

Utvikling av fisketurisme på Kvikne



Esten Sødal Skullerud, Kvikne 11.12.13

Innhold

Bakgrunn	2
Målsetning.....	3
Mål 1:.....	3
Mål 2:.....	3
Mål 3:.....	3
Dagens fiskeprodukt på Kvikne:	4
Utvikling av fisketurisme på Kvikne.....	7
Hvilket produkt skal vi så fokusere på?	8
Forslag til tiltak med utgangspunkt i målsetningene:	9
Konklusjon:	11

Bakgrunn

Kvikne Utmarksråd har gjennom Innovasjon Norge fått midler til å undersøke mulighetene for utvikling av turistfisket på Kvikne. I løpet av sommeren og høsten 2013 har vi kartlagt dagens tilrettelegging for fritidsfiske på Kvikne, hatt mange konsultasjoner med daglig leder i Fishspot (Gudmund Nygård) om utvikling av turistfiske, deltatt på flere møter med fiskeforeningen på Kvikne og utarbeidet denne rapporten (tabell 1).

Arbeidsoversikt fiskeprosjekt	
Hva vi har gjort	Tidsbruk i timer
Kartlagt dagens tilrettelegging for fiske på Kvikne	60
Kartlagt dagens fiske og mulighetene for utvikling av turistfisket på Kvikne (Orkla og fjellvann)	145
Identifisert potensielle markeder og kartlagt deres behov for forvaltning og tilrettelegging	75
Arbeidet med å oppdatere fiskekartet for Kvikne	20
Arrangert og deltatt på flere møter med grunneiere og andre aktuelle innen reiselivsnæringen på Kvikne og i Hedmark	35
Utarbeidet prosjektrapport	60
SUM brukte timer	395

Tabell 1: Oversikt over gjennomført arbeid i tilnytting til fiskeprosjektet.

Denne rapporten skal være et utgangspunkt for en næringsdel i en eventuell driftsplan og verktøy i arbeidet med å trekke flere sportsfiskere til Kvikne. I denne rapporten blir det gjort en analyse av dagens situasjon samt en gjennomgang av potensialet for fremtidig utvikling av fisketurisme på Kvikne.

I dag er det en økt etterspørsel etter og vilje til å bruke penger på opplevelser. Turister reiser til kjente og ukjente steder på jakt etter opplevelser – og en fiskeentusiast eller sportsfisker reiser for å oppleve godt fiske. Fiskemulighetene på Kvikne gjorde så lakselorder reiste hit på 1900- tallet etter at de hadde fisket laks lenger ned i Orkla, og hit trekkes flere sportsfiskere i dag. God kvalitet på dagens fiske og potensielle utviklingsmuligheter kan gjøre sportsfiske til Kviknes desidert viktigste turistattraksjon.

Norges Jeger og Fiskeforbund definerer sportsfiskeren slik: *”Sportsfiske er det fiske som utøves for fornøylelsens, rekreasjonens og sportens skyld. Sportsfiske utøves med stang, håndsnøre og enkel line med krok som er bestemt til frivillig å slukes av fisken. Garn, liner, ruser og andre redskapstyper inngår derfor ikke som en del av sportsfiske.”*

Når en sportsfisker reiser til en fiskedestinasjon legger de seg kanskje inn på campingplasser eller hotell, spiser på lokale serveringssteder og handler på lokale matvarebutikker og bensinstasjoner. Dette skaper lokaløkonomiske ringvirkninger som gjør at bygda får flere bein å stå på. Disse ringvirkningene er kanskje det viktigste og mest betydningsfulle aspektet med fisketurismeutvikling. Det har blitt vist at fiskekortet utgjør 10 % av det en *tilreisende* fisker legger igjen per dag.

Da det på Kvikne årlig selges fiskekort for rundt kr 160 000,-, er det lett å tenke at dette bidrar til et samlet forbruk på 1,6 millioner kroner fra fiskernes side på Kvikne. Flere forskningsrapporter viser derimot at forbruket til fisketuristen er avhengig av hvor fiskeren kommer fra. En innebygds fisker eller en fisker fra nærområdet legger eksempelvis igjen langt mindre penger på tjenester som overnatting og servering sammenlignet med en langveisfarende nordmann eller utenlandsk fisker. I forbindelse med utbygging av Tolgafallene viser en forskningsrapport fra NINA (Dervo m.fl. 2012) at de lokale legger igjen 120 kr, de regionale legger igjen 250 kr, mens tilreisende nordmenn og utlendinger legger igjen mest, med kr 750,- per døgn.

Skal sportsfiske på Kvikne skape størst mulige lokaløkonomiske ringvirkninger, er det viktig at vi tilrettelegger og forvalter produktet vårt på en slik måte at vi skaper en attraksjon som blir synlig ut over vår region. Vi må skape et produkt som er av interesse for et nasjonalt og kanskje internasjonalt marked.

Målsetning

Kvikne Fiskeforening ønsker å legge til rette for en bærekraftig utnyttelse av de naturgitte forutsetninger Kvikne innehar. Det viktigste vi kan gjøre er å ta vare på de som allerede fisker her i dag. Vi må passe på at de trives og fortsetter å komme hit, fremfor å legge fisketuren andre steder. Ved å gi lokalbefolkningen og hyttefolk et fortsatt godt fisketilbud, kombinert med å tilrettelegge for økt sportsfiske vil vi kunne øke salget av fiskekort om vi markedsfører oss gjennom riktige kanaler. På denne måten vil vi samtidig bidra til økte lokaløkonomiske ringvirkninger i bygda. Eksempler på dette vil være økt belegg på overnattingsstedene, økt forbruk på butikk og bensinstasjon og økte inntekter på veiavgifter. I ytterste tilfelle kan det også føre til økt salg av hyttetomter og hyttebygging.

Forslag til målsetninger i prioritert rekkefølge:

Mål 1: *Kunne tilby grunneiere og sambygdinger et fortsatt godt og variert fritidsfiske og matauk-fiske. I dette ligger det at det fortsatt skal være gode muligheter for matauk, kveldsturer i nærområdet og ikke redusere mulighetene for å bruke dagens tillatte redskap.*

Mål 2: *Bli en mer attraktiv og tiltrekkende destinasjon for sportsfiskere.*

Mål 3: *Øke salg av dagskort med 10 % årlig og øke salg av sesongkort med 5 % årlig med 2013 tall som utgangspunkt.*

Videre vil vi gjennomgå dagens produkt og komme med forslag til tiltak for å nå foreslåtte målsetninger.

Dagens fiskeprodukt på Kvikne:

På Kvikne er ørret den dominerende arten. I Baklidalstjønna, Stor-Nappsjøen, Stor-Gardsjøen og Nordre Tuvstjønn dominerer Røya, mens røye finnes som eneste fiskeart i Berstjønna og Brynhildstjønna. Fiskeforvalter hos fylkesmannen i Hedmark, Tore Qvenild godsnakker ved flere anledninger fiskemulighetene på Kvikne. I en kalkningsplan for Hedmark (1996) skriver Qvenild at *"god vannkvalitet og rene ørret- og røyebestander gjør vannene på Kvikne til noen av Hedmarks beste fiskevann"* mens han i Fiske i Hedmark fra 2010 skriver at *"de geologiske forholdene i fjellene rundt Kvikne med kambriske skiferbergarter gir en svært god vannkvalitet med høy pH, mye kalk og optimale produksjonsforhold for fisk og krepsdyr"*.

Salg av fiskekort på Kvikne er i dag svært godt organisert gjennom Kvikne fiskeforening. Fiskekortet på Kvikne dekker ca. 80 vatn og 160 km fiskeførende elver og bekker. Få andre fiskedestinasjoner kan vise til en lignende velfungerende organisering.

Historisk sett er det blitt gjennomført flere tiltak som har gjort Kvikne til en bedre fiskedestinasjon. I 2002 ble det laget en god og omfattende driftsplan for forvaltning av fiskeresursen på Kvikne. Denne skulle fungere i perioden 2003 – 2007, men har i ettertid ikke blitt videreført. Mye av det som står i denne planen er fortsatt aktuelt i dag, og temaer som beskrivelse av områdets biologi og økologi er aktuelle i dag også. I 2001 ble Orkla elveeierlag organisert og i 2005 fikk Kvikne ett felles fiskekort. Begge disse milepælene førte til økt salg av fiskekort og omsetning. Innføring av nettsalg (2008) og sms-salg (2009) bidro også til økt fiskekortomsetning (fig 1). Siden 2009 har dessverre salget av fiskekort gått ned, og inntektene til fiskeforeningen har stagnert (fig 2).

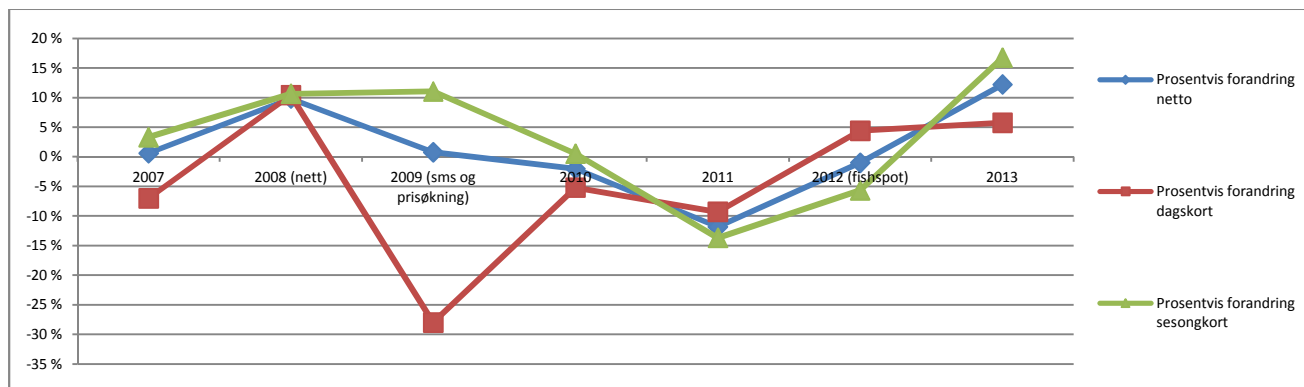


Fig 1 viser prosentvis forandring i netto omsetning av fiskekort fra år til år.

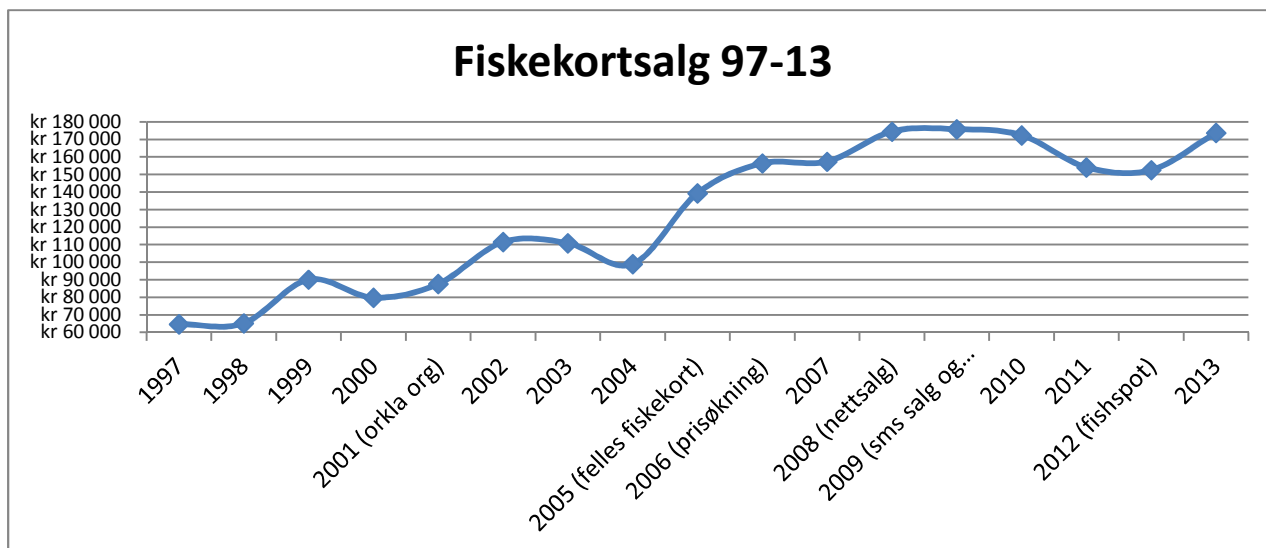


Fig 2. I 2005 fikk kortsalget en solid økning, og siden 2005 har salget av fiskekort ligget på mellom kr 140 000,- og kr 180 000,-.

På tross av at inntektene på salg av fiskekort har vært relativt stabile siden 2005, er den klare trenden at det stadig selges færre døgn- og sesongkort (fig 3 og 4). Ser man til andre fiskedestinasjoner som ikke målrettet satser mot et konkret segment sportsfiskere er trenden lik og salg av fiskekort synker. Oversikten over kort-salg/omsetning det siste 10-året viser at salget stagnerer og går litt ned i Os-Erlia og Glomma-Tunna utenfor Fluefiskesona, mens den har økt 2-300 prosent i samme periode i de områdene som har satset på tilrettelegging for fluefiske.

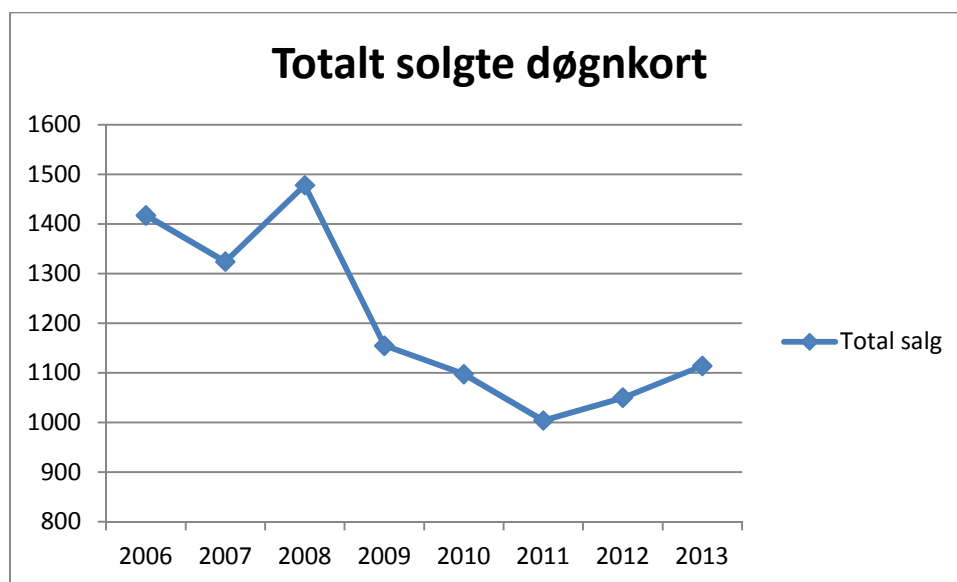


Fig 3 viser årlig salg av dagskort fra 2006 til 2012

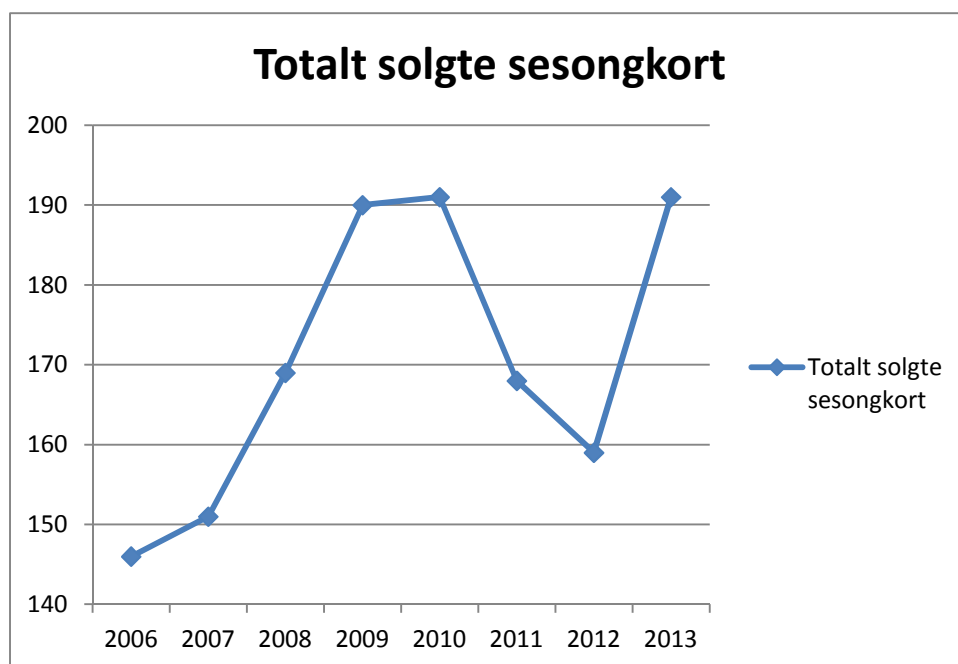


Fig 4 viser årlig salg av sesongkort fra 2006 til 2012

På Kvikne er tilgjengeligheten til fiskeresursene svært gode. Her går det fjellveier inn til spennende innsjøer på begge sider i dalføret, på Kvikneskogen finner vi en rekke veinære vatn og åer, og riksveg 3 følger Orkla gjennom hele dalføret fra Estensmobrua til Litj-fossen. Det at vi på Kvikne har mange veinære og lett tilgjengelige fiskemuligheter er en svært stor fordel i turistfiskesammenheng.

Fiskevannene på Kviknebrona og Innerdalen er noen av de fjellvannene på Kvikne som har god veiforbindelse og er godt tilpasset sportsfiske. Ut i fra fangstrapporteringer kan vi ikke påstå at disse områdene brukes mer enn andre, men ut i fra trafikk på fjellvegen og oppsynets observasjoner kan det sies at dette er svært populære fiskeområder. Dammen i sør-enden av Innerdalsmagasinet er nok en kjent fiskeplass for mange. Her har fisken et godt mattilbud hele året og gode oppvekstvilkår da dammen ikke påvirkes av reguleringa i magasinet.

Orkla har kanskje det største potensialet på Kvikne når det kommer til utvikling av turistfiske. Langs Orkla finnes mange parkeringsmuligheter, og langs store deler av elva går det egne småveier på motsatt side av elva i forhold til riksvegen. Fra Kvikne Camping og nordover er det tilrettelagt med en fiskesti på vestsiden av Orkla. Det finnes flere gapahuker som er satt opp ved "private" fiskeplasser, men få gapahuker er laget for det offentlige.

De store innsjøene på østsiden passer godt for garnfiske, men kan nok bli i største laget for sportsfiskeren. Spesielt Falningsjøen med sin store reguleringshøyde er dårlig tilpasset sportsfiske. I Litj-Hiåsjøen og Sør-Ytjønna er det mulig for fiskere å leie garn for å bedrive mataukfiske. Begge disse vatna har gode rykter som fiskevann.

Det finnes i tillegg mange "uberørte skatter" på Kvikne som ligger og venter på en eventyrlysten fiskeentusiast. Både i Kvikne øst- og vestfjell finnes en mengde vatn, bekker og elver som ikke ligger atmet vei. Disse er mindre tilgjengelige enn de overnevnte, men kan for mange være desto mer attraktive. Problemet med å sende tilreisende fiskere til disse vannene er at det blir færre

økonomiske ringvirkninger ut av dette sammenlignet med fiskere vi klarer å holde nede i bygda. Gjennom vår deltakelse i Fishspot er det nettopp disse vannene som gjør at vi skiller oss ut, og virker unike.

Årlig leverer mellom 2 og 3 % av fiskerne på Kvikne fangstrapport. Med så lav rapportering blir det vanskelig å generalisere. Noe av det vi kan få en indikasjon på med disse rapportene som utgangspunkt er hvor fiskerne fisker og gjennomsnittsvakta på fisken som fanges. De oppgir at de fisker i fjella på begge sider av dalføret. Svært få oppgir at de fisker i Orkla. Mataukfisket med garn foregår i de store innsjøene, mens de største enkeltfangstene blir gjort i fjellvatn. Gjennomsnittsvakta på fisken ligger årlig mellom 3 og 400 g.

Fiskere som kommer til Kvikne kan i dag velge å overnatte på Kvikne Camping eller Hogstad Camping i tillegg til flere åpne fjellbuer. Begge campingene er plassert helt nede ved Orkla, og har gjennom mange år hatt besøkende fiskere. Undersøkelser fra andre fiskedestinasjoner viser at overnattingsbedrifter som ligger i området med tradisjonell forvaltning har stagnasjon eller nedgang i omsetning, mens bedriftene som satser på et moderne og tilrettelagt fiske har betydelig vekst.

Utvikling av fisketurisme på Kvikne

Som en alpindestinasjon er det hensiktsmessig at Kvikne kan tilby et vidt spekter av forskjellig fiske for å fremstå som en attraktiv destinasjon. Med utgangspunkt i dagens forutsetninger som er nevnt ovenfor (lover og regler, natur, destinasjonen og aktører i bransjen), må vi velge ut et segment (målgruppe) som vi mener vi kan ha potensialet til å tiltrekke oss. Denne målgruppen må vi sette inn i det helhetlige fisketurismeprodukt (innkvartering, servering, transport og aktivitet). Det viktigste momentet i denne sammenheng er aktiviteten, eller selve fisket. Det er kvaliteten her som avgjør om sportsfiskere velger oss som destinasjon framfor en annen. Skal vi derfor nå målgruppen vi velger ut, må vi tilpasse forvaltningen til dette segmentet, slik at produktet tilfredsstiller og begeistrer.

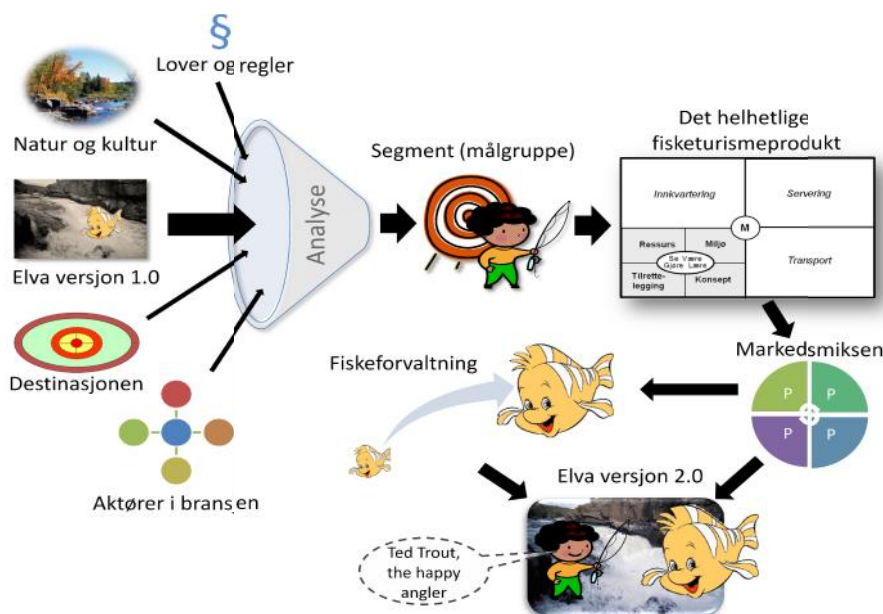


Fig 5. Modell for utvikling av fisketurisme

Hvem skal vi satse på og jobbe for å tiltrekke oss? Og *hvorfor kommer akkurat denne type sportsfisker hit* fra Trondheims- eller Osloområdet for å fiske når det finnes tusenvis av innsjøer og elver i landet?

Norges Bondelag og Norges Skogeierforbund deler sportsfiskere inn i to grove grupper:

1. Den lidenskapelige entusiasten, spesialisten.
2. Den som utøver fiske som én av flere mulige aktiviteter, kameratgjengen, familiefiskeren og bedriftsmarkedet.

Ser vi på dagens fisketilbud er nok dette best tilpasset det lokale matauk- og sportsfiske. Vi har i liten grad et tilbud som tiltrekker spesialistene. Noen kommer selvfølgelig hit, men ikke så mange som vi har kapasitet til.

Ønsker vi å tiltrekke oss flere tilreisende fiskere som kan bidra til økt verdiskapning på Kvikne, bør vi heller se på mulighetene for å tilrettelegge for spesialistene. Denne gruppen bruker mest tid på å fiske, er villige til å reise langt for å få gode fiskeopplevelser, har høyest pengeforbruk og betalingsvillighet knyttet til oppholdet. Spesialistens reisemål blir i mange tilfeller bestemt ut i fra muligheten til å få stor fisk, eller å fange en spesiell art.

Spesialistene er de som definerer trendene innen sin aktivitet. I denne sammenheng er det snakk om metode og redskapsbruk, samt regler og filosofi rundt forvaltning. Klarer vi å tiltrekke oss skribenter fra fiskemagasiner og lignende, på grunn av et godt produkt, vil dette medføre at de som er litt interessert også legger turen hit etter å ha lest en artikkel, eller hørt godord om Kvikne fra en ivrig fiskevenn. Ved å skape et produkt som er etterspurt av spesialistene vil vi samtidig tiltrekke oss kameratgjenger av spesialiserte fiskere. For familien er fisket sjeldent hovedgrunnen til at de reier til en destinasjon, men en spontan aktivitet familien deltar i under et opphold. Skal vi bruke fisketilbudet som ett "trekkplaster" for at folk skal reise til Kvikne, blir det derfor feil og jobbe mot denne gruppen.

Ser vi til Tolga og Os kan vi se at salget av fiske-kort/omsetning pr km elv er 3 til 5 ganger så høy i Eidsfossen og Fluefiskesona hvor det er strenge regler for redskapsbruk, uttak av fisk og fangstvindu (minstemål og maksimum), sammenlignet med sonene som har tradisjonelle fiskeregler (Os Erlia og Glomma-Tunna utenfor Fluefiskesona) med ingen fangstbegrensninger og kun minstemål.

Hvilket produkt skal vi så fokusere på?

Norge har nok av middelmådige innlandsfiskeprodukt, og derfor vil steder som kan vise til en høyere gjennomsnittsvekt på fisken kombinert med tilbud om guide og overnatting tiltrekke seg flere spesialister. Dervo og Aas (2010) trekker spesielt frem ørret som aktuell art mot det norske markedet. Produktive ørretvann i fjellet med fisk i størrelsen 0,5 - 1,5 kg, og elvelevende ørretbestander med vekt mellom 0,5 - 2 kg ansees som gode produkter.

Når vi legger sammen de naturgitte forutsetningene for utvikling av godt turistfiske, med Kviknes fiskemuligheter er det helt klart at det her er et potensial for å utvikle et førsteklasses fisketurismeprodukt. Produktene Dervo og Aas trekker frem, er produkter vi kan tilby i dag (fjellvann) og kan jobbe videre med (elv). Her har vi avsidesliggende og veinære fjellvann med førsteklasses fiskekvalitet, samt Orkla rennende ned i dalen.

Med det overnevnte som utgangspunkt anbefaler vi å satse på turistfiske i Orkla. Det er mange gode grunner for å benytte seg av Orkla som turistfiskeprodukt nr. en på Kvikne:

Sportsfiske i Orkla vil holde fiskerne i bygda, og på den måten maksimere de lokaløkonomiske ringvirkningene.

Overnattingsstedene vi har på Kvikne, ligger alle nært Orkla.

I Orkla er det i dag svært få lokale som fisker, slik at en moderne forvaltning vil påvirke færrest mulig fiskere.

Et moderne forvaltningssystem med maks og minimumsmål krever mer av oppsynet. Ved å holde majoriteten av fiskerne nede i bygda blir oppsynsarbeidet lettere å gjennomføre.

Fiskere i elva langs riksveien vil være god markedsføring for Kvikne.

Forslag til tiltak med utgangspunkt i målsetningene:

Mål 1: Fortsatt kunne tilby grunneiere og sambygdinger et godt og variert fritidsfiske og mataukfiske.

Ved ikke å redusere muligheten for mataukfiske og unngå å lage regler som blir til hinder for det lett tilgjengelige "hverdagsfisket" kan vi fortsatt tilby grunneiere og sambygdinger et godt fisketilbud.

I dag er det mellom 2 og 3 % av fiskerne på Kvikne som leverer fangstrapport. Vi bør etterstrebe å få inn flere fangstrapporter fra sportsfiskere og innføre en utvidet innrapportering på garnfiske (minst lengde og vekt, k-faktor) for å kunne bruke dette til å kartlegge og holde oversikt over bestandene i de forskjellige vanna. Dette er en rimelig måte å skaffe oss informasjon om bestandstatus i vannene, samtidig som det bidrar til å skape entusiasme hos fiskerne.

Mål 1 har få kostnader tilknyttet seg.

Mål 2: Bli en mer attraktiv og tiltrekkende destinasjon for sportsfiskere.

Hvordan kan vi nå målet?

Tilrettelegge på en slik måte at fiskemulighetene blir tydeligere.

Velge ut noen områder vi ønsker aktivt å utvikle. Her kan vi for eksempel velge ut Englia eller Kviknebrona (fjellvatn) og Orkla (elv). Her kan vi sette opp værskjul, benker, opparbeide bålplasser, skilte og muligens tilrettelegge med søppeldunker.

For mange er garnfiske og matauk en stor opplevelse og attraksjon. Vi kan lage salgbare pakker der leie av bu, båt og garnrett inngår, samt at man betaler for fiskekort og per kg fisk. Vann som for eksempel Innerdalsvatnet, Falningsjøen, Storsvergesjøen, Litj-hiåsjøen, Storinnsjøen, Ytjønna kan brukes.

Forvalte vann og vassdrag slik at vi får tiltrekkende fiskestammer for sportsfiskere.

Utvikle Orkla som et godt fiskeprodukt er det beste vi kan gjøre for fiskeforeningen og bygda. På denne måten utnytter vi den mest tilgjengelige resursen, samtidig som vi holder turisten nærmest mulig der det skapes økonomiske ringvirkninger.

Fiskereglene på Kvikne er i dag svært enkle og generelle og passer best et variert og allment høstingsfiske. Konsekvensen av generelle regler kan være at en elv fiskes av mange fiskere, med ulike redskaper, og der bestandene utsettes for hard beskatning. Det fører ofte til relativt lite fisk som er over minstemålet. Skal vi øke attraktiviteten på fiske etter ørret i Orkla er det helt nødvendig med fangstbegrensninger og fiskestell for å øke andelen stor fisk, og skape et attraktivt produkt. Ser vi til vellykkede sportsfiskedestinasjoner som Hemsila, Gjerfloen og Renaelva forvalter disse deler av elvene sine med fokus på å skape et godt produkt for et spisset fiskemarked. Kartlegging av fiskeressursene i Glomma viser at det er en vesentlig større andel med fisk over 30 cm i sonene med strenge fangstbegrensninger, sammenlignet med Os og Erlia og Glomma-Tunna utenfor Fluefiskesona. Vi bør innføre en aktiv forvaltning i enkelte deler av Orkla. Her kan vi for eksempel se til Renaelva for forslag til forvaltning. Ved fiske med mark i Søndre Rena elv tillates kun bruk av sirkelkroker. Krokingssegenskapene for denne typen kroker er gode. Kroken vil som oftest feste i fiskens "munnavik" og slik redusere skader på fisken i samme grad som man kan se ved bruk av tradisjonelle "J- kroker".

Mål 2 medfører flere kostnader som trenger ekstern finansiering. Fysisk tilrettelegging krever arbeidsinnsats samt innkjøp av materiale. Her kan noe finansiering dekkes lokalt, mens noe kan dekkes av kommunale og fylkeskommunale midler. Skal vi satse på en ny retning i turistfisket på Kvikne er vi avhengig av å lage en oppdatert driftsplan med fokus på næringsutvikling. Her kan BU midler være en aktuell finansieringskilde da dette handler om utredning og tilrettelegging.

Mål 3: Øke salg av dagskort med 10 % årlig og øke salg av sesongkort med 5 % årlig med 2013 tall som utgangspunkt.

Hvordan kan vi nå målet?

Ved å utvikle et godt produkt (mål 1 og mål 2) og markedsføre dette til en målrettet gruppe vil vi kunne øke salget av fiskekort. Markedsføring av fiskeprodukter er en stor utfordring for en destinasjon som Kvikne. Dette er dyrt og tidkrevende arbeid som samtidig krever god innsikt i markedet. Vi har muligheten til å benytte allerede tilstedeværende kanaler som Fishspot og Norsk Ørretfiskefestival

Fishspot

Kvikne er i dag medlem av Fishspot. Dette er en svært bra kanal for å markedsføre våre produkter nasjonalt og internasjonalt. Fishspot jobber svært målrettet mot det spesialiserte segmenetet. Dette gjør at en utvikling av tilbudet på Kvikne vil gjøre deltakelsen i Fishspot mer givende.

Selv om vi er med i Fishspot kreves det en betydelig innsats mtp markedsføring. Fishspot deltar for eksempel på flere fiskemesser i løpet av vinteren. Skal Kvikne få utbytte av dette, er vi nødt til å ha med egne representanter på messene for å godsnakke Kvikne. Grunneiere eller Kvikne Utmarksråd kan være gode representanter på slike messer.

For å få mest mulig oppmerksomhet på Fishspots nett- og facebooksider må Kvikne sende inn bilder, tekster og lignende. Vi har sett i år at økt aktivitet fra vår side, har ført til økt aktivitet på fishspots sider som omhandler Kvikne. For å få inn bilder kan vi for eksempel lage en konkurranse eller fiskebørs hvor fiskere sender inn bilder og registrerer lengde/vekt på fisken da den fiskes. Dette skaper entusiasme samtidig som det gir reklame for produktet.

Norsk Ørretfiskefestival (NØFF)

NØFF ble i sin tid opprettet for å tiltrekke seg fiskere fra land og strand til Kvikne. Denne festivalen kan videreutvikles for å brukes i denne hensikten.

Mål 3 medfører også kostnader. Deltakelse i Fishspot koster i dag rundt 15 000, og vil høyst sannsynlig ikke reduseres. Skal vi bli en god fiskedestinasjon er promotering viktig, og det kan ingen på Kvikne gjøre bedre enn Fishspot mot et spisset marked.

NØFF er i dag en egen forening som ikke medfører ekstrakostnader for fiskeforeningen på Kvikne ut over fri disponering av fiskeresursen under konkurransen.

Kostnader ut over de overnevnte handler mye om arbeidstimer. Her bør Kvikne Utmarksråd benyttes til det administrative mens mye av tilretteleggingen kan gjøres på dugnad eller settes bort til KUR

Konklusjon:

Å utvikle et fiskeprdukt er ikke gjort over natta. Skal vi utnytte fiskeresursen vår til det beste for bygda er vi nødt til å ta valg som ikke alle liker. En modernisert forvaltning med minimum- og maksimumsmål handler ikke om å leke med maten eller livet i elva, men å utnytte denne resursen til det beste for hele bygda. Med maks og minimumsmål som virkemiddel stenger vi ingen ute fra elva, men legger til rette for å få opp en fiskestamme som blir langt mer verdifull for alle i forhold til dagens.

I arbeidet videre må vi utarbeide en ny, enkel og lett forståelig driftsplan forankret i Kvikne Fiskeforening. Denne må ha fokus på en handlingsplan rettet mot sportsfiske på Kvikne. I denne planen må tiltak konkretiseres og finansieringsplaner utarbeides.