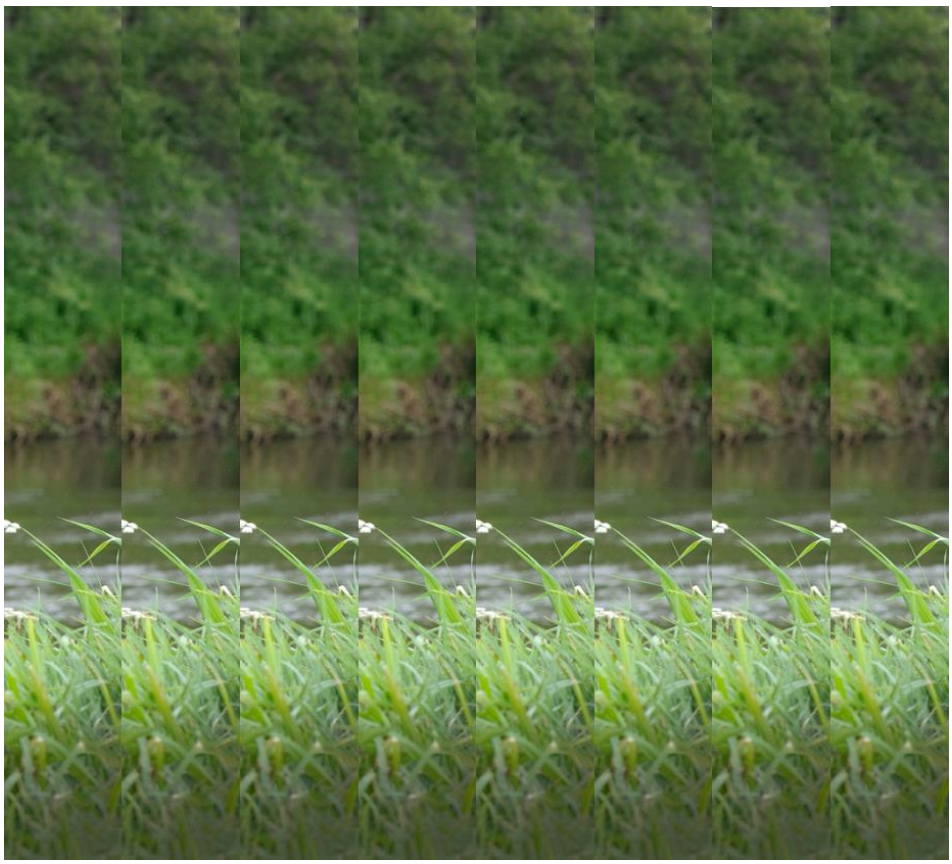
Å-turisme i Herning Kommune

Konceptrapport



Udarbejdet for Herning Kommune af Kvistgaard+HIRD, november, 2016

Kvistgaard HIRD

Indhold

DEL 1: Baggrund **3**

1.1. Indledning **3**

DEL 2: Vejen frem **5**

2.1. Et stærkt udgangspunkt **5**

2.2. Indsatserne – i overblik 6

2.3. Indsats 1: Fiskevandet 7

2.4. Indsats 2: Støtteindsatser 8

2.4.1. Overnatningssteder 8

2.4.2. Samarbejde med andre kommuner 10

2.4.3. Målgruppefokus 11

2.4.4. Etablering af porte 11

2.4.5. Markedsføring 12

2.4.6. Generel erhvervsudvikling 13

2.4.7. Inddragelse af lokalsamfund 13

DEL 1: Baggrund

1.1. Indledning

Denne Konceptrapport er udarbejdet af Kvistgaard+HIRD som en del af Herning Kommunes igangværende indsats for at udvikle å-turismen omkring Karup Å og Skjern Å.

Et koncept kan ses som løsningsmæssige helheder og sammenhænge, der afspejler et systems bærende idéer og løsningsprincipper, og hvor der er sammenhænge mellem forskellige faglige, organisatoriske og personlige udgangspunkter (Teknologisk Institut m.fl., 2003).

Rapporten indeholder et forslag til en overordnet strukturel løsnings–ramme for et samlet system, der indeholder sammenhænge. Nogle sammenhænge er afhængige, mens andre er uafhængige. Eksempelvis er bygning af overnatningsfaciliteter direkte afhængig af fiskevandets kvalitet og fiskenes kvalitet. Omvendt er fiskevandets kvalitet ikke afhængig af overnatningsfaciliteter eller andre kommercielle tiltag.

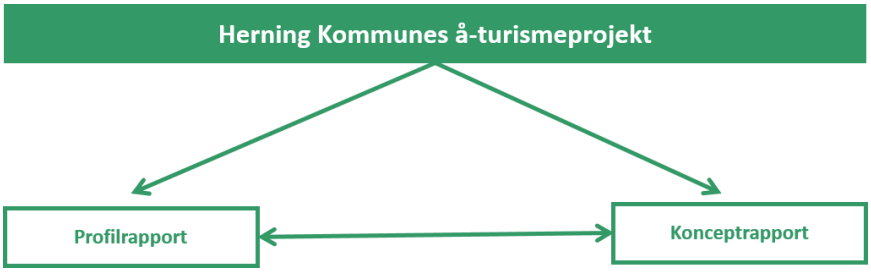
Rapporten indeholder såvel overordnede strukturelle sammenhænge som konkrete indsatser. Konceptet giver en konkret ledetråd til, hvordan Herning Kommune kan udvikle å-turismen – optimalt i tæt samarbejde med de andre kommuner, som de to åer løber igennem, og de mange lokale interessenter i kommunerne. Disse interessenter har en stor passion for åerne og de muligheder, der ligger i et systematisk arbejde med at udvikle å-turismen i de forskellige kommuner.

Denne konceptrapport bygger på resultaterne af to sideløbende undersøgelser gennemført af Kvistgaard+HIRD i perioden september til november 2016. De to undersøgelser er beskrevet i Profilrapporten, som er vist i Figur 1:

1. Interviewundersøgelse blandt 40 danske lystfiskere og repræsentanter for organisationer, der arbejder med lystfiskeri – også ud fra et turismemæssigt perspektiv.

2. En netnografisk undersøgelse, der involverede overvågning af og indsamling af data på en række danske og udenlandske fora og communities.

Profilrapporten bidrager til en indgående forståelse af lystfiskerne, deres motiver, interesser, handlinger, drømme og holdninger – med udgangspunkt i Herning Kommunes ønske om at igangsætte et eller flere nye udviklingsinitiativer inden for en forholdsvis kort tidshorisont.



Figur 1: Herning Kommunes å-turismeprojekt i overblik

Profilrapporten og Konceptrapporten bør læses sammen med en række mere statistisk baserede rapporter, der omhandler lystfiskeriets samfundsøkonomiske betydning i Danmark generelt og ved Skjern Å specifikt. Disse rapporter giver statistisk baggrund for herværende rapporters resultater og konklusioner. Her skal nævnes:

- *Lystfiskernes bidrag til dansk økonomi* af Lars Bo Jacobsen, Københavns Universitet, 2010
- *Den lokaløkonomiske værdi af laksefiskeriet i Skjern Å* af Jørgen Jordal-Jørgensen et al., DTU Aqua, 2014
- *An empirical investigation of German tourist anglers' preferences for angling in Denmark* af Ole Bonnichsen et al., Københavns Universitet, 2016
- *Rapport fra Task force om lystfiskerturisme* af Videncenter for Kystturisme og Naturstyrelsen, 2015

DEL 2: Vejen frem

2.1. Et stærkt udgangspunkt

Skjern Å og Karup Å har et stort uudnyttet potentiale i forhold til yderligere udvikling af lystfiskerturismen. Et betragteligt antal lystfiskere besøger allerede i dag de to åer. Men ifølge resultaterne fra Profilrapporten synes der klart at være potentiale til mere.

Et potentiale udtrykker forholdet mellem en fastslået nu-situation og en ønsket fremtidig situation. Et potentiale er derfor en fremtidsmulighed.

Herning Kommune, lystfiskerforeningerne, lodsejerne, lystfiskerne i både Danmark og udlandet og turistorganisationerne mener, at å-turismen i Skjern Å og Karup Å har et stort uudnyttet potentiale – både hvad angår selve fiskeoplevelsen og hvad angår mulighederne for at skabe bedre vilkår for at øge omsætningen, skabe flere jobs direkte og indirekte fra lystfiskeriet, øge skatteprovenuet og øge værditilvæksten.

Grundproduktet, nemlig kvaliteten af selve fiskeriet, er i orden, og efterspørgslen er der – det viser blandt andet de to undersøgelser præsenteret i Profilrapporten.

Spørgsmålet er nu, hvad der skal til for at realisere det uudnyttede potentiale for udvikling af lystfiskerturisme omkring de to åer. Svaret er ikke entydigt. Der er ikke én isoleret indsats, der alene vil kunne løfte opgaven. Dertil har produktet for mange facetter og ikke mindst interessenter. Det handler derimod om at igangsætte en række forskellige, men indbyrdes tæt forbundne, indsatser – ofte på tværs af kommunegrænser. Det handler mere om at skabe en strukturel løsningramme, hvor indenfor en række indsatser kan skabe resultater på forskellige niveauer.

2.2. Indsatserne – i overblik

De forskellige indsatser, der vil kunne bidrage til en positiv udvikling af lystfiskerturismen omkring Skjern Å og Karup Å, kan opdeles i to overordnede indsatser:

Indsats 1: Fiskevandet (uafhængig faktor)

Indsats 2: Støtteindsatser (afhængige faktorer)

Fiskevandet bredt forstået (se afsnit 2.3. for uddybning) er selve rygraden i både den nuværende og den fremtidige lystfiskerturisme i og omkring de to åer. Uden fiskevand af meget høj kvalitet er der ikke et solidt fundament for at udvikle lystfiskerturismen. Derfor udgør konstant og målrettet forbedring og pleje af fiskevandet en opgave, der ikke må nedprioriteres – hverken i dag eller i morgen. Denne opgave er med sin omfattende kompleksitet og sit vidtrækkende omfang en strukturel løsningsramme og et samlet system.

Støtteindsatserne består af en lang række indsatser af meget varierende karakter. De er alle relevante på den måde, at de så at sige bidrager til at danne en faglig og organisatorisk ramme omkring fiskevandet. En ramme, der bidrager til at forbedre den samlede oplevelse for lystfiskerne, og samtidig en ramme, der har et klart kommercielt fokus. Turisme har et klart oplevelsesmæssigt indhold, da hver enkelt lystfiskerturist, der besøger de to åer, ønsker at få gode, mindeværdige oplevelser med sig hjem. Det er oplevelser, der står i kontrast til dagligdagen. Dette fremgår meget klart af Profilrapporten. På den anden side har turisme i denne sammen–hæng også et klart kommercielt indhold, da turisme som produkt handler om forbrug. Det handler om at skabe bedst mulige forhold for forbrug, der kan hjælpe Herning Kommune med omsætning, jobs, skatteprovenu og værditilvækst. Dette forbrug kan dermed i sidste ende komme arbejdet med fiskevandet til gode. En positiv spiral er sat i gang. Dermed handler udvikling af lystfiskerturismen omkring Karup Å og Skjern Å også om udvikling af tilbud, der gør det ekstra interessant for lystfiskere at fiske langs Skjern Å og Karup Å. Lidt firkantet sagt, så handler det i forbindelse med støtteindsatserne om at kapitalisere på fiskevandets høje kvalitet.

Det er vigtigt at understrege, at der allerede i dag fra flere sider arbejdes målrettet med både fiskevandet og mange af støtteindsatserne. Arbejdet med at udvikle lystfiskerturismen omkring de to åer starter med andre ord ikke forfra.

Det er også vigtigt at understrege, at indeværende rapport har fokus på, hvad Herning Kommune kan gøre for at udvikle lystfisker–turismen langs Skjern Å og Karup Å. Sagen er dog den, at de ind–satser, der fremlægges, kan bruges de andre steder / i andre kom–

muner, hvor fiskevandet har samme høje kvalitet som i Skjern Å og Karup Å.



Figur 2: Fiskevand og støtteindsatser

Indsatserne er ikke inddelt i strategisk, taktisk eller operationelt niveau. En sådan inddeling må bero på konkrete implementeringsmæssige overvejelser i Herning Kommune.

2.3. Indsats 1: Fiskevandet

Som nævnt i afsnit 2.2., udgør fiskevandet selve rygraden i lystfisker–turismen langs Skjern Å og Karup Å. Når lystfiskerne taler om fiskevand, så taler de især om, hvordan forholdene er for fiskene. De er ekstremt interesserede i kvaliteten af fiskevandet, og det er primært kvaliteten af fiskevandet, der afgør, hvor de fisker. Lystfiskerne fremhæver, at der er en direkte sammenhæng mellem kvaliteten af fiskevandet og antallet af lystfiskere.

Herning Kommune: handlingspunkter:

- Forbedring af fiskevandet lokalt: samarbejde med foreninger om gydebanker, udsætning af fisk mv.

- Forbedring af fiskevandet regionalt / nationalt: samarbejde med de andre kommuner om eksempelvis forbedring af forholdene i Ringkøbing Fjord og Limfjorden, nedbringelse af bestanden af skarv, regulering af garnfiskeri, lukning af dambrug mv.

- En målrettet kommunikationsindsats i forhold til at fortælle lystfiskerne om den store indsats, der gøres for fiskevandet. Lystfiskerne tager positivt imod historier om dette emne. De har en meget stor interesse for fiskevand af høj kvalitet, og det handler om for Herning Kommune (og andre) gennem handling og kommunikation at vise, at der gøres en indsats for fiskene, fiskevandet og miljøet. Arbejdet med forbedring af fiskevandet har en stor markedsføringsværdi.

- Den danske model med frivillige / foreninger, der yder et stort arbejde for kvaliteten af fiskevandet, er en positiv historie, der klart kan bringes yderligere i spil i markedsføringen af de to åer. I denne forbindelse er det

oplagt for Herning Kommune at styrke samarbejdet med foreninger / frivillige yderligere – og så fortælle om det.

- Lystfiskerne er meget engagerede og passionerede. Det er vigtigt, at Herning Kommune og dens samarbejdspartnere matcher dette – og dermed ikke signalerer, at fokus på lystfiskerturismen primært er kommerciel. Nej, det handler om bedre fiskeoplevelser – det er historien.

- Der bør udarbejdes en langsigtet plan til forbedring af fiskevandskvalitet. Denne plan bør gøres tilgængelig for lystfiskerne, og de skal opfordres til at bidrage med gode råd og idéer og måske endog konkrete indsatser gennem deltagelse. Lystfiskerne ved godt, at det tager mange år at øge fiskevandets kvalitet.

- Der bør skabes dialog med lodsejere, der har jord ned til de to åer i forhold til en kortlægning af, hvor der potentielt er mulighed for fremtidige tiltag / investeringer – store som små.

- Der bør ske en udvidelse af samarbejder med videns- og forskningsinstitutioner samt formidling af dette samarbejde til lystfiskerne. Eksempelvis bruger kystdestinationer i Tyskland videns- og forskningsinstitutioner til at følge udviklingen i badevandets salt- og mineralindhold af hensyn til badende kurgæster. Denne type videnskabeliggjort samarbejde fremmer kvaliteten af arbejdet og gør markedskommunikationen nemmere.

2.4. Indsats 2: Støtteindsatser

Støtteindsatserne er meget forskellige, og de overlapper hinanden på en række punkter. De har dog det til fælles, at de, som nævnt i afsnit 2.2., bidrager til den samlede strukturelle løsningsramme.

2.4.1. Overnatningssteder

Overnatningsstederne i byerne i kommunerne langs de to åer og ikke mindst overnatningsstederne langs de to åer er et centralt område, da de udgør en vigtig indtægtskilde.

Herning Kommune: handlingspunkter:

- Etablering af en eller flere *fishing lodges* langs de to åer, hvor fiskeriet er på et meget højt niveau. Derfor bør der også være overnatningssteder, der for alvor matcher dette niveau. *Fishing lodges* opfattes af de fleste lystfiskere som

værende i den eksklusive ende – altså akkurat som fiskevandet i de to åer. Det at etablere en eller flere *fishing lodges* i en eksklusiv kvalitet vil sandsynligvis have en stor imagemæssig effekt, da lystfiskerne vil tænke: Hvis der er eksklusive *fishing lodges*, må fiskevandet virkelig være godt. *Fishing lodges* handler på den måde også om image.

En *fishing lodge* skal ligge tæt på vandet, den skal have den rette stemning og de rette faciliteter. En *fishing lodge* er 100 % indrettet efter lystfiskernes behov og ønsker. Og så skal den skabe rammerne for socialt samvær, og den skal kunne tage imod grupper af lystfiskere samtidig med, at lystfiskeren, der rejser alene, føler sig velkommen.

En fishing lodge vil udmærket kunne fungere som en af portene til de to åer – se afsnit 2.4.4. I forhold til placering så vil det være oplagt at indtænke andre kommercielle aktiviteter i nærheden.

- Udvikling af overnatningssteder generelt: Der er i dag en række meget forskellige overnatningssteder ved Karup Å og Skjern Å. Det vil være hensigtsmæssigt at udarbejde en plan for, hvordan disse kan udvikles således, at de i endnu højere grad lever op til lystfiskernes ønsker – og dette på trods af, at lystfiskerne ofte ikke stille store krav. Men det handler om at udvikle overnatningsproduktet, således at flere over–natter og gerne til en højere pris grundet et kvalitetsløft. Videndeling er et vigtigt instrument i forhold til udvikling af overnatningskapacitet og -kvalitet.

- Da lystfiskerne er meget forskellige, er det vigtigt, at der er et meget varieret udbud af overnatningssteder, der dog alle i vid udstrækning bør have et autentisk og dermed lokalt udgangspunkt. De bør tænkes sammen i forhold til det overordnede mål, nemlig at gøre alt i oplevelsen relevant og interessant for lystfiskere.

- I udviklingen af overnatningssteder er det vigtigt ikke at glemme et vigtigt argument. Lystfiskerne fisker i høj grad uden for den normale turistsæson. De kan dermed være med til at holde gang i den lokale økonomi uden for den turismemæssige hovedsæson mellem juni og august.

- Overnatningsstederne bør arbejde sammen med andre aktører omkring udvikling af pakker – ikke mindst i forhold til weekendture, som er særdeles efterspurgte. Mange lystfiskere ønsker tilsyneladende at kunne booke pakker, hvor alt er inkluderet. Det gør det let og hurtigt at booke og komme afsted til dét, der er vigtigt, nemlig selve fiskeriet.

2.4.2. Samarbejde med andre kommuner

Herning Kommune "ejer" Skjern Å og Karup Å sammen med en række andre kommuner. Derfor er et tæt samarbejde af vital betydning for den fremtidige værdi af lystfiskerturismen ved de to åer.

Herning Kommune: Handlingspunkter:

- Udvikling af en fælles tværkommunal strategi / plan for arbejdet med de to åer. Det handler om at betragte de to å-forløb som én samlet destination – alternativt en destination pr. å, hvilket dog vil give nogle udfordringer i forhold til differentiering. Og dette ikke mindst i tilfælde af, at Storåen inddrages. Det handler på sigt om at skabe en fælles destination (og ét fælles brand). En destination og et brand, hvor der naturligvis er mulighed for den enkelte kommune at gennemføre egne initiativer, der dog bidrager til opfattelsen af en fælles sammenhængende destination.

- Lystfiskerne tager ikke til Hagebro eller til Skarrild. De tager til Skjern Å og Karup Å. Dette bør være tankemåden omkring udviklingen af lystfiskerturismen.

- Med til en destination hører ting som fælles skiltning, udvikling af pakker, en samlet fortælling og fælles markedsføring – dog med plads til lokale tilpasninger og initiativer. Det handler således om at opnå synergier og om at arbejde tæt sammen – samtidig med, at man ikke går på kompromis med det ægte og det autentiske.

- Udvikling af et fælles partnerprogram for de aktører, der arbejder med lystfiskerturismen ved de to åer. Med et partnerprogram kan man både stille krav og øge samarbejdet på tværs af kommunerne.

- Samarbejde om forbedring af fiskevandet.

2.4.3. Målgruppefokus

Det er vigtigt at identificere, forstå og bearbejde nøje udvalgte målgrupper. Der er rigtig mange forskellige interessenter involveret i lystfiskeriet ved Karup Å og Skjern Å, hvilket understreger behovet for målgruppefokus, da man ellers risikerer at arbejde med mange små og ofte tilfældigt valgte målgrupper – ofte med en for kort tidshorisont i forhold til bearbejdning.

Herning Kommune: handlingspunkter:

- Fokus bør være på at bygge lystfiskerturismen op omkring *hard-core* / dedikerede lystfiskere, der rejser til de to åer – og dermed har brug for overnatning. Denne gruppe af lystfiskere er typisk 40+. Det er en – ifølge dem selv – en købestærk, betalingsvillig ekstremt dedikeret gruppe mennesker. Der er tale om såkaldte *special interest* turister.

- Herning Kommune skal bidrage til at skabe en indgående forståelse for den valgte målgruppe hos alle relevante interessenter. Der skal udvikles produkter til netop denne gruppe og der skal deles erfaringer om det daglige arbejde med gruppen.

- Udvikling af "system" til monitoring af den valgte målgruppe. Dette arbejde kan med fordel indledes med en tilbundsgående analyse blandt primært tyske og danske lystfiskere i den valgte målgruppe. En løbende monitoring er vigtig i forhold til justeringer af både produkt, videndeling og markedsføring.

2.4.4. Etablering af porte

Skjern Å og Karup Å løber over rigtig mange kilometer, derfor er det vigtigt med en form for markering af, at man som lystfisker er ankommet til en af åerne.

Herning Kommune: handlingspunkter:

- Etablering af en række ensartede porte til de to åer. Der er ikke tale om fysiske porte, men derimod om steder, der markerer, at man nu er ankommet til eksempelvis Skjern Å. Portene skal derudover fungere som ubemandede formidlingssteder med oversigtskort, toiletter, parkering, tilbud fra kommercielle aktører mv. De skal også fungere som mødesteder for lystfiskerne. Portene er vigtige, da de er en fysisk og koncentreret manifestation af et enormt langstrakt produkt, nemlig åerne. Som nævnt er portene ubemandede, men det er oplagt at etablere dem ved

kommercielle aktører, hvis disses placering er hensigtsmæssig.

- Som et led i at gøre de to åer mere overskuelige vil det være oplagt at arbejde med ét oversigtskort. Samtidig vil det være hensigtsmæssigt at "markedsføre" særligt interessante steder / sving på åerne således, at det bliver nemmere for lystfiskerne at tale om åen.

2.4.5. Markedsføring

Skjern Å og Karup Å er i dag relativt kendte på især det danske og det tyske marked. En yderligere udvikling af lystfiskerturismen kræver dog en stor markedsføringsindsats – bl.a. da konkurrence fra eksempelvis Norge og Sverige er intensiv.

Herning Kommune: handlingspunkter:

- Udvikling af et markedsføringskoncept på tværs af alle involverede kommuner. Ét fælles brand med plads til evt. subbrands. Dette kræver tæt samarbejde mellem turismefremmesystemet, kommunerne og aktørerne.

- Markedsføringen skal baseres på en ekspert-til-ekspert tankegang. Målgruppen er eksperter i lystfiskeri og det skal afspejles i markedsføringen. Det er derfor vigtigt, at understøtte turistbureauerne i deres markedsføring af lystfiskerturisme. Eksperterne findes i høj grad blandt medlemmerne af foreningerne langs de to åer, men også blandt bloggere, journalister, tilrejsende lystfiskere og andre.

- Konkurrencer og andre relevante events kan bidrage til at skabe opmærksomhed.

- Én fælles online salg- og markedsføringskanal for åerne. Det indebærer, at eksisterende midler puljes – både fra offentlige og private aktører. Det handler om en én indgang-tanke–gang.

- Det er vigtigt, at markedsføringen indeholder budskaber, der har direkte relation til lystfiskernes interesse i godt fiskevand samt natur- og miljøspørgsmål. Og så skal man fortælle, at de to åer er svære at fiske i – det øger interessen og eksklusiviteten.

- Markedsføringen skal indtænke salg. Det handler ikke om at markedsføre eksempelvis pakker; det handler om at sælge dem. Det er en helt anden tankegang.

- *Convenience* er en relevant markedsføringsmæssig indgang til lystfiskerne. De rejser ud for at fiske, og alt andet kan nemt opfattes som forhindringer og minimering af den kostbare tid ved vandet. *Convenience* i forhold til køb af fiskekort er en oplagt mulighed.

- Lystfiskerne deler gerne tips og tricks, hvilket gør en strategisk *word-of-mouth* strategi særdeles interessant.

- Synliggøre over for lystfiskerne, at alt det de i har brug for, kan købes lokalt – uden besvær overhovedet.

2.4.6. Generel erhvervsudvikling

Det er virksomhederne, der skal drive udviklingen af lystfiskerturismen ved Skjern Å og Karup Å. Det er virksomhederne, der skal skabe nye jobs og flere skatteindtægter til gavn for alle i Herning Kommune.

Herning Kommune: handlingspunkter:

- Udarbejdelse af plan for udvikling af de mange – og små – aktører langs de to åer. Det handler om salg, service, målgruppeindsigt, idéudvikling og samarbejde. Her kan Herning Kommune bidrage med at påpege muligheder og ved at bruge værktøjerne i det eksisterende erhvervsfremmesystem.

- Videreudvikling af den eksisterende oversigt over aktører langs de to åer – eksempelvis med sengekapacitet.

- Netværksdannelse der sikrer systematik i og opfordringer til samarbejde.

2.4.7. Inddragelse af lokalsamfund

Succes med yderligere udvikling af lystfiskerturismen omkring Karup Å og Skjern Å er i høj grad afhængig af de lokales opbakning og interesse. Det er dem, der møder fiskerne, servicerer fiskerne, giver lokal atmosfære og kommercielle muligheder.

Herning Kommune: handlingspunkter:

- Udarbejdelse af strategi for borgerinvolvering – herunder plan for synliggørelse af lystfiskerturismens lokaløkonomiske betydning.

- De lokale skal gøres til ambassadører for deres lokalområder og dermed også for de to åer. Lokal stolthed smitter af på, de der besøger et område.

- Der skal gøres en særlig indsats i forhold til dialog med foreningerne / de frivillige langs de to åer, da et øget antal lystfiskerturister ikke vil være en positiv udvikling for alle.