

Ansøgningskema til Region Midtjyllands initiativer og programmer

Projektets navn: Riverfisher

<p>1. Oplysninger om ansøger</p> <p>Navn, Adresse, Kontaktperson, tlf, mailadr, CVR nr.</p>	<p>Herning Kommune Torvet 5, 7400 Herning</p> <p>Kontaktperson: Anne Kristine Mikkelsen tlf. 20889474 Mail: bekae@herning.dk Cvr: 29 18 99 19</p>
<p>2. Indhold (formål, mål og aktiviteter)</p>	<p><i>Riverfisher er et regionalt udviklingsprojekt med åturisme som vækstdriver. Projektet har til formål at skabe vækst blandt små og mellemstore turismevirksomheder såsom overnatningssteder, guider og grejbutikker langs åerne, og dermed udvikling og liv i de små landsbyer i områderne.</i></p> <p><i>Riverfisher blev etableret i 2016 af Herning Kommune for at undersøge, om der var et vækst- og turismepotentiale omkring Skjern Å og Karup Å. Dette blev efter kort tid sandsynliggjort, og i dag er Riverfisher et tværkommunalt samarbejde mellem Viborg Kommune, Ringkøbing-Skjern Kommune, Skive Kommune og Herning Kommune og omfatter pt. de to vestjyske åer.</i></p> <p><i>De fire kommuner har investeret økonomisk og ressourcemæssigt i at etablere projektet Riverfisher og i understøttende aktiviteter omkring åerne. Trods den korte projektperiode har Riverfisher allerede demonstreret et stort vækstpotentiale inden for turisme ved og i de midtjyske åer og tiltrukket en ny type turister til Midtjylland: Lystfiskeren.</i></p> <p><i>Riverfisher står for et "high-end"-lystfiskerprodukt, der på tværs af geografi samler lokale aktører og kommuner til én temabaseret destination.</i></p> <p>Vækstpotentialet ved midtjyske lakse- og havørredførende åer <i>Det særlige ved Riverfisher er, at vi har et unikt produkt med et laksefiskeri i international klasse ved Skjern Å og et ditto havørredfiskeri i Karup Å. Det betyder, at der er et stort internationalt og økonomisk potentiale i den high-end kundegruppe, Riverfisher tiltaler.</i></p> <p><i>I DTU's analyse af den lokaløkonomiske værdi af laksefiskeriet ved Skjern Å fra 2014 fremgår det, at personer, der fisker efter havørreder og laks i danske vandløb, har et højere forbrug og større engagement i deres hobby, end den typiske danske lystfisker.</i></p> <p><i>Derfor overrasker det ikke, at Skjern Å-fiskeren adskiller sig væsentligt fra den typiske lystfisker ved f.eks. at have en høj andel af længerevarende uddannelser og en høj indkomst. Det betyder, at den gennemsnitlige Skjern Å-lystfisker bruger 7.345 kr. årligt på sit Skjern Å-lystfiskeri, primært fordelt på køb af grej (34 %), forplejning (19 %) og transport (29 %), hvilket ligger markant over gennemsnittet for danske lystfiskere.</i></p> <p><i>For hver forbrugskategori blev det i DTU's analyse vurderet, hvor stor en andel af forbruget, der sker lokalt, og herudfra blev det estimeret, at 53,5 % af forbruget (3.930 kr.) foretages i lokalområdet omkring Skjern Å.</i></p> <p><i>Den lokaløkonomiske værdi af fiskeriet omkring Skjern Å med det daværende omfang og kvalitet skabte sammenfattende:</i></p>

- et lokaløkonomisk forbrug på 14,6 millioner kr. om året
- en årlig lokal værditilvækst på 6,8 millioner kr.
- 6,2 arbejdspladser.

Endvidere viste undersøgelsen, at lystfiskerens forbrug afhænger af, hvor personen bor. Lystfiskere fra Nordjylland, Sjælland, hovedstadsområdet og udenlandske lystfiskere har et markant højere forbrug pr. fiskedag end lystfiskere fra lokalområdet (til transport og forplejning).

Undersøgelsen viser således, at jo længere lystfiskerne har rejst for at fiske i Skjern Å, desto flere penge bruger de lokalt pr fisketur. En lystfisker fra lokalområdet lægger i gennemsnit 368 kr. pr fisketur, mens en international lystfiskerturist lægger 2.684 kr. pr. tur. Det er 7,3 så mange penge.

I 2014 var bestanden i Skjern Å på ca. 4.000 laks. Rapporten fra DTU fastslår, at det lokaløkonomiske forbrug vil stige ækvivalent med stigningen af laks. Man forventer, at Skjern Å når omkring 12.000 laks.

Det store økonomiske potentiale i lystfiskerturisme ved havørred- og laksførende åer i Midtjylland tilsammen med den indsigt, at lystfiskerne er følsomme over for trængsel, har givet os en klar indikation af, at vi ikke skal forsøge at tiltrække mange lystfiskere, men den rigtige lystfiskerturist: "den inkarnerede lystfisker".

Allerede opnåede positive effekter

Projektet har allerede affødt positive resultater: Der er konstateret en stigning i forespørgsler på guidninger til lystfiskerturister, og der er konstateret flere nye og internationale lystfiskere ved åerne.

Ringkøbing-Skjern Kommune har etableret et lystfiskerformidlings- og videnscenter, Laksens Hus, ved Skjern Å, der er et naturligt besøgssted for lystfiskerturisterne og samlingssted for lokale aktører. Riverfisher har tilknyttet en fiskefaglig konsulent, som bl.a. har ansvar for håndtering af henvendelser fra lystfiskerturister og kontakt med lokale aktører.

Som med øvrig naturturisme er måltal underlagt naturens luner, og dette har været særligt udtalt omkring åerne i år, hvor hedeølgen skabte en ekstremt dårlig sommersæson, der resulterede i et totalt fiskeforbud ved Skjern Å.

På trods heraf, viser tal fra 2017-2018 alligevel en særdeles positiv udvikling:

- I 2017 var der i Laksens Hus 2.714 besøgende, og vi forventer omk. 3.500 besøgende i 2018, inden sæsonen slutter den 15. oktober.
- Fra 2017 til 2018 har der været en næsten tredoblet stigning i salg af fiskekort i Laksens Hus fra 30.430 kr. til knap 100.000 kr.
- Fra 2017 til 2018 har der været næsten en firdobling i guideopgaver, der gik gennem Laksens Hus, fra 25.000 kr. til omk. 100.000 kr. Ved Karup Å har man oplevet en femdobling i guidehenvendelser i forhold til sidste år.

I Laksens Hus er der endvidere grejdstillinger fra grejproducenter. I 2017 var der fire grejdstillere, og i år var der 10 forskellige udstillere. Dette er en indikation på, Riverfisher er ved at etablere sig som en anerkendt high-end-destination i branchen.

Dertil er der etableret flere nye virksomheder – særligt overnatningssteder – omkring åen, og der er ligeledes set eksempler på, at lystfiskere har købt huse ved åen og bosat sig eller bruger det som sommerhus.

Endeligt ser vi ved såvel Skjern Å som Karup Å en stigning i henvendelser fra internationale lystfiskerturister ("inkarnerede lystfiskere"), som netop er den målgruppe, vi gerne vil appellere til. Og vi har endda set eksempler på henvendelser fra nationaliteter, vi ikke tidligere har tiltrukket ved åerne.

Projektets positive indvirkning på vækst og udvikling hos såvel den enkelte erhvervsdrivende som i områderne som helhed animerer til, at der fortsat bør igangsættes udviklingsaktiviteter i Riverfisher.

De positive effekter af projektet har endvidere bevist, at der er et vækst- og turismepotentiale i landsbyerne omkring de store åer i hele region Midtjylland.

Vi har derfor et ønske om at få Region Midtjylland mere involveret for at sikre en bredere og mere langsigtet forankring af Riverfisher.

Baggrund for og aktuel status på projektet

Riverfisher har taget sit udgangspunkt i resultater fra Havørred Fyn. En evaluering heraf viste i 2015, at der var skabt 38 årsværk, en lokal omsætning på 50-58 millioner og min. 55.000 overnatninger fra havørred-turister.

Ud over den direkte økonomiske gevinst vurderedes det i DTU's analyse, at der kunne opstå andre positive gevinster i form af attraktionsværdi, bosætning, sociale effekter og miljømæssige effekter i de implicerede landdistriktskommuner omkring åerne ved at udnytte potentialet i lystfiskeriturisme. Gevinster, som allerede har vist sig synlige i projektets begyndelse.

Selvom såvel det unikke produkt som den rette målgruppe allerede var til stede før Riverfisher, manglede de rette rammer og forudsætninger for, at det store potentiale blev forløst gennem en målrettet indsats for at skabe én temabaseret destination, der på tværs af geografi samler lokale aktører og kommuner.

Særligt på baggrund af, at

- Servicen begge steder var fragmenteret og differentieret, båret af enkelte private aktører og lokale turismebureauer. Der var ingen initiativer, som tilstræber at favne den potentielle turists fulde køb og oplevelse. Guideservice eksisterede, men uden certificering el. koordinering. Den enkelte gæst måtte selv arrangere tur/rejse.
- Der ikke var en samlet digital platform til at give såvel den danske som den internationale lystfiskerturist et overblik, selvom såvel sammenslutninger omkring åerne og enkelte turistbureauer havde tilstræbt dette.
- Der ikke var en samlet management, men at denne var spredt blandt foreninger, myndigheder og overnatningssteder.
- Der ikke var et rent destinationsfokus i markedsføringen med en bred profilering og håndtering af området som en afgrænset destination med målrettede produkter

Ovenstående fire punkter har vi i Riverfisher forsøgt at favne ved at etablere et fokuseret, forpligtende tværkommunalt samarbejde om at skabe en stærk destination omkring de to vestjyske åer. Og denne fokusering kan med fordel udbredes til andre havørred- og lakseførende åer i Midtjylland, der kunne tænkes at have samme uudnyttede potentiale.

I Riverfisher har vi igangsat en række aktiviteter, der overordnet kan inddeles i tre kategorier: Markedsføring, Erhvervsudvikling og Vandløbsprojekter og fysiske installationer ved åen.

Derudover har Riverfisher tilknyttet fagpersoner med ansvar for lystfiskerformidling, markedsføring af de to åer som lystfiskerdestination, håndtering af henvendelser fra lystfiskerturister og den lokale kontakt herunder erhvervsudvikling tilsammen med etableringen af Laksens Hus, som tidligere beskrevet.

Markedsføring:

- Etablering af en fælles markedsføringsplatform www.riverfisher.dk som omdrejningspunkt med inspiration, viden om og overblik over den samlede destination samt mulighed for at kontakte en fiskefaglig ekspert gennem kontaktformular. Versioneret i såvel dansk, tysk og engelsk.
- Etablering af bloggernetværk af lystfiskere ved de to åer, der leverer autentisk og efterspurgt indhold til website og øvrige platforme.
- Etablering af to facebook-sider hhv. Riverfisher Karup Å og Riverfisher Skjern Å, der fungerer som inspiration og videndeling med 2-4 ugentlige opslag og livlig aktivitet fra brugerne.
- Løbende samarbejde med VisitDenmark om at markedsføre hele Danmark som lystfiskerdestination
- Opsætning af målrettede online annoncer
- Udarbejdelse af film til brug særligt på youtube i erkendelse af, at dette er et anvendt medie af internationale lystfiskere

- Presseture til de respektive åer
- Udarbejdelse af kort over åerne i foldere samt plakater
- Udarbejdelse af diverse markedsføringsmaterialer
- Repræsentation ved relevante arrangementer, f.eks. den lokale byfest Snapsetinget i Viborg, Lystfiskerfestival i Skarrild, The Danish Fly Festival og lign. også udenlandske messer.

Erhvervsudvikling:

- Etablering af to erhvervsnetværk for erhvervsaktører omkring hhv. Karup Å og Skjern Å med det formål, at de erhvervsdrivende omkring åerne skal vækste gennem særligt to faktorer:
 - 1) Et kompetenceløft inden for emner som forretningsdrift, markedsføring, ledelse og værtsskab mm.
 - 2) Forståelsen af og arbejdet med at se eget erhverv som en del af en samlet og stærk turismedestination omkring såvel den enkelte å som på tværs af hele Riverfisher gennem bl.a. netværksarrangementer samt inspirationsstudieture til hhv. River Dee i Skotland og Mörrum i Sverige.

Vandløbsprojekter og fysiske installationer ved åen:

- Temperaturmålere ved åerne
- Forbedringer af gydeforhold og vandløbet mv. for at sikre fiskebestanden
- Opsætning af bænke, gangbroer, shelterplads mv. for at styrke åens tilgængelighed og optimere forholdene for de besøgende

Udviklingsperspektiver for en bredere og mere langsigtet forankring

På baggrund af de indledende erfaringer, de fire kommuner har gjort sig i etableringen af Riverfisher, ønskes projektet udviklet med følgende mål og aktiviteter for at forankre projektet.

Ekspansion af projektet

Mål: At Riverfisher inkluderer flere store lakse- og havørredførende åer i region Midtjylland og skaber vækst i turismeerhvervet i landsbyerne omkring disse.

Aktiviteter: Markedsføring af projektets positive resultater, udarbejdelse af ny projektstruktur for at lette adgangen til projektet, projektleddelse af informationsmøder med potentielle kommuner og samarbejdspartnere, optimering af materiale og website, så det inkluderer nye åer og kommuner.

Milepæl: Riverfisher forventes at inkludere kommune(r) fra mindst én anden å ved udgangen af 2020.

Styrket forretningsmodel

Mål: At udvikle en ny projektstruktur og forretningsmodel over det tværkommunale samarbejde (jf. 4. organisering) som en bæredygtig model for fælles administration på tværs af de involverede kommuner – og som udgangspunkt for en samlet destination.

Aktiviteter: Udarbejdelse af forretningsmodel for Riverfisher, der forsimples aktørkompleksiteten i et fælles sekretariat og endvidere skaber en let adgang for andre kommuner/åer til at få del i projektet. Ekstern konsulentbistand, workshops med de implicerede aktører, inspirationsture til f.eks. Havørred Fyn

Milepæl: En nye forretningsmodel forventes etableret og iværksat ved udgangen af 2020 for fastholdelse af projektet fremadrettet.

Riverfisher som internationalt anerkendt destination


Mål: At Riverfisher bliver top of mind som en internationalt anerkendt destination med et high-end produkt blandt inkarnerede lystfiskere til gavn for såvel de enkelte erhvervsdrivende omkring åerne i Riverfisher-projektet, som for Region Midtjylland som én samlet lystfiskerdestination.

Aktiviteter: Presseture, koordineret PR, videreudvikling af en marketingindsats for at brande Riverfisher som destination, strukturere håndtering af henvendelser for at lette betjeningen

	<p><i>Milepæle: Aktiviteterne forventes igangsat ved udgangen af 2018 og fortløbende udviklet og afviklet i 2019 og 2020.</i></p> <p><u>Styrket destinations-identitet</u> <i>Mål: At skabe en forståelse af og arbejde med en destinations-identitet blandt såvel turismeerhvervet, som lokalbefolkningen, lystfiskerforeninger, lodsejere og andre interessenter ved åerne i Riverfisher-projektet. Gennem en målrettet indsats med såvel aktiviteter som fysiske tiltag/synlighed langs åerne, vil Riverfisher forsøge at skabe viden om – og en oplevelse af – at være en unik turismedestination.</i></p> <p><i>Aktiviteter: Netværksarrangementer, hvor en kollektiv identitetsdannelse underbygges, udvikling og afholdelse af fælles events, borgerinvolverende tiltag, så hele byen tager ejerskab på destinationen. Fysiske tiltag langs åerne og i byerne såsom Riverfisher-skilte, plakater og lign.</i></p> <p><i>Milepæl: Aktiviteter og dialog forventes at pågå kontinuerligt i 2018, 2019 og 2020.</i></p>
<p>3. Målgruppe og aktører</p>	<p><i>De interne målgrupper for Riverfisher er:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <i>Erhvervsaktører omkring de implicerede åer i projektet. De rekrutteres gennem det nuværende netværk og vores tilknyttede fiskefaglige konsulenter samt andre aktører såsom turistorganisationerne og de involverede kommuner.</i> <i>Lodsejere, lystfiskerforeninger, borgere og andre interessenter ved åerne. De involveres gennem dialog med projektets aktører og fysiske tiltag langs åerne samt events.</i> <p><i>De eksterne målgrupper er:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <i>Lystfiskerturister fra såvel Danmark som udlandet, særligt Tyskland, Norge, Sverige, Holland og Belgien. Disse rekrutteres gennem målrettede markedsføringsaktiviteter med websitet som omdrejningspunkt og presseture.</i> <i>Potentielle kommuner omkring øvrige åer i region Midtjylland, som Riverfisher med fordel kunne omfatte. Disse rekrutteres gennem en målrettet informations- og netværksbaseret indsats.</i>
<p>4. Organisering (Bestyrelse, styregruppe, etc.)</p>	<p><i>De lyseblå bokse markerer, at understøttende aktiviteter til vandløbspleje ikke finansieres direkte af Riverfisher-projektet, men er øvrige aktiviteter igangsat på eget initiativ af de enkelte kommuner.</i></p>
<p>5. Effektkæde</p>	<p><i>Se vedlagte skabelon.</i></p>

6. Forankring efter projektperioden	<p>De nedsatte mål for projektet forventes nået med udgangen af 2020.</p> <p>Således vil der ved udgangen af 2020 være en bæredygtig forretningsmodel for projektet med et fælles sekretariat og fælles markedsføring, der kan gå i drift frem for udvikling.</p> <p>Projektet vil på det tidspunkt mindst involvere fem kommuner og have en let adgang for øvrige interesserede kommuner, hvorfor Riverfisher vil være en stærk, fokuseret indsats.</p> <p>Riverfisher vil være brandet som en samlet destination for såvel den danske som internationale inkarnerede lystfiskeren, hvorfor vedligeholdelse af den eksisterende markedsføring kan tage over for udvikling og etablering af brandet.</p>				
7. Udgifter fordelt på opgavetyper (evt. projektledelse, aktiviteter, ekstern konsulent, markedsføring, etc.) <i>Regneark kan vedlægges</i>	Opgavetyper:	Beløb i 1000kr.			
		2018	2019	2020	I alt
	Projektledelse	10	250	170	430
	Projektudvikling, herunder udvikling af styrket forretningsmodel og inspirationsture	50	74	23,08	147,08
	Lystfiskerfaglig bistand	13,85	200	100	313,85
	Markedsføring: udvikling af website, presseture, SoMe, annoncer, film, oversættelse, fysiske tiltag ved åerne, repræsentation ved messer osv.	50	200	100	350
	Møder: netværksmøder med erhvervsaktører, informationsmøder med potentielle kommuner, fælles events, borgerinvolverende tiltag	25	50	25	100
	Revision	5	5	5	15
	I alt	153,85	779	423,08	1.355,93
8. Udgifter fordelt på hovedaktiviteter	Ekspansion af projektet	25	200	50	275
	Styrket forretningsmodel	28,85	146,15	50	225
	Riverfisher som internationalt anerkendt destination	75	332,5	223,08	605,93
	Styrket destinationsidentitet	50	100	100	250
	I alt	153,85	779	423,08	1.355,93
9. Finansiering <i>Regneark kan vedlægges</i>	Regionale erhvervsudviklingsmidler	53,85	291,5	148,08	493,43
	Herning Kommune	25	137,5	137,5	300
	Ringkøbing-Skjern Kommune	25	137,5	0	162,5
	Viborg Kommune	25	137,5	137,5	300
	Skive Kommune	25	75	0	100

	Anden finansiering				
	I alt	153,85	779	423,08	1.355,93
				<i>*projektets budget for kommunerne kan øges i 2020, da RSK og Skive endnu ikke har vedtaget evt. medfinansiering herfor.</i>	

10. Underskrift	Dato: 06.09.18 Underskrift: Direktør for Teknik og Miljø Eva Kanstrup 
------------------------	--