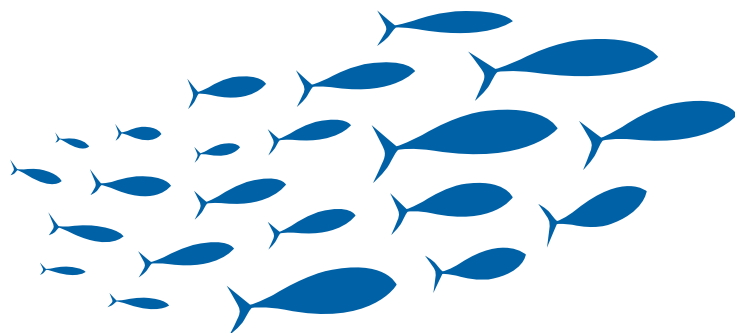


# Utvecklingsprogrammet för fisketurism

2024–2034



Jord- och skogsbruksministeriet



## UTVECKLINGSPROGRAMMET FÖR FISKETURISM 2024–2034

### Utgivare

Jord- och skogsbruksministeriet  
2024

**mmm.fi**

## Följeord

Det finns en stor potential inom fisketurismen som ännu inte har uppnåtts till fullo. I Finland finns det möjligheter att erbjuda ansvarsfulla fiskemöjligheter för såväl inhemska som internationella turister. Med nationell och tväradministrativ utveckling kan vi skapa de bästa fisketjänsterna i Europa.

Programmet för utveckling av fisketurismen har utarbetats genom ett mångsidigt samarbete inom fiskeri- och turismbranschen och dess innehåll har fått mycket beröm under remissbehandlingen. I utvecklingsprogrammet presenteras sammanlagt 21 konkreta åtgärder grupperade enligt tre teman. För att säkerställa resultaten och kontinuiteten har särskild uppmärksamhet fästs vid uppföljningen av verkställandet och genomslagskraften.

Denna publikation är avsedd att användas som en guide av alla som är verksamma inom fisketurismen. Jord- och skogsbruksministeriet tackar alla som deltagit i utarbetandet av och som gett sitt utlåtande om utvecklingsprogrammet för fisketurismen. Samtidigt vill vi uppmuntra till ett bredbasigt och målmedvetet samarbete i genomförandet av programmet.

Jord- och skogsbruksminister **Sari Essayah**



**VISION**

Finland har mångsidiga,  
ansvarsfulla och de mest  
högklassiga fisketjänsterna  
i hela Europa.

**Varifrån  
startar vi 2024**

Den fiskeriekonomiska  
potentialen utnyttjas  
inte



Utvecklingen och  
marknadsföringen är  
obetydlig och spridd



Den internationella  
imagen saknas



Serviceutbudet  
motsvarar delvis  
inte efterfrågan



Företagens  
omsättning är liten



Företagarnas  
rådgivning bristfällig

**Vad gör vi**

Utveckling av  
tjänster och  
affärsverksamhet

Utveckling av  
försäljning och  
marknadsföring

Utveckling av  
verksamhetsmiljön



Ett riksomfattande  
utvecklingsprojekt  
inleds



Regional  
utveckling av  
fisketurismen



Förbättring av  
verksamhetsmiljön



Finansieringskällor  
utnyttjas på ett  
mångsidigt sätt



Webbplatsen  
Fishing in Finland  
förnyas



Satsning på  
nätverkande och  
företagsrådgivning



Utförande av  
kund- och  
marknadsanalyser



Finlands kändhet  
som fisketurismland  
förbättras

**Var är vi 2034**

Företagens antal  
och omsättning  
har ökat



Marknadsföringen och  
utvecklingen är kund-  
orienterad och kontinuerlig



Produkter av hög  
kvalitet för olika  
fiskargrupper



Den internationella  
imagen är god och  
känd



Mångsidiga tjänster  
som är lätta att köpa  
elektroniskt



Produkter säljs via  
internationella  
distributionskanaler





A photograph of a man and a young child on a boat, both smiling and holding a large pike fish. The man is wearing a green jacket and a cap, and the child is wearing an orange and green life jacket. The background shows a calm lake and a cloudy sky.

# Utveckling av tjänster och affärsverksamhet

## MÅLSÄTTNING

Fiskemöjligheterna har produktifierats som högklassiga tjänster som är lätta att köpa och intressanta för olika kundgrupper. Företagsverksamheten är kompetent, nätverkande och lönsam. Fisketurismen är hållbar.



ÅTGÄRD

ANSVARIGA INSTANSER OCH AKTÖRER



1. Ett riksomfattande utvecklingsprojekt inleds för att främja utvecklingen av kundorienterade och ansvarsfullt producerade fisketjänster. Det riksomfattande projektet fungerar i samarbete med regionala projekt samt som samarbetspartner mellan fiskeri- och turismsektorerna och främjar nätverkandet. Projektet pågår i 5+5 år.

Jord- och skogsbruksministeriet,  
NTM-centralerna, landskapsförbunden och  
andra regionala finansierande myndigheter



2. Programmet för utveckling av fisketurismen verkställs med regionala projekt genom att mångsidigt utnyttja olika finansieringskällor och god praxis från tidigare projekt.

Regionala finansierande myndigheter, regionala  
turismorganisationer, regionala fiskeriorganisationer,  
forsknings- och utvecklingsorganisationer



3. Kompetensen inom företagande, produktutveckling och marknadsföring hos företag som producerar fisketurismtjänster ökas genom utbildning och rådgivning.

Riksomfattande projekt, regionala projekt  
Business Finland / Visit Finland,  
regionala turismorganisationer  
Instanser som erbjuder fiskeguideutbildning



4. En kundundersökning görs för att förbättra marknadskännedomen och utreda potentiella nya kunders och kundgruppers behov. I utredningen beaktas också fritidsfiskare som reser på egen hand.

Forskningsorganisation



5. Investeringar görs i områden och vattendrag där fiskbeståndet och naturmiljön erbjuder särskilt goda möjligheter att utveckla fisketjänster som är intressanta både inhemskt och internationellt. Fisketjänsterna produceras med hållbart utnyttjande av fiskbestånden.

Företagare, Forststyrelsen,  
regionala finansierande myndigheter



# Utveckling av försäljning och marknadsföring

## MÅLSÄTTNING

Finland har en attraktiv image inom fisketurismen. Kundorienterade fisketurismprodukter går lätt att köpa digitalt. Man investerar i marknadsföring och gör det långsiktigt. Man känner till de centrala kundgrupperna och den internationella marknaden och produkterna betjänar efterfrågan.



ÅTGÄRD

ANSVARIGA INSTANSER OCH AKTÖRER



1. Webbplatsen Fishing in Finland förnyas och kontinuerligt underhåll ordnas. När webbplatsen förnyas beaktas olika kundgrupper och de som fiskar på egen hand i Finland samt ansvarsspekten. När webbplatsen förnyas beaktas samarbetsbehoven med turismwebbplatserna. Webbplatsen byggs upp så att Finlands fisketurismimage stärks. Fisketurismtjänsterna på andra turismwebbplatser ska bli lättare att hitta.

Jord- och skogsbruksministeriet och  
övriga finansieringsmyndigheter, företag,  
fiskeriorganisationer



2. Marknadsföringsåtgärderna inleds nationellt och enligt Business Finland/Visit Finlands storområde samt med hjälp av gemensam marknadsföring. Marknadsföringen sker omfattande via flera kanaler och på basis av marknadsanalyser med inriktning enligt kundgrupp.

Företag, regionala turismorganisationer,  
regionala fisketurismprojekt



3. Det görs lättare att köpa tjänster inom fisketurismen genom att utvidga den elektroniska försäljningen. Företagarna stöds i ibruktagandet av elektroniska försäljnings- och bokningssystem.

Företag, regionala turismorganisationer



4. Av de fiskeriekonomiska samt natur- och kulturmiljöns styrkor skapas en image för Finlands fisketurism. Man främjar den fisketurism som riktar sig till Finland och som finländarna bedriver i sitt hemland och förbättringen av verksamhetsförutsättningarna samt ökningen av konkurrenskraften och omsättningen hos företag som producerar fisketjänster i Finland.

Riksomfattande projekt och regionala  
utvecklingsprojekt



5. Utbudet av fisketurism i Finland främjas i urvalet hos internationella researrangörer som säljer fisketjänster.

Riksomfattande projekt, regionala  
fisketurismprojekt och företag



# Utveckling av verksamhetsmiljön

## MÅLSÄTTNING

Fisketurism är en näring som skapar välfärd och arbete och som har betydande effekter på den regionala ekonomin. Företagsverksamheten inom fisketurismen har goda förutsättningar för utveckling och framgång. Vården av fiskbestånden, förvaltningen av fiskevattnen och utvecklingen av fisketillstånden tjänar fisketurismens verksamhetsförutsättningar.



ÅTGÄRD

ANSVARIGA INSTANSER OCH AKTÖRER



**1.** Verksamhetsförutsättningarna för fisketurismen förbättras och en ansvarsfull fiskekultur främjas genom reglering av fisket, vård av fiskbestånden, utveckling av fiskemöjligheterna och vård av fiskarnas livsmiljöer.

Vattenområdenas ägare, Forststyrelsen, NTM-centralerna, fiskeriområdena, jord- och skogsbruksministeriet



**2.** Ändamålsenliga specialobjekt inrättas där fisket ordnas på fisketurismens villkor. En ändring av lagen om fiske utreds i fråga om förutsättningarna för begränsning av de allmänna fiskerättigheterna för särskilda fisketurismobjekt.

Forststyrelsen, fiskeriområdena, vattenområdenas ägare, företag, jord- och skogsbruksministeriet (utredning)



**3.** Fiskeriområdena uppmuntras att i samarbete med vattenområdets ägare utveckla och tillhandahålla tillstånd för fisketurismföretagare. Det görs lättare för de självständiga fisketuristerna att hitta köpkanalerna för fisketillstånd och få information om bestämmelserna som rör fisket. Information om fiskeriområdenas gemensamma tillståndsområden samlas på ett ställe.

Rådgivningsorganisationer för fiskerihushållningen



**4.** För statens vattenområden skapas ramar för produktion av tjänster för företagare inom fisketurismen. Nya tillstånd produkter utvecklas för företagare inom fisketurismen på statens vattenområden. Det ska göras så enkelt som möjligt för fisketuristerna att skaffa fiskevårdsavgiften. Man gör det möjligt att använda nationalparkerna och skyddsområdena för att producera fisketjänster och skapar verksamhetsmodeller för dessa områden.

Forststyrelsen



**5.** Man utreder en ändring av lagen om fiske i fråga om gruppstorleken för fiskeresor så att den stöder fisketurismen och företagets tillväxt. Man strävar efter att skapa en möjlighet för fisketurismföretagets kunder att betala fiskevårdsavgiften med en enda avgift.

Jord- och skogsbruksministeriet

ÅTGÄRD

ANSVARIGA INSTANSER OCH AKTÖRER



**6.** Kommunerna, staten och rekreationsområdesföreningarna uppmuntras att beakta produktionen av fisketjänster i utvecklingen av infrastrukturen.

Riksomfattande projekt och regionala projekt



**7.** Man strävar efter att göra det möjligt att köpa fisketjänster med motions- och kultursedlar.

Skatteförvaltningen



**8.** Man kartlägger olika finansieringskällor och utnyttjar dem för att utveckla fisketurismen. Man strävar efter att locka kapitalinvestorer att delta i utvecklingen av fisketurismtjänsterna.

Riksomfattande projekt och regionala projekt



**9.** Man undersöker värdekedjorna inom fisketurismen, de regionala ekonomiska effekterna och utvecklingen av företagsverksamheten och säkerställer tillräcklig finansiering för forskningen. Man skapar nordiska och europeiska partnerskap för att ansöka om forskningsfinansiering och för att genomföra forskning.

Naturresursinstitutet, universitet och andra forskningsinstitut



**10.** En engelsk version av tjänsten Kalastusrajoitus.fi görs.

Jord- och skogsbruksministeriet och NTM-centralerna



**11.** Beaktandet av fisketurismen ökas i den regionala organiseringen och förvaltningen av fisket. En ändring av lagen om fiske utreds för att öka samarbetet i fiskeriområdena.

Jord- och skogsbruksministeriet, fiskeriorganisationerna, NTM-centralerna, fiskeriområdena





## Tidsplan

Verkställandet av utvecklingsprogrammet för fisketurismen inleds genast efter att programmet har godkänts i 2024. Programmet gäller till slutet av 2034.

## Ansvariga parter

De ansvariga instanser som nämns i utvecklingsprogrammets åtgärder är aktörer som identifierats som centrala. Omnämmandena binder inte dessa aktörer och utesluter inte andra aktörer.

## Finansiering

Programmet genomförs inom ramarna för de offentliga finanserna och anslagen i statsbudgeten. Kostnaderna för projekten täcks med projektmedel som beviljas separat. Finansiering kan sökas till exempel från följande källor: Europeiska unionens landsbygds- och

jordbruksfonder (CAP), Europeiska regionala utvecklingsfonden (ERUF), Fonden för rättvis omställning (FRO), Europeiska havs-, fiskeri- och vattenbruksfonden (EMKVR) och Europeiska socialfonden (ESF). För forskningsprojekt och andra projekt ansöks också om internationell finansiering.





# Uppföljning

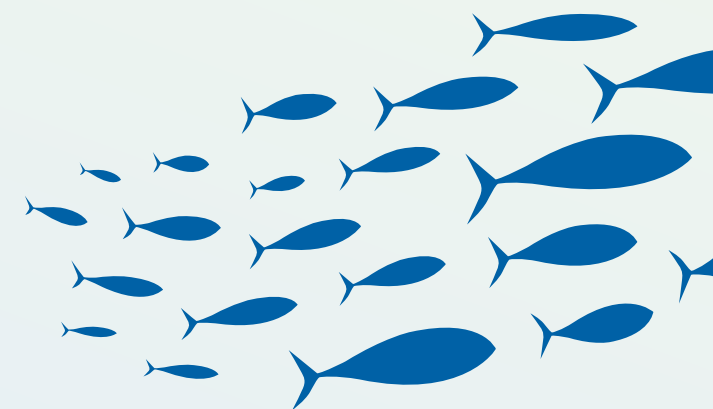
För genomförandet av utvecklingsprogrammet för fisketurismen inrättas **en uppföljningsgrupp**. Som dess ordförande och sekretariat fungerar jord- och skogsbruksministeriet. Gruppens uppgift är att följa upp hur åtgärderna har framskridit och vid behov precisera dem. Utvecklingsprogrammet genomgår **regelbundna mellanutvärderingar**. Årligen följs följande indikatorer upp, för vilka jämförelsetal kan fås automatiskt eller med liten möda:

Antalet företagare inom fisketurismen i statens vattenområden

- Antalet besökare på webbplatsen Fishing in Finland
- Antalet företag som säljer sina produkter elektroniskt
- Nivån på kundnöjdheten i enkäterna
- Antalet främjade åtgärder

Dessutom görs **en uppföljningsundersökning** i början av utvecklingsprogramperioden (2024), i mitten (efter 5 år) och i slutet (efter 10 år). I dessa undersökningar utvärderas följande indikatorer, för vilka man vid behov skapar en ny, jämförbar och heltäckande ram för forskningsmaterialet samt en definition av företagandet inom fisketurismen:

- Utredning av antalet inhemska och utländska kunder och fastställande av värdet på fisketurismen samt exportintäkterna
- Ökning av antalet fiskeguider och övriga företagare och arbetstagare inom fisketurismen
- Ökning av antalet utländska kunder och exportintäkterna



# Utveckling av fisketurismen

Det föregående riksomfattande åtgärdsprogrammet för utveckling av fisketurismen var giltigt åren 2008–2013, varefter det har skett många förändringar i verksamhetsmiljön. Till exempel har fiskelagen samt gränsälsavtalen mellan Torne älv och Tana älv förnyats och en ny utvecklingsstrategi för fritidsfisket och Finlands turismstrategi 2022–2028 har utarbetats.

Målet med utvecklingsprogrammet för fisketurismen är att främja den fisketurism som riktar sig till Finland och som finländarna bedriver i sitt hemland och att förbättra verksamhetsförutsättningarna samt att öka konkurrenskraften och omsättningen för företag som producerar fisketjänster i Finland. Målet är också att öka kännedomen om Finlands fisketurismtjänster och att öka antalet fisketurister samt att utnyttja fiskbestånden och fiskemöjligheterna inom turismen i större utsträckning än tidigare.







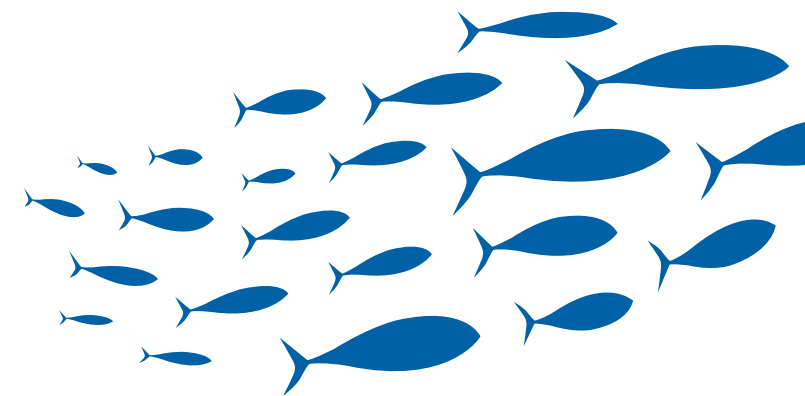


# Nuläget inom fisketurismen

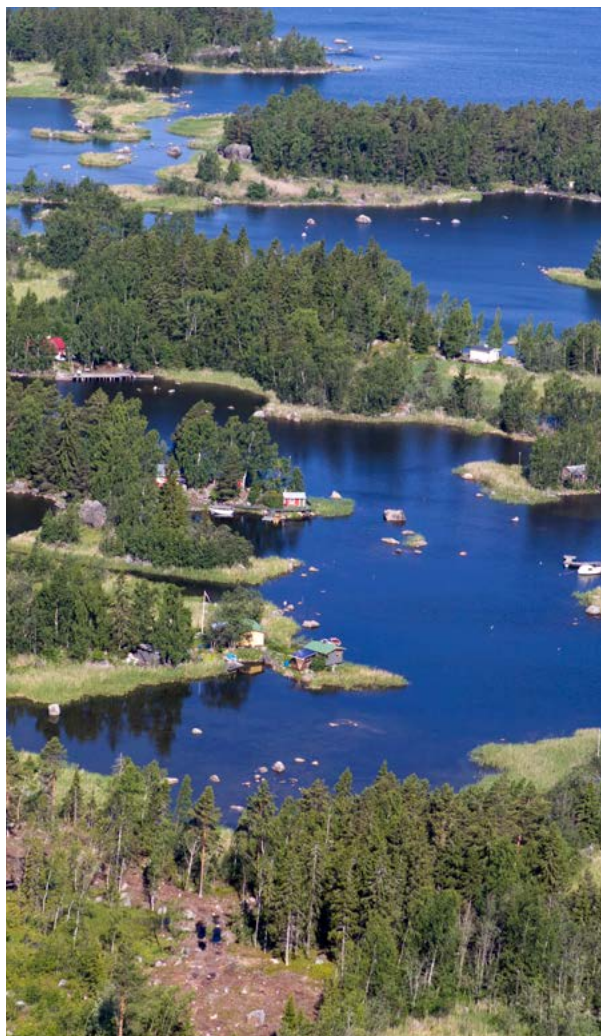
Finland erbjuder goda förutsättningar för fisketurismen med sina många och mångsidiga vattendrag och fiskarter. Naturens frid och den byggda infrastrukturen stöder för sin del möjligheterna att ordna fisketurism. Flera länder, som har god fångstsäkerhet för de stora fiskar som fisketuristerna uppskattar, konkurrerar med Finland om kunderna. Utländska kunder hämtar med sig turisminkomster, i synnerhet då de oftare än de inhemska kunderna använder sig av bland annat fiskeguidetjänster. Intresset för naturturism och å andra sidan fjärmandet från naturen i och med urbaniseringen kan också öka antalet inhemska kunder och användningen av guidetjänster. Över hälften av kunderna hos kärnföretagen i branschen (bland annat företag som erbjuder guide-tjänster) är företagskunder. En betydande del av dessa företags kunder är dagsbesökare, såsom företagspersonal, för vilka fiske erbjuds som kompletterande program till ett möte. Andelen utländska kunder har småningom ökat på 2000-talet och uppgick till nästan en tredjedel före coronapandemin 2020. De

inhemska kundernas betydelse har dock ökat under coronapandemin. I Finland är fisketurismen den till sin verksamhet mest omfattande av vildmarksturismens sektorer och potentialen att utöka verksamheten är mycket stor (Pohja-Mykrä m.fl. 2018).

Tillväxten inom fisketurismen störs i första hand av bristen på fungerande tjänster vid många goda fiskevatten, den starka säsongsbetonade karaktären och de begränsningar den medför för utvecklingen av verksamheten samt av det faktum att Finland inte är känt som ett fisketurismland förutom i Ryssland, de baltiska länderna och Polen. För närvarande finns det inga utsikter att öppna upp för turism från Ryssland. Finlands natur och vattendrag skapar dragningskraft, liksom också fiskbeståndet med vissa förbehåll. Finlands ställning som fisketurismmål skulle sannolikt förbättras av att man förutom att värna om fångstsäkerheten också skulle erbjuda fisketuristerna olika tilläggstjänster. Då skulle målgruppen i viss mån utvidgas utanför de ivrigaste och



mest fångstcentrerade hobbyutövarna. Tillhandahållandet av tilläggstjänster kunde för sin del underlätta problemen som beror på den säsongsbetonade karaktären, om företagaren till exempel skulle få inkomster från inkvarteringsverksamhet på vintern. På grund av utmaningarna med verksamhet året runt är det lönsamt att sträva efter att öka företagarnas inkomstflöde under säsongen som sträcker sig från våren till hösten så att det lockar till att utveckla verksamheten. Branschens tillväxt störs också av att den inte har identifierats tillräckligt som en näringsgren. Detta syns som en brist på omfattande och systematisk utveckling, såsom marknadsföring. Företagens verksamhetsmöjligheter kunde också förbättras genom reglering.



Utvecklingen av fisketurismen sker för närvarande i stor utsträckning av enskilda företagare. Begränsade resurser och begränsad kompetens hindrar branschens tillväxt. Samarbete med andra turistföretagare skulle främja skapandet av lockande produkter och produktpaket. Främjandet av samarbetet kräver att till exempel inkvarteringsföretagarna ser möjligheterna med fisketurismen. I synnerhet i marknadsföringen behövs ett omfattande nationellt samarbete för att förbättra Finlands synlighet som fisketurismland. Företagarna inom fisketurismen behöver både materiella och immateriella resurser som stöd för sin verksamhet. Investeringar i exempelvis båtmateriel eller nödvändiga byggnader är dyra i förhållande till de rätt låga inkomster som många företagare har. Företagarna inom fisketurismen upplever att branschen inte beaktas tillräckligt, vilket syns som en utmaning att få stöd för att utveckla verksamheten. Många företagare behöver dessutom mer kompetens i till exempel kundservicefärdigheter och marknadsföring. Det är skäl att säkerställa kvalitetsnivån till exempel genom att erbjuda nödvändig utbildning. Många av de finländska fisketurismföretagen är sektorsövergripande, dvs. de får bara en

del av sina inkomster från fisketurismen. Detta beror till stor del på att fisketurismen för närvarande är starkt säsongsbetonad och endast pågår från maj till oktober. Att främja verksamhet året runt är en av de största utmaningarna i branschen. Utanför säsongen måste företagarna skaffa sig inkomster från andra källor. Det är också svårare att anställa arbetstagare, eftersom man inte kan erbjuda utkomst året runt. Bakom företagerverksamheten ligger vanligtvis ett eget intresse för fiske.

Fisketurismföretagen behöver tillstånd av vattenområdets ägare för sin verksamhet. Tillståndet kan skaffas hos vattenområdets ägare, staten eller fiskeriområdet. Om vattenområdets ägare inte beviljar tillstånd kan den regionala NTM-centralen bevilja tillstånd. Då får antalet kunder vara högst sex åt gången. I nyttjande- och vårdplanerna för fiskeriområdena som inledde sin verksamhet 2019 skulle områden som lämpar sig väl för fisketurism fastställas. I planerna har väldigt många vattenområden definierats som lämpliga för fisketurism, vilket är positivt för branschen. Som hinder för fisketurismens tillväxt har man allmänt upplevt NTM-centralens begränsning av tillstånden till sex

kunder samt det stela tillståndsförfarandet. Å andra sidan ser man inom branschen ett behov av att ställa upp begränsningar som tryggar fiskbeståndet.

Med tanke på fisketurismen i Finland är det också skäl att beakta de regionala särdragen, som gör att behoven och utgångspunkterna för utvecklingen av fisketurismen kan variera från område till område. Ur fisketurismens perspektiv är det bra att fundera på hur de regionala skillnaderna beaktas i utvecklingsåtgärderna. Fisketurismens betydelse varierar från region till region, men branschens potential anses utan undantag vara större än den nuvarande nivån. Fiskarnas intresse kan rikta sig till en viss fiskart eller fiskeform, varvid resan går till områden där de intressanta fiskarterna eller fiskeformerna är möjliga. De viktigaste arterna inom fisketurismen i hela Finland är gädda, gös och abborre, i vissa områden även lax, öring och harr. Eftersom områdena delvis har olika fiskarter, men även skiljer sig i fråga om terräng och verksamhetsmiljö, skapas egna särdrag för fiskeverksamheten i olika områden. I Lappland är till exempel laxrodd, strandfiske samt besöksmål och tjänster som kombinerar vandring och

fiske viktiga. Vid kusten och i Insjöfinland är båtisket däremot starkt. Således kan till exempel behovet av hyresbåtar variera från region till region och det kan ställvis råda brist på uthyrningsbåtar med utombordsmotor. I Lappland är turismsäsongen som livligast på vintern, medan fisketurismens säsong infaller under sommarmånaderna. Som kundgrupper vid kusten betonas till exempel företagskunderna och i Insjöfinland de privata turisterna.

Ur de internationella researrangörernas synvinkel är de utländska fisketuristerna i huvudsak smågrupper, som är intresserade av flug-, kast- och jiggfiske. De bor helst i en stugby eller ett semestercenter som inte ligger helt avsides men som har lugn och ro. De internationella turisterna känner bäst till fiskemöjligheterna i Insjöfinland och Lappland, medan kusten och skärgården är mer okända. Finlands styrkor anses vara de mångsidiga fiskevattnen, de lättillgängliga fångstarterna, lugnet och bristen på rusning, infrastrukturen och tillgängligheten samt de mångsidiga produkterna för olika budgetar. (Business Finland / Visit Finland 2022.) Man borde utveckla en kanal som sammanställer

information och som riktar sig till internationella turister samt förtydliga fisketillståndspraxisen. För internationella researrangörer kunde man också ordna exkursioner och även i övrigt investera i Finlands image som fisketurismland.





## Fisketurismen i Finland

### STYRKOR

Vattendragen och miljön är rikliga, rena och mångsidiga

Finland har en stark landsbild som ett säkert resmål

Guidekåren är utbildad, motiverad och yrkeskunnig

Den allmänna infrastrukturen stöder turisttjänsterna

Man kan fiska med allmänna fiskerättigheter eller med omfattande fisketillstånd

Det finns stöd att få för företagsverksamheten

Möjlighet att selektivt fånga matfisk



### SVAGHETER

Finland är inte allmänt känt som ett land för fisketurism

Det finns få företag där fisketurismen utgör den huvudsakliga verksamheten

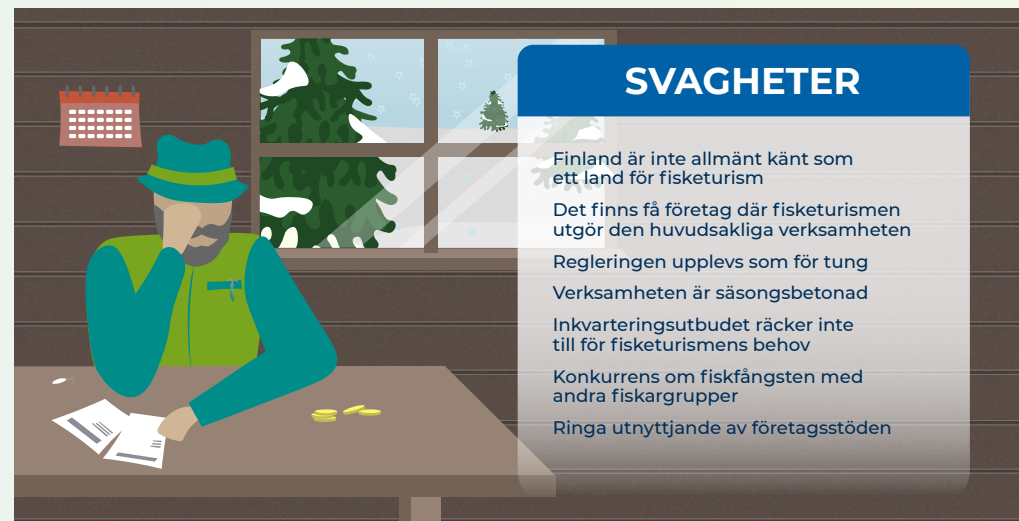
Regleringen upplevs som för tung

Verksamheten är säsongsbetonad

Inkvarteringsutbudet räcker inte till för fisketurismens behov

Konkurrens om fiskfångsten med andra fiskargrupper

Ringa utnyttjande av företagsstöden



### MÖJLIGHETER

Finland är ett intressant turistland och naturturismen är på uppgång

Digitaliseringen stöder marknadsföringen och utvidgar produktutvecklingen

Det finns efterfrågan på tjänster som stöder välbefinnandet

Det är möjligt att lära känna kundkretsen bättre och rikta tjänsterna mer exakt till dem

Inkvarteringskapaciteten kan utnyttjas och ökas

Mer omfattande utnyttjande av vattendrag och fiskbestånd bland internationella kunder

Nya produkter till exempel från mete av mörtfiskar



### HOT

Vattendragens och fiskbeståndets status kan försämrats

Lokalt överfiske

Kriser kan inträffa i verksamhetsmiljön

Produktionskostnaderna kan stiga

Verksamhetsmiljön kan begränsas

Man klarar sig inte i den internationella konkurrensen



# Fisketurismen i siffror

I Fastlandsfinland fanns det sammanlagt 511 fisketurismföretag 2018. Företagens totala omsättning var cirka 21 miljoner euro och sysselsättningen cirka 935 årsverken. Ett företags omsättning var således i genomsnitt cirka 42 000 euro per år. De nämnda företagen har ofta också annan verksamhet, men siffrorna som beskriver omsättningen och sysselsättningen gäller endast fisketurismens andel. Turistintäkterna per fisketurismkund var i genomsnitt 159 euro. De presenterade siffrorna beskriver situationen för företag som är starkt inriktade på fisketurism, men det saknas eventuellt över 800 andra företag som har fisketurister bland sina kunder. (Pohja-Mykrä m.fl. 2018.) Storleksklassen kan åskådliggöras genom att jämföra med exempelvis sysselsättningen inom turismbranschernas programserviceverksamhet, som i sin helhet utgjorde 11 633 årsverken 2018 (Harju-Myllyaho m.fl. 2022).

Siffrorna som närmast beskriver verksamheten hos fisketurismföretag som erbjuder guidetjänster ger ingen helhetsuppfattning

om fisketurismens genomslagskraft. Fisketuristerna behöver ofta bland annat inkvarteringstjänster under sin resa. Inhemska fritidsfiskare som betalat fiskevårdsavgiften använde 2018 i Finland 36 miljoner euro på just inkvarteringstjänster. Fritidsfiskarna spenderade också 60 miljoner euro på tjänster inom andra branscher, t.ex. bränslen, men med pengarna som användes för inkvarteringstjänsterna kan man i detta sammanhang bäst åskådliggöra effekterna av just fisketurismen. (Pellikka, Pokki, Moilanen 2021.)

Drygt hälften av fisketurismföretagens kunder är företagskunder. Företagen har årligen i genomsnitt 261 kunder. År 2008 var andelen utländska kunder cirka en fjärdedel, medan antalet 2018 var i genomsnitt cirka 30 procent. (Pohja-Mykrä m.fl. 2018.) Av de finländska fisketurismföretagarnas kunder har de viktigaste utländska nationaliteterna varit Ryssland, Tyskland, Holland, Estland, Italien, Frankrike, Polen och Lettland (Pohja-Mykrä m.fl. 2018). Dessa länders ställning har redan länge varit densamma, men under de senaste åren har



internationella kriser, såsom coronapandemin och Rysslands anfallskrig mot Ukraina, försvårat fisketurismens verksamhet och minskat bland annat just de ryska kundernas betydelse.

Fisketurismens produkt byggs upp enligt varje kunds behov. Produkten kan innehålla guidning, inkvartering, båtuthyrning eller annan service. Särskilt för utlänningar är det viktigt att det finns en flygplats nära besöksmålet (Pohja-Mykrä m.fl. 2018). För vissa kunder är fångstsäkerheten och möjligheten att få stora fiskar viktig. Det bör också noteras att fiskarnas självständiga turism är mer omfattande än för turisterna som använder guidetjänster. Viktiga tjänster för självständiga fiskare är ett bra fiskeställe, inkvartering och en båt.

I Irland har man uppskattat att fritidsfisket sysselsätter totalt 10 000 personer och att de pengar som fritidsfiskarna använder med sina regionala ekonomiska effekter skulle uppgå till hela 755 miljoner euro (Tourism Development International 2013). Irlands image som fisketurismland är dock resultatet av ett långvarigt arbete. Staten har erbjudit resurser och olika aktörer har tillsammans utfört

målmedvetet varumärkesarbete. Motsvarande mål eftersträvas nu i Finland i och med detta utvecklingsprogram och i synnerhet det riksomfattande, långvariga utvecklingsprojektet som är en av dess åtgärder.

Den internationella marknaden för fisketurism förutspås öka i exceptionell takt under de följande tio åren: Miljövänlighet är en växande trend och allt fler resenärer vill tillbringa tid i

naturen. Ett växande antal människor vill ha skräddarsydda turistaktiviteter som fokuserar på en sak. De kommersiella fiskarna vill sprida ut sina inkomstkällor och utvidga sin verksamhet till fiskeguidning. Totalt förutspås värdet på marknaden för fisketurism öka med cirka 12,5 procent per år och om tio år globalt sett uppgå till cirka 239,2 miljarder euro, medan dess värde för närvarande är cirka 73,7 miljarder euro. (Future Market Insights 2022.)





## Fisketurismen som nyckeltal

### Kunder



Privata  
< 50 %



Företag  
> 50 %

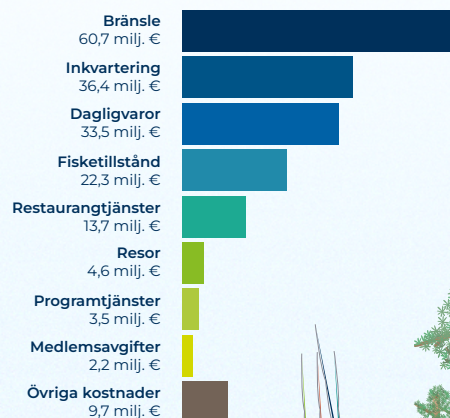


Inhemska  
~70 %



Internationella  
~30 %

### Användning av pengar för dem som betalat fiskevårdsavgiften



### Företag

Antal företag  
**511**

Årsverken  
**935**

Total omsättning  
**21 milj. €**

Omsättning  
**42 000 €**  
och kundantal  
**261** kunder per  
företag och år

Turistintäkter  
kund/företag  
**159 €**

### Regional fördelning av företag



Antalet företag i procent  
regionalt:

- Mellersta Finland ~32 %
- Norra Finland ~31 %
- Södra Finland ~22 %
- Kusten ~15 %

Källor: Harju-Myllyaho ym. 2022, Pellikka 2021, Pohja-Mykrä ym. 2018

# Källor

Future Market Insights (2022). Fishing Tourism Market Outlook (2022–2032).

Harju-Myllyaho, A., Satokangas, P., Vieru, M., Vähäkuopus, M., Lindström V. ja Paavola J.-M. (2022) Matkailutoimialan työllisyys muuttuvassa toimintaympäristössä. Työ- ja elinkeinoministeriön Toimialapalveluiden teemaraaportti.

Maa- ja metsätalousministeriö (2019) Vapaa-ajan kalatalouden kehittämisstrategia.

Pellikka J., Pokki H. ja Moilanen P. (2021). Vapaa-ajankalastuksen virkistysarvo ja veto-voimatekijät. Luonnonvara- ja biotalouden tutkimus 60/2021. Luonnonvarakeskus. Helsinki.

Pohja-Mykrä M., Matilainen A., Kujala S., Hakala O., Harvio V., Törmä H. ja Kurki S. (2018). Erätalouteen liittyvän yritystoiminnan nykytila

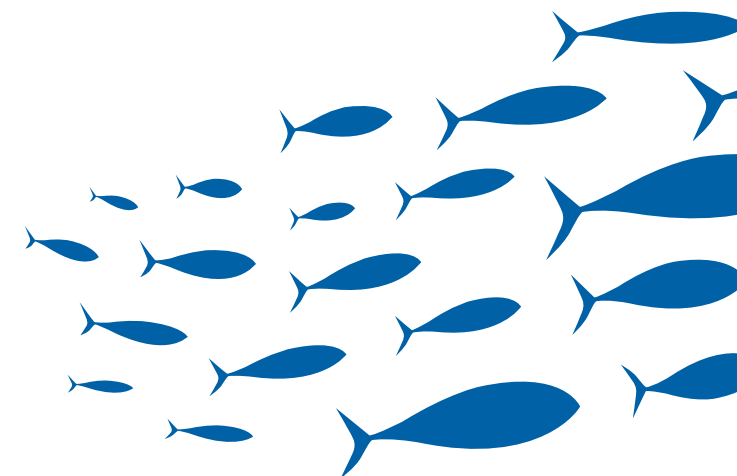
ja kehittämisedellytykset. Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminnan julkaisusarja 40/2018.

Satokangas P., Soppela J. ja Ranta A. (2022). Suomen kalastusmatkailun nykytila ja kehittämistarpeet. Lapin AMK:n julkaisuja 14/2022.

Tourism Development International (2013). Socio-Economic Study of Recreational Angling of Ireland, Final Report, Inland Fisheries Ireland.

Työ- ja elinkeinoministeriö (2022). Yhdessä enemmän – kestävä kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun: Suomen matkailustrategia 2022–2028 ja toimenpiteet 2022–2023. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2022:51.

Business Finland / Visit Finland (2022). Kalastusmatkailukysely matkanjärjestäjille.





# Arbetsgrupp

## Arbetsgruppens ordförande:

**Eija Kirjavainen,**  
fiskeriråd, jord- och  
skogsbruksministeriet

---

**Leo Aikio,**  
II vice ordförande, Sametinget

**Tapio Hakaste,**  
konsultativ tjänsteman,  
jord- och skogsbruksministeriet

**Anu Harju-Myllyaho,**  
kompetenschef,  
Laplands yrkeshögskola Ab

**Markus Hirvonen,**  
landskapsdirektör,  
Landskapsförbunden/  
Norra Karelens förbund

**Ismo Kolari,**  
fiskerirådgivare, Centraförbundet  
för Fiskerihushållning/Fiskerihus-  
hållningscentralen i Birkaland rf

**Sanna Kyyrä,**  
ledande sakkunnig,  
arbets- och näringsministeriet

**Petter Nissén,**  
fiskeriexpert, Finlands  
Fritidsfiskares Central-  
organisation rf

**Matti Ovaska,**  
skyddsexpert, WWF Finland

**Heidi Pokki,**  
gruppchef, Naturresursinstitutet

**Aleksandra Shakhnovich,**  
account manager, Business  
Finland Oy / Visit Finland

**Auli Sihvola,**  
specialsakkunnig, jord- och  
skogsbruksministeriet

**Markku Tiusanen,**  
ordförande, Finlands  
Fiskeguide gille rf

**Ilkka Vesikko,**  
fiskeribiolog, NTM-centralerna  
(NTM-centralen i Norra Savolax)

**Markku Vierelä,**  
specialsakkunnig inom fiske,  
Forststyrelsen

## Arbetsgruppens sekreterare:

**Laura Ticklén,**  
Viestintätoimisto Ticklén Oy  
(1–3/2023)

**Pasi Satokangas** och **Aki Ranta,**  
Laplands yrkeshögskola Ab  
(3–9/2022)

---

## Publikationens fotografier:

Kimmo Ervola, Jari Salonen,  
Johannes Sipponen,  
Jari Tuiskunen och Business  
Finland / Visit Finland

## Publikationens layout och infografik:

Jenna Salminen,  
Muotoilutoimisto Polku