slik at det er lett å finne. Det er også mogleg at fjordhestgarden kan tilby bruk av "informasjonsboda", det avheng av kva dei treng sjølv av overnattingsplass for tilsette i sesongen.

Informasjonsboda kan vere betjent av born/ungdom (minst 1 engelsktalande) som kan informere alle besøkjande om program for dagen og dagane framover. Med jamne mellomrom kan det arrangerast fellesutflukter til fiskevatn, ein "pakke" med t.d. matlaging utandørs, røyking av fisk eller eit gardsbesøk. Samstundes er ungdommen vertskap for utstillingsfjøs, med inngangspengar og kanskje ein liten pose med mat til dyra til sals. Utstillingsfjøs er i dag populært blant m.a. norske barnefamiliar, men fjordhestgarden har ikkje hatt tid eller ressursar til å halde eit slikt tiltak i gong sjølve. Her kunne også "kart" til natursti seljast. Ein natursti kan leggst opp på stiane og vegane rundt fjordhestgarden, med diplom når den er fullført. Også fiskekonkurransar på eks. Breimsvatnet kunne arrangerast her frå.

Eit anna tiltak som kan gjerast i samarbeid med 4H og skular er merking av områder med gode skilt som fortel kvar kontor, ridebane, parkering og informasjon er. Dette er det eit stort behov for på fjordhestgarden i dag, men også på turstiar/ruter rundt om i Gloppen generelt.

Om mange hadde møtt opp på ein slik gard, ville det ha vore grunnlag for å halde kurs med jamne mellomrom i t.d. flugebinding, flugefiske, matlaging samt naturfotografi. I informasjonsboda kunne også besøkjande få melde seg på "bli med på fjøsstell" hos lokale bønder, der dei vert utstyrt med kjeledress og gummistøvlar og får sjå korleis melking verkeleg går føre seg. Samtidig står ein ung fotoentusiast klar med sitt digitale kamera, slik at deltakarane kan kjøpe bilete av seg sjølv frå Eurofoto same dag! Bilete frå kurs og turar vil sjølv sagt også kunne kjøpast.

For å verkeleg tiltrekkje seg barnefamiliar, kunne det vore interessant å arrangere show med Asgeir – den raudhåra raringen som barn let seg fascinere av år etter år. Kopla dette opp mot dei nemnde fiskeaktivitetane og fjordhestgarden, ville nok dette kunne skape interesse for fjordhestgarden, men også for ulike fiskeaktivitetar.

Eit annan tiltak som det kan samarbeidast om mellom fjordhestgarden og 4H/skular kan eks. vere planlegging, rydding og merking av ridetur-ruter. Mange av dei noverande rutene går i dag mykje på asfalt, og ofte langs trafikkert veg. Kanskje finst det moglegheiter for betre ruter som i dag er lite kjent? Dette vil kunne vere eit målretta tilretteleggingsprosjekt for frisk og oppfinnsam ungdom som er glade i å vere i aktivitet. Gjennom arbeidet kan ungdom sjølv teste rutene med rideferdigheiter. Løypene bør få både norsk og engelsk navn, som t.d. "klatreknausen", "utsiktsruten", "latsabben" og "rusleruten".

Ein annen aktivitet for eldre ungdom vil vere oversetjing av informasjon til engelsk, evt. andre språk (dette må sjølv sagt kvalitetssikrast av lærar). Utdanningsverdien av eit slikt prosjekt må seiast å vere god.

2.2.2 2005 Friluftslivets år

2005 er Friluftslivets år. Dette året vert alle kommunar i heile Noreg utfordra til å delta i konkurransen om å bli den beste friluftskommunen. Initiativtakarar i ulike lag og organisasjonar er opptekne av at Gloppen kjem raskt i gang med å synleggjere aktivitetar som kan gjennomførast her. Døme på slike tiltak kan vere fotturar, hjortesafari, ulike kurs som flutebinding, slukstøyping, markering av kvar årstid med stort arrangement og 71° nord for skuleklassar i heile Nordfjord eller fylket.

Om eit lag eller organisasjon gjennomfører ein aktivitet kvar, vil kommunen ha eit breitt program å spele på. Desse aktivitetane vil dessutan kunne gje Gloppen som reiselivskommune merksemd, dersom vi klarer å få brei mediadekning. Det kan også tenkjast at vi bør samle ei rekkje av desse aktivitetane og marknadsføre dei særskilt.

Slike tiltak kan dessutan hjelpe til med å synleggjere, men også gje erfaringar om kva ulike marknader etterspør.

3. Vegen til marknaden

Under føresetnad av at ein klarar å skape ei rekkje produkt og aktivitetar som marknaden etterspør, bør marknadsføringa få fram at Breim og Gloppen er urørt og genuin, og langt i frå ei "turistmaskin". Samstundes må det kome fram at finst eit mangfald av aktivitetar tilgjengelig for heile familien. Kanskje er Breim og Gloppen "Vestlandets best bevarte løyndom"? Breim og Gloppen må ha som målsetnad å skape eit godt tilbud både for familiar og ulike friluftsselskarar i både inn- og utland. Marknadsføring må ikkje bli generell, men må spissast mot ulike målgrupper.



Eks. vil nisjer som fjellklattrarar, fjordhestavl/historie, hjortejakt og fiske etter storørret krevje ulik marknadsføring. Nokre aktivitetar bør også kunne lagast som ein "light"-versjon, og dermed kunne gjerast tilgjengeleg for alle. Det er også viktig å få fram at fiske handlar om meir enn å få fisk på kroken. Det handlar kanskje vel så mykje om rekreasjon?

3.1 Internasjonal marknadsføring og sal

For å arbeide målretta mot ulike marknader må det vere eit samarbeid med ulike marknadsaktørar (eks. Reisemål Stryn og Nordfjord og Fjord Norge). Dei ulike tilboda må samlast både i brosjyrar og på Internett. Det må også arbeidast profesjonelt med pakking og sal. I tillegg til at vi er avhengig av eksterne aktørar, vil det også vere heilt avgjerande at arbeidet eksterne aktørar gjer vert supplert av lokale aktørar som har som oppgåve å ha ei overbygging mellom aktørar som brenn for dei lokale ressursane og samstundes sjå marknadsmoglegheitene og utnytte desse aktivt gjennom konkrete marknadsaktivitetar. Viktige marknadsaktivitetar vil vere redaksjonelle omtaler i ulike tidsskrift og fagblad som har med jakt og fiske å gjere. I tillegg vil det vere viktig å vere godt synleg på reiselivsrelaterte internettportalar og på nettsider som tek føre seg tema som jakt og fiske.

4. Korleis organisere seg lokalt for å handle globalt?

Det er fleire stader i rapporten svart på dette spørsmålet, men som ei oppsummering kan det seiast at Breim har eit godt grunnlag for å skape ein endå meir aktiv bruk av naturen, og for å utvikle næring basert på naturbruk. Likevel, for å gjere ressursane tilgjengelege og seljande

for meir enn dei som bur i kommunen, må dei ressursane som det finst potensiale i tilretteleggast samtidig som tilboda må presenterast på ein målretta måte. Det må vidare takast ei vurdering på:

Kva for fiskevatn/-elvar bør leggst til rette spesielt?

Korleis kombinere fiske med andre aktivitetar som eks. riding?

Korleis gå fram for å vekkje interesse hos andre aktørar som lag, organisasjonar, skule og 4H?

...Og kven gjer kva?

Saman kan vi gje lokale idear og engasjement globale moglegheiter! Men, då må vi ha seljande produkt og nå dei rette marknadssegmenta. I tillegg må det arbeidast systematisk og kontinuerleg slik at ein står fram som profesjonelle og truverdige. Dette vil samla sett kunne gje eit sterkt konkurranseføremon.

Ei vidareføring av dette prosjektet bør oppsummert ta føre seg:

- Kva for produkt treng vi?
- Korleis få dei rette produkta?
- Kva for marknadssegment kan vi nå?
- Kva for marknadsarbeid må gjerast?
- Korleis organisere seg lokalt for å oppnå resultat relatert til næring?

Byrkjelo, 4. mars 2005

Gunn Aase Moldestad

Seattle, 4. mars 2005

Dagrun Aarsten

