

Kurshefte

Utmark som næring

Utmark som næring

ISBN: 978-82-7333-221-9

Forfattere: Dagh Bakka, Ole Erik Elsrud, Andreas Helbæk Jr., Martin Bråthen, Nina Ree-Lindstad

Forsidefoto: Dagh Bakka

Baksidefoto: Dagh Bakka, Magnus Paulsen, Anne Kristin Medhus

Foto der ikke annet er angitt: Dagh Bakka

Layout: Nina Ree-Lindstad

Trykk: Thure Trykk

1. utgave: mars 2019

© Skogbrukets Kursinstitutt

Utgitt av Skogbrukets Kursinstitutt

Honnevegen 60

2836 Biri

skogkurs.no



Innhold

Forord	5
Jakt.....	7
Ressursgrunnlaget og potensialet for verdiskaping	8
Viltarter og jaktformer.....	9
Markedet.....	21
De ulike nasjonaliteter	22
Organisering	26
Produktutvikling	29
Prissystemer	38
Lover og forskrifter.....	44
Fiske.....	53
Ressursgrunnlaget	53
Målgrupper.....	54
Aktuelle fiskearter	55
Fiskemetoder.....	61
Behandling av fisk for utstopping.....	63
Fang og slipp (catch and release).....	64
Desinfisering av fiskeutstyr	65
Marked og potensiale.....	67
Ulike typer av fiskere.....	72
Informasjon.....	78
Hva kreves av en fiskeguide	79
Innlandsfiske - organisering	81
Lover og forskrifter.....	84
Bygdebaserte opplevelser	87
Bygdebaserte opplevelser – hva er det?	87
Andre aktiviteter og opplevelser	89
Markedsføring og salg.....	95
Service.....	99
Lover og forskrifter.....	105



Økonomi.....	107
Forsikringer.....	107
Tilskudd, bistand og finansieringsmuligheter	109
Skatt og avgifter	113
Kalkyler og budsjett	115
Lenker	122
Jakt.....	122
Fiske	122
Bygdebaserte opplevelser	122
Økonomi	122
Markedsføring	122
Litteratur.....	123



Forord

Reiselivet er en næring i sterk vekst og interessen for naturbaserte opplevelser og aktiviteter øker. Naturbaserte reiselivsbedrifter i Norge generer årlig over åtte milliarder kroner i omsetning. Mange av bedriftene i dette segmentet opplever vekst og positiv utvikling, men det er også en tøff bransje med stor utskifting. De landbruksbaserte reiselivsbedriftene er ofte små, sesongbaserte bedrifter som leverer reiselivstilbud i tillegg til tradisjonell gårdsdrift. For denne typen bedrifter er organisering, samarbeid, kompetanse, lønnsomhet og manglende profesjonalisering sentrale utfordringer. Reiselivet er en viktig næring for distriktene og bygdene. Gjennom det landbruksbaserte reiselivet kan turister og tilreisende få en opplevelse av det ekte norske.

Skogbrukets Kursinstitutt (Skogkurs) har i samarbeid med NORSKOG i perioden 2016 til 2019 gjennomført prosjektet «Utmark som næring».

Mange landbrukseiendommer har potensiale for å øke utnyttelsen av sine utmarksressurser. Ved å øke omsetning av utmarksprodukter vil en gjøre landbrukseiendommen mere økonomisk robust. Å ta steget fra å være en råstoffleverandør til å bli en servicetilbyder kan være stort og vil for de fleste grunneiere kreve en kompetanseheving.

Prosjektet har dreid seg om opplæringstiltak og produksjon av læremidler for å høyne kompetansenivået for grunneiere, rettighetshavere og andre aktører innen et bredt spekter av tema. Kurskonseptet vil også kunne brukes som et tilbud for universitet og høyskoler samt videregående skoler med naturbruk, og voksenalronomkurs.

Av læremidlene som er utviklet inngår dette kursheftet til anvendelse i både nettundervisning og tradisjonelle kurs. Kursheftet kan også brukes til selvstudium.

Prosjektet er finansiert med midler fra:

- Landbrukets Utviklingsfond (LUF)
- Kompetanseutviklingsprogrammet i landbruket (KIL)
- Skogtiltaksfondet

Forfattere av heftet er Dagh Bakka, Ole Erik Elsrud, Andreas Helbæk jr., Martin Bråthen og Nina Ree-Lindstad

Takk til Vidar Holthe for kritisk gjennomlesing og kommentarer.

Biri, mars 2019



Dagh Bakka
Redaktør





De fleste utenlandske jaktgjester er villige til å betale en god del for et stort trofé, men kapitale elgokser er noe av det vanskeligste å felle i Skandinavia.

Jakt

I Kongelig resolusjon av 17. januar 2018 og Kongelig resolusjon av 27. april 2018 ble ansvaret for forvaltning av høstbare viltressurser overført fra Klima- og miljødepartementet til Landbruks- og matdepartementet.

I Prop. 94 S (2017-2018) Endringer i statsbudsjettet 2018 under Landbruks- og matdepartementet (Jordbruksoppjøret 2018 m.m.) kapittel 7.2.7, avsnitt for Økt verdiskaping basert på høstbare viltressurser står bl.a. følgende: "... Norge har lange og sterke tradisjoner for høsting av naturens overskudd bl.a. gjennom jakt og fangst. Rekruttering av nye, kompetente jegere er viktig for grunneieres muligheter for å hente inntekter fra jakt og for jaktas omdømme i samfunnet. Det ligger et betydelig potensial for økt verdiskaping gjennom en bærekraftig og mer aktiv forvaltning av de| høstbare viltressursene. Dette kan være tiltak og aktiviteter som omfatter bl.a. etablering og videreutvikling av jaktprodukter med ulik tilretteleggingsgrad, samt foredling og omsetning av viltkjøtt.

Løshundjakt er populært blant norske elgjegere.



Ressursgrunnlaget og potensialet for verdiskaping

I 2004 ble det utarbeidet en rapport om verdikjedene innen jakt og fiske i Norge av Reise- og opplysningsvesenets Landsforening (RBL) og Norges Skogeierforbund (NSF). Arbeidsgruppens mandat var å gjennomføre en analyse av verdikjedene i utmarksnæringen, med fokus på jakt, innlandsfiske, laksefiske og andre naturbaserte aktiviteter.

Jakt	Omsetning i mill. kr i 2004	Realistisk potensial i mill. kr 2014
Småviltjakt (kort/leie)	100	175
Storviltjakt (Kort/leie)	255	275
Tilleggstjenester	730	955
Totalt	1085	1405

Tabellen over viser beregningen arbeidsgruppen hadde for omsetning av jakt i 2004 og potensiell omsetning i 2014, regnet om til millioner 2017-kroner (Kilde: RBL og NSF 2004). Norsk Institutt for Naturforskning (NINA) har i 2018 gjort en ny verdiskapingsanalyse for verdikjedene jakt, innlandsfiske og laksefiske på oppdrag fra Innovasjon Norge. NINA har, basert på

undersøkelsene fra Inatur AS, beregnet antallet jaktdøgn på småviltjakt og storviltjakt. De har også beregnet gjennomsnittlig forbruk fordelt på overnatting, jaktkort/leie og annet forbruk for begge jaktformer.

Resultatene fra undersøkelsen viser at samlet forbruk for småviltjegere i Norge i 2018 er beregnet til ca. NOK mill. 636. Det samlede forbruket for storviltjegere er beregnet til ca. NOK mill. 1 463. Det samlede forbruket for jakt på småvilt og storvilt er beregnet til NOK mill. 2099.

	Samlet forbruk i mill. kr 2018
Småviltjakt	636
Storviltjakt	1 463
Totalt	2099

Tabell over viser samlet forbruk på småviltjakt og storviltjakt i 2018. (Kilde: NINA)

Det viktigste markedet for jaktsalg i Norge er norske jegere. Det har også vist seg at betalingsvilligheten er økende, så lenge prisen står i forhold til kvaliteten på produktet. En del nordmenn tror at Norge er en jaktlig oase som rike, utenlandske jegere står i kø for å kaste seg ut i. Det er nok langt fra tilfelle, og selv om vi har enkelte arter som er interessante for utlendinger, er det også en del land vi konkurrerer med. De mest interessante artene og de mest aktuelle jaktformene følger her i en oversikt. Nevnt er også land som vi konkurrerer med når det gjelder utenlandske jegere.

Kjøttutbytte fra storviltjakt er en viktig del av den norske jaktkulturen. Foto: Mikael Fønhus



Viltarter og jaktformer

Elg

Arten: Generelt har elgjakt stor popularitet her i landet og for mange er det den eneste aktuelle jakten. Det er også ganske stor interesse for gevir og de fleste elgjegere drømmer om å få møte storoksen en gang. Elgen er av mange europeiske jegere rangert veldig høyt som jaktvilt, ikke minst trofémessig.

Jaktformer: Drivjakter med folkedrevkjede og poster. Løshund- og bandhund i kombinasjon med poster. Lokkejakt. Smygjakt i åpent terreng.

Trofé: Oksens gevir på bogmontasje (utstoppet hode) eller som bleket skalle. Skinnen garvet med hårene på.

Konkurrentland: Sverige, Finland, Canada, Alaska, Russland, Polen og de baltiske statene (Estland, Latvia og Litauen).

Avskyting, Norge 2017/18: 31 613

Rådyr

Arten: Mange norske jegere regner 10. august, når bukkejakten starter, som årets jaktpremiere. Etter som rådyrstammene vil variere en del steder på grunn av snørike vintre og rovdyr, er interessen for de rådyrrike terrengene stor blant nordmenn. Rådyret er også et ettertraktet trofévilt i Europa, og bukker med store gevirer er attraktive.

Jaktformer: Postering, smyg og lokkejakt under bukkejakten. Drivende hund i kombinasjon med poster og smygjakt under den ordinære jakten. (En hengiven, utenlandsk bukkejeger vil besvime om han får vite at vi skyter gevirløse bukker med hagle for drivende hunder.)



Trofé: Bukkens gevir på bogmontasje eller bleket skalle. Senhøstes kan skinnen være verdt å ta vare på.

Konkurrentland: Sverige, Danmark, Polen, England, Skottland, Tyskland, Ungarn, Russland, Bulgaria og de baltiske statene.

Avskyting, Norge 2017/18: 33 280

Hjort

Arten: Av hjorten er det kronhjort som er mest aktuell. Det vesle som finnes av dåhjort i Norge er ikke noe å markedsføre i jaktsammenheng. Den store kronhjortstammen, som også har vært økende på Østlandet, har gjort arten interessant for mange norske jegere.

Den norske kronhjorten tilhører den atlantiske rasen, og har i likhet med den skotske atskillig mindre gevir enn den europeiske. Men i og med at den er av en annen rase, er den også aktuell for sør-europeere.

Jaktformer: Postering, drevjakt, smygjakt, lokkejakt og postering i kombinasjon med drivende hund.

Trofé: Bukkens gevir på bogmontasje eller bleket skalle. «Grandlene», de to tennene i overkjeven. Skinnen garvet med hårene på.

Konkurrentland: Skottland. Europeisk kronhjort og dåhjort: Sverige, Danmark, Russland, Polen, Ungarn, Romania, Bulgaria og de baltiske statene.

Avskyting, Norge 2017/18: 42 541

For mange norske jegere starter årets jakt sesong med bukkejakt 10. august.

Elgokser rangerer høyt trofémessig i Europa.



Hjorteavskytingen har økt de siste ti-årene i Norge.

Villrein

Arten: Tradisjonelt er størsteparten av villrein-kvotene forbeholdt lokale jegere. Det gjør at mange urbane norske jegere søker seg villreinjakt, da arten ikke er så lett tilgjengelig for utenbygds jegere, samt at villrein ofte er debutarten for nye storviltjegere.

Europeisk, vill fjellrein finnes kun i Norge og det gjør den interessant for troféjegere fra hele verden. Veiløst terreng og tøft klima gjør villreinjakten til en enorm utfordring for mange jegere, spesielt utenlandske. Dessuten fører mangelfulle overgangsavtaler til at jegere kan oppleve reinstomme terreng i ukevis.

Jaktformer: Postering og smygjakt gjerne i kombinasjon med bandhund.

Trofé: Dyrets gevir på bogmontasje eller bleket skalle. Skinnen garvet med hårene på.

Konkurrentland: Grønland, Russland, Finland (skogsrein), Canada, USA.

Avskytning, Norge 2018: 4 156

Storfugl

Arten: For norske jegere finnes det god tilgang til skogsfugljakt, da det selges jaktkort over store områder. De mest attraktive områdene er selvsagt der det er bra med fugl, men også der hvor man åpner fra jaktstart 10. september og det ikke finnes restriksjoner for bruk av hund. Tiuren er på kontinentet regnet som «hochwild» (spesielt attraktive arter trofémessig), på lik linje med kronhjort og elgokse, og er således av spesielt stor interesse. I tillegg skyter de fleste jegerne røy om de får sjansen. Det vanskeligste med småviltjakten er at man ikke vet hvor store bestandene blir når jakten selges. Dessuten er det vanskelig å konkurrere med land som f.eks. Russland som tillater spilljakt på tiur, og denne jaktformen er spesielt ettertraktet for kontinentale jegere.

Europeisk, vill fjellrein finnes kun i Norge, noe som gjør den spesielt interessant for mange jegere.



Jaktformer: Jakt med stående og skjellende hund. Jakt på spillplass i sept/okt. Klappjakt (folkedrev). Toppjakt på senhøsten. Støkkjakt.

Trofé: Helmontasje eller hode, hals og stjert monterert på plate.

Konkurrentland: Sverige, Finland, Russland og de baltiske statene.

Avskytning, Norge 2017/18: 9 760

Orrfugl

Arten: For norske jegere finnes det minst like god tilgang til orrfugljakt som til storfugljakt, da det selges jaktkort over store områder.

De mest attraktive områdene, er hvor det erfaringsmessig er bra med fugl, men også der hvor man åpner for jakten fra jaktstart 10. september og det ikke finnes restriksjoner for hund. Orrhane er ikke som tiuren regnet som «hochwild», men den er et bra trofé. I tillegg skyter de fleste jegerne orrhøne om de får sjansen. Som med storfugl, er det vanskeligste med orrfugl at man ikke vet hvor store

høstbestandene blir når jakten selges. Vanligvis er orrfuglbestandene mere tallrike enn storfugl. Spilljakt om våren på orrhane er tillatt i blant annet Russland, men høstspillet er også ganske aktivt, slik at dette kan utnyttes under jakten her i landet.

Jaktformer: Jakt med stående og skjellende hund. Jakt med lokkefugl på spillplassene i september - oktober. Drevjakt (folkedrev). Toppjakt på senhøsten. Støkkjakt.

Trofé: Helmontasje eller hode, hals og stjert monterert på plate.

Konkurrentland: Sverige, Finland, Russland, Østerrike og de baltiske statene.

Avskytning, Norge 2017/18: 19 660

Jerpe

Arten: Jerpejakten er ikke spesielt populær i Norge, og som regel felles den i forbindelse med annen skogsfugl- eller småviltjakt. Lokkejakt på jerpe er imidlertid en tradisjonsrik jaktform, som kunne vært mere utbredt. Jerpe har ingen stor trofémessig betydning på kontinentet, selv om den i utstoppet tilstand er noe av det fineste Norge har av fugl. I tidligere tider ble jerpe regnet som kongelig mat, pga. sitt lyse og velsmakende kjøtt.

Jaktformer: Støkkjakt. Jakt med stående og skjellende hund. Lokkejakt med jerpepipe.

Trofé: Helmontasje eller hode, hals og stjert monterert på plate.

Konkurrentland: Sverige, Finland, Russland, Østerrike og de baltiske statene.

Avskytning, Norge 2017/18: 1 610

Rype

Arten: Rypejakten regnes for vår nasjonaljakt, og 40 000 - 50 000 nordmenn jakter rype hvert år.

Betalingsvilligheten for privatteireng er stor, spesielt i forbindelse med gode fugleår. Selv i normale fugleår, vil betydningen av å kunne jakte i fred, og slippe «å gå i kø» som det ofte blir i kortsalgområder, være høyt verdsatt av mange. Rype er ikke noe utpreget trofévilt, men jakten med stående hund i septemberfjellet er noe som tiltaler de fleste jegere. Spesielt danske, men også andre europeiske jegere er blitt svært interessert i



Toppjakt på storfugl om senhøsten når bakken er dekket av snø er en interessant jaktform.



å jakte med egen hund etter at det ble enklere å ta disse med inn i Norge. Likevel vil det i de fleste tilfeller være lettest å selge rypejakten til nordmenn. Rypetettheten varierer fra år til år, og det er ganske vanlig at jaktuttaket blir bestemt etter rype-taksering i begynnelsen av august. Det blir da satt dagskvoter for jegerne, men dette ser ikke ut til å svekke interessen til norske rypejegere.

Jaktformer: Jakt med stående hund. Støkkjakt på fjell- og lirype. Vinterjakt med rifle på fjellrype. Snarefangst.

Trofé: Helmontasje. (Et knippe utstoppede ryper i en viltgalge er dekorativt.)

Konkurrentland: Sverige, Skottland, Finland og Russland.

Avskytning, Norge 2017/2018: 107 200 liryper og 59 600 fjellryper.



Rypejakt med stående fuglehund i september er populært blant nordmenn. Foto: Trygve Øvergård

Due

Arten: Jakttiden på ringduer starter 21. august, unntatt Troms og Finnmark, hvor arten er fredet. Ringdua er kulturlandskapets vilt som har hatt en betydelig bestandsøkning de siste årene. Ringdua er en jaktlig ressurs som er undervurdert av både



grunneiere og norske jegere.

Det er helt klart et potensiale for mange grunneiere å leie ut duejakt til både norske jegere og utenlandske jegere som et supplement til f.eks. råbukkjakt.

Duejakten er mest aktuell når kornet treskes i august. Ellers er erteåkere i august av de absolutt beste områdene å jakte duer ved. Postering i eikeskog i september-oktober er også aktuelt i sørligere strøk. Det viktigste ved duejakt er først å kartlegge hvor duene spiser og hviler, og legge opp jakten deretter. Jakten foregår om morgener og ettermiddager, men når forholdene er som best, er duene i aktivitet hele dagen. Duejakt krever ikke store arealer, men utbyttet blir som regel størst om en kan jakte der hvor dueaktiviteten er størst. Duejakt kan leies ut til jegere som klarer seg selv, eller man kan foredle produktet ved å tilby kamouflasjeskjul og lokkeduer på aktuelle steder som en har speidet inn. Ringdua er et ypperlig matvilt og det er bryststykkene som er mest aktuelle.

Jaktformer: Jakt med lokkefugler på spiseplassene og posteringsjakt på trekkende fugl eller ved drikkeplasser.

Trofé: Om det eksisterer må det være helmontasje.

Konkurrentland: Sverige, England, Polen.

Avskytning, Norge 2017/18: 34 800

And

Arten: Jakt på ville ender kan gi bra utbytte den første morgenen, men jaktens kvalitet synker drastisk dersom mange jegere er i gang i kortsalgsoområdet. Enkelte grunneiere leier ut andejakten i mindre vann til et mindre antall jegere som samarbeider i

Duejakt kan bli et foredlet produkt ved å tilby kamouflasjeskjul og lokkeduer på aktuelle steder som en har speidet inn.

et jaktlag. Ved en mere periodevis jakt med enkelte opphold, eventuelt i kombinasjon med føring, kan man strekke andejakten over lengre tid. Med føring fra ettersommeren av, kan jakten og antall felte ender bli riktig hyggelig. Langs kysten kan jakten også utøves utover store deler av høsten. På grunn av manglende tradisjon med jakt på utsatte ender, selv om det er tillatt, er det greit at dette bedrives i begrenset omfang og utført på en profesjonell måte. Å føre inn ville ender, er ikke fullt så kontroversielt, og ville kunne gi noen fine kveldsjakter.

Jaktformer: Jakt med lokkefugler og posteringsjakt på trekkende fugl. Støkkjakt i sivbeltet langs land fra båt eller til fots.

Trofé: Om det eksisterer må det være helmontasje.

Konkurrentland: Sverige, Danmark, Russland, Polen og de baltiske statene.

Avskytning, Norge 2017/18: Stokkand: 12 790. Andre ender (krikkand, brunnakke, kvinand, siland, laksand, toppand: 8 840)

Gås

Arten: Vi har flere interessante arter som kanadagås, grågås og kortnebbgås. Gjessene er skye og vanskelige å jakte på, og det har vist seg at skal man lykkes, må jakten være godt organisert og effektiv. Det er viktig at gjessene får være i fred i perioder også i jakttiden, ellers risikerer man å jage dem sørover før man får skutt spesielt mange.

Jaktformer: Jakt med lokkefugler på beiteplassene og posteringsjakt på trekkende fugl. Jakten foregår over land i motsetning til andejakt over vann.

Trofé: Om det eksisterer må det være helmontasje.

Konkurrentland: Sverige og Danmark.

Avskytning, Norge: 2017/18: Grågås 15 460, kanadagås 2 550, kortnebbgås 2 590

Rugde

Arten: Rugda hadde vært et interessant jaktvilt om vi hadde fått beholde jakten på trekkende hannfugl i mai-juli. Nå er det stort sett på Sør- og Vestlandet den jaktes og da om høsten med stående hund. Rugda er et attraktivt trofé på kontinentet, og skal der alltid ligge fremst på viltparaden etter drivjakter. For sør-europeiske fuglejegere med egne stående fuglehunder, kan det være av interesse å leie rugdejakt i Norge.

Jaktformer: Jakt med stående hund, tilfeldig under drivjakter og støkkjakt.

Trofé: En spesiell vingefjær som man lager hattenål av.

Avskytning, Norge 2017/18: 2 170

Konkurrentland: Irland, Skottland, Sverige og Danmark.

Bever

Arten: Beveren er ikke noe stort trofévilt, men jakten om våren i en oppvåkne natur gjør den spesiell og fascinerende. Mange norske og utenlandske jegere er interesserte i beverjakt, og det skyldes nok mye at det er få andre attraktive jaktviltarter i april.

Jaktformer: Postering og smygjakt. Jakt fra kano.

Jakt på utsatte ender er tillatt, men bør bedrives i begrenset omfang og utført på en profesjonell måte.





Beveren er en av få arter som jaktes på våren i Norge.

På enkelte øyer i Norge er det stor tetthet med hare og da kan smygjakt med rifle være aktuelt.



Trofé: Helmontasje, skinnen garvet med hårene på og bleket skalle.

Konkurrentland: Sverige, Finland og Russland.

Avskytning, Norge: 2017/18: 1 620

Hare

Arten: Harejakt med drivende hund er en jaktform som ble innført fra kontinentet på 1800-tallet, og er i dag populær blant nordiske jegere. For mange harejegere er ikke det å felle haren det vesentligste, men derimot hundens arbeid under losen. Haren er ikke noe trofévilt på kontinentet, men et attraktivt småvilt under drivjakter. Skal man arrangere drivjakter på hare, kreves det tettheter som kun eksisterer på enkelte øyer i Norge. Her kan også smygjakt med rifle være aktuelt.

Jaktformer: Jakt med drivende hund. Støkkjakt og drivjakt. Smygjakt med rifle på skogløse øyer.

Trofé: Om det eksisterer må det være helmontasje.

Avskytning, Norge: 2017/18: 13 720

Fasan og rapphøns

Artene: Drivjakt på fasan og jakt med stående hund på rapphøns, er salgbart både til norske og utenlandske jegere. Det krever imidlertid en profesjonell utøvelse med henhold til utsetting av fugl, biotopforbedring, rovviltbekjempelse og gjennomføring av drivjaktene. En bør også merke seg at driv/klappjakt på utsatt fugl er kontroversielt i Norge. I stedet for jakt på disse artene kan det derimot være aktuelt å leie ut terreng til trening av stående fuglehunder. Dette krever utsetting, da ville bestander av rapphøns og fasan sjelden blir store nok. Betalingsvilligheten blant stående fuglehundeiere er generelt stor, og lignende treningsopplegg er populære innen de ulike fuglehundklubbene.

Sel

Arten: Av de jaktbare selartene er det først og fremst steinkobbe og havert som finnes langs hele kysten fra Oslofjorden og nordover, men med størst utbredelse utenfor Trøndelag og Nordlandskysten. Det er også tillatt å jakte ringsel og grønlandssel.

Fylkeskommunen kan i det området hvor jakt skal foregå, etter søknad gi tillatelse til seljakt innenfor en totalkvote. Tillatelsen skal gis til en bestemt person for et bestemt område.

For havert kan det i områdene sør for Stad gis jakt-tillatelse i perioden 1. februar – 30. september, og i

områdene nord for Stad i perioden 2. januar – 15. september.

For steinkobbe kan jakttillatelse gis i perioden 2. januar – 30. april og 1. august – 30. september.

For ringsel og grønlandssel kan tillatelse bare gis i perioden 2. januar – 30. september.

Søker må ha avlagt skyteprøve for storviltjegere før tillatelse kan gis.

Fylkeskommunen kan fastsette maksimalkvoter per jeger innenfor et nærmere angitt område.

Tillatelse kan også gis til utlendinger som under jakten er i følge med norsk statsborger som selv innehar tillatelse til å drive seljakt i angjeldende område.

I og med at jakten foregår ved og på havet er den veldig væravhengig.

Fra 2006 har Havforskningsinstituttet registrert antall havert og steinkobbe som drukner i fiskegarn, og dette dreier seg årlig om 400-500 steinkobber og cirka samme antall havert. Kvotene har blitt vesentlig redusert de siste årene.

Jaktformer: Postering ved aktuelle hvileskjær eller fiskeplasser. Rekognosering fra båt og felling fra øyer og skjær hvor man ser sel. Smygjakt på fjordis.

Trofé: Garvet skinn med hårene på, bleket skalle og helmontasje.

Avskyting, Norge: 2016: Havert 33, steinkobbe 362

Villsvin

Arten: Villsvinbestanden i Norge er økende, og det finnes etablerte og ynglende bestander i Østfold, hovedsakelig i Aremark og Halden kommuner. Det er også felt villsvin i andre kommuner i Østfold, Akershus og sørlige deler av Hedmark.

Arten er uønsket av norske myndigheter, og det er innført jakttid hele året med unntak for sugge med unger. Da arten kan gjøre skade på jordbruket, er det nødvendig at den forvaltes over større områder om man vil ha jaktbare bestander. Det vil i korthet si at villsvinene får være i fred på steder hvor de kan finne mat, og man jakter begrenset på årsunger og råner i nærområdene. Der de ikke er ønsket, må man jakte på de mere intensivt.

Jaktformer: Postering, drevjakt, smygjakt, løshundjakt og postering i kombinasjon med kortdrivende hund.

Trofé: Rånens støttenner, bog- eller helmontasje. Skinnnet garvet med hårene på.

Konkurrentland: Sverige, Tyskland, Frankrike, Spania, Russland, Polen, Ungarn, Romania, Bulgaria og de baltiske statene.

Avskyting, Norge 2017/18: 226

Villsvinbestanden i Norge er økende, men arten er uønsket av norske myndigheter og det er innført jakttid hele året med unntak for sugge med unger.



Trost

Trostejakt er noe de fleste norske jegere bedriver i tenårene, men sørover i Europa er dette en aktuell viltart. Trostejakt for spanjoler har vært vellykket på Vestlandet, men det krever at arrangøren er seriøs.

Jakttid gråtrost og rødvingetrost: 10.08 - 23.12.

Avskytning, Norge: 2017/18: 6 740

Fangst

Tradisjonelt har det ikke vært vanlig å leie ut fangstrettighetene. I stedet er det heller blitt utbetalt skuddpremier eller fangstgodtgjørelse for de arter som er blitt fanget.

I Nord-Sverige har det vært tilbud om «trap line»-turer. Deltagerne kjører snøscooter langs en fangstlinje og er med på å sjekke ulike feller eller hytte i enden av fangstlinjen, og sjekker en annen fangstlinje på vei tilbake. Dette kan man også ha som et tilbud i Norge, men hvor deltagerne går på ski eller truger langs fangstlinjen. Det vil uansett være viktig for resultatet at fangstturen blir ledet av en erfaren fangstmann med visse pedagogiske evner.

Felte dyr: 2017/18: Rev 21 320, grevling 2 430, villmink 5 110, mår 3 580, røyskatt 1 210



I Norge blir det fanget mellom 3 000 til 4 000 mår årlig.

Hva jakter de norske jegerne på?

Ifølge statistisk sentralbyrå står det oppført 501 851 personer i Jegerregisteret i 2018. Det var 202 299 som betalte jegeravgift i 2017/18 og 141 760 av disse var på jakt. Av disse var 2 127 utlendinger. Jegerne fordeler seg på de ulike viltartene slik (flere jegere jakter på flere arter)

Jegere på jakt 2017-2018	
	antall jegere
Jaktet, i alt	141 760
Småviltjakt	82 830
Rypejakt	45 210
Hjorteviltjakt	94 430
Elgjakt	60 930
Hjortejakt	48 220
Villreinjakt	9 920
Rådyrjakt	43 010

Terreng og vilttetthet

Når man leier ut jakt til norske jegere, er disse vanligvis vant til ganske glisne storviltbestander og at småviltbestandene svinger. Mange utenlandske jaktgjester er imidlertid vant til atskillig tettere bestander av vilt enn det som finnes i Norge.

Terreng med normale eller glisne bestand med vilt, bør ikke leies ut til jegere som har høye forventninger og ikke er vant med jakt under slike forhold. Prisen skal også avspeile kvaliteten på terrenget. Det er uansett viktig både ved jaktsalg og utleie, at man ikke lover mer enn man kan holde. Misfornøyde kunder kommer hverken igjen eller anbefaler jakten til andre jegere.

Vilttetthet og jaktutbytte

Hva som er «normal» vilttetthet er vanskelig å tallfeste. Sett elg/hjort-skjemaene som blir fylt ut i forbindelse med jakten viser antall dyr som blir sett pr. jaktdagsverk. Dette kan gi en viss indikasjon på bestandstettheten, men er best egnet til å se forandringer i bestandsutviklingen.

Tall fra områder i Hedmark med «normal» tetthet med elg, viste følgende:

Det ble sett 0,5-0,7 elg pr. jeger og jaktdag (dagsverk).

Det ble felt 0,06-0,12 elg pr. dagsverk. Det vil med andre ord si at hver 8. elg som blir sett, blir felt, og at det lå 12 dagsverk bak hver felte elg.

Storvilt 60 930 elgjegere felte 31 613 elg

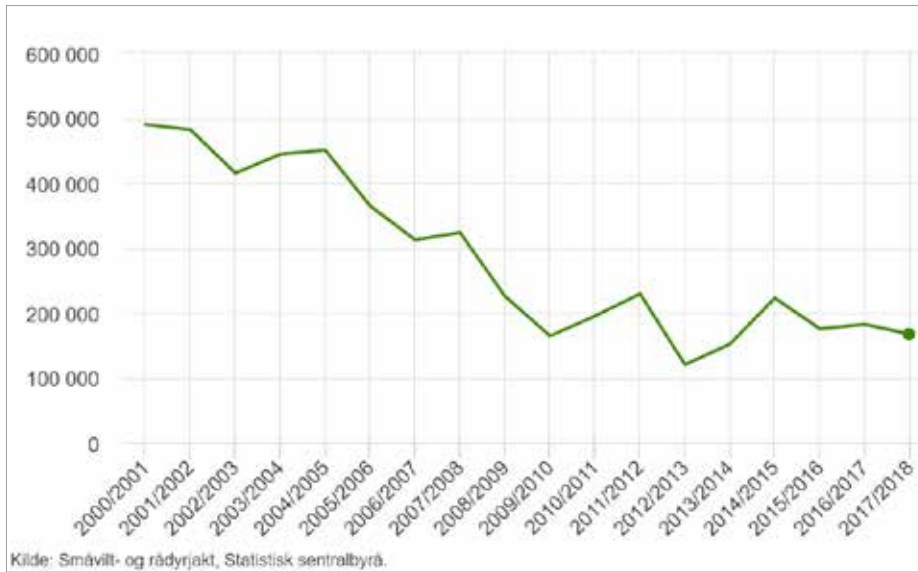
48 220 hjortegjere felte 42 541 hjort

43 010 rådyrgjere felte 33 280 rådyr

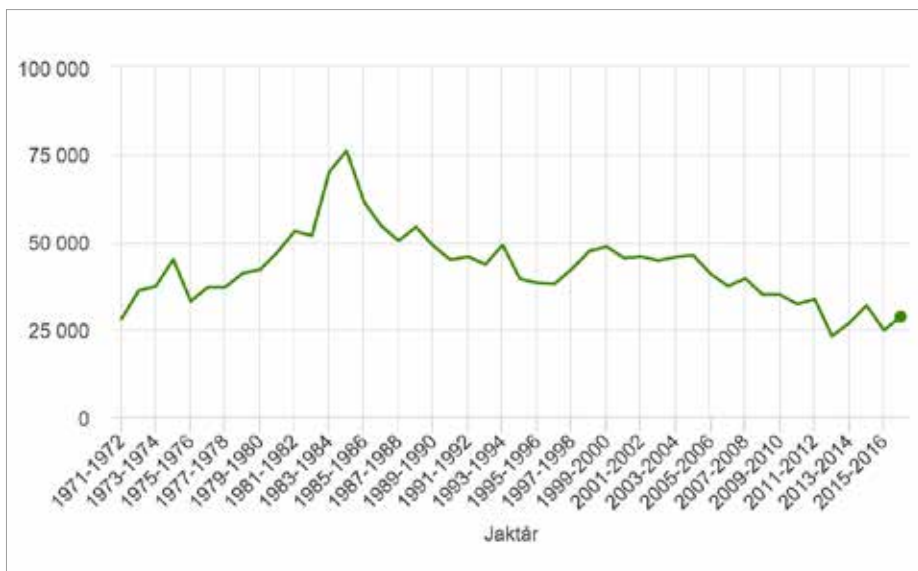
9 920 villreinjegere felte 4 156 rein

Småvilt

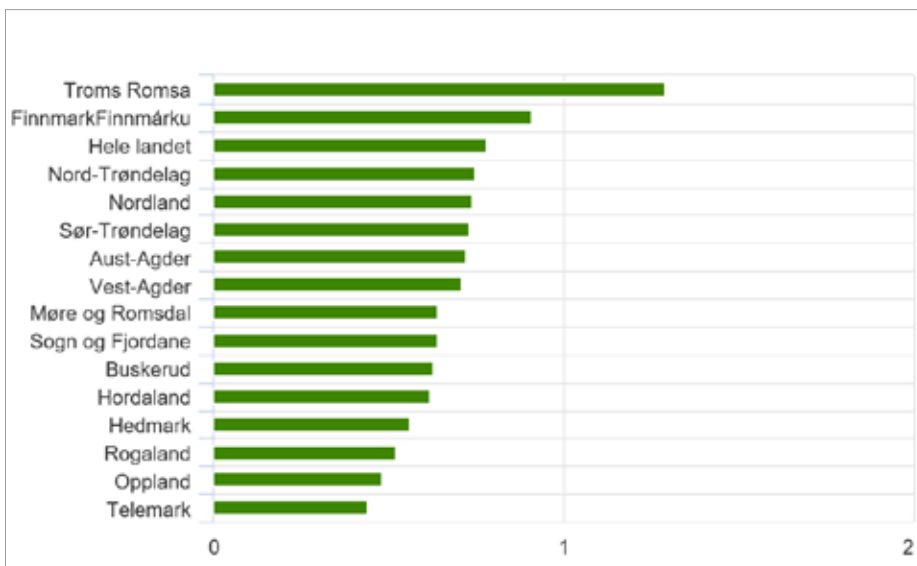
Statistisk sentralbyrå har sett på utbyttet av rypejakten.



Antall felte ryper har blitt halvert siden 2000.



Antall jegere med utbytte fra rypejakta. Nesten halvparten av rypejegerne feller ingen ryper.



Antall skutte ryper per jakt dag 2016/2017. I snitt skyter de av rypejegerne som feller rype, knapt ei rype om dagen.

Vilttettheter ved tilrettelagt jakt

Dersom man er interessert i å selge jakt med større tilretteleggingsgrad, er det noen forutsetninger man må tenke nøye igjennom.

En må vurdere om terrenget man disponerer inneholder aktuelt jaktvilt av en slik kvantitet og kvalitet at et arrangement under normale omstendigheter kan gi et akseptabelt resultat. Det går f.eks. ikke an å satse på et opplegg med troféjakt på råbukk selv om man har sett en medaljeråbukk på terrenget, men som aldri viser seg igjen under jaktseasonen.

Terrenget bør være slik at det inneholder en rimelig del av den bestanden av det viltslaget man har tenkt å selge under den aktuelle utleieperioden. Eksempelvis er det betenkelig å selge tilrettelagt villreinjakt på Hardangervidda i områder hvor det er mulighet for at det ikke finnes villrein under den perioden som jakten varer. Med mindre man på forhånd har opplyst om en slik risiko og kanskje også kan tilby ytterligere jakt på et senere tidspunkt.

Tilrettelagt jakt er når utleier tilbyr jakt med en tilretteleggingsgrad utover hva som er vanlig for norske jegere. Leier man ut et terreng hvor et jaktlag kan felle fem rådyr og bo i ei koie under jakten, er dette vanlig jaktutleie. Tilbyr man samme terrenget, men med kjentmann i en halv dag, funksjonelle jakttårn, viltakere, vinterføring og aktiv rev- og gaupejakt, er man over i den tilrettelagte jaktkategorien. Eksklusiv jakt vil si jaktutleie med høy tilretteleggingsgrad hvor det bare er jaktgjestene som skyter.

Det er vanskelig å tallfeste hva som er akseptabelt resultat ved tilrettelagt jakt. Det er likevel forsøkt gjort slik at kursdeltagerne skal få en oppfatning av hva som kreves av terreng og arrangement for å kunne tilby jakt utover det vanlige. Det er få, om

noen steder i Norge, som har tette bestander av mange av de jaktbare artene, men dersom man disponerer et terreng som huser en viltbestand av bra kvalitet, er det viktig at man er klar over det når man skal fastsette prisen. Har man et terreng med stor rådyrbestand, men middels med elg, vil et tilrettelagt jaktopplegg kunne gjøres på rådyr, mens man leier ut elgjakten på vanlig måte.

Her følger vilttettheter og resultater ved tilrettelagt jakt, som under normale omstendigheter og med mindre man har avtalt noe spesielt, vil være akseptable.

Elg

Minimumsprinsippet bør være en kvote på én elg/gjestjeger, men helst bør terrenget være så stort at hver gjest kan ha mulighet for å felle en okse. Hunndyr og kalver kan aldri erstatte en troféokse. En todagers eksklusiv løshundjakt (kombinert med poster) med 8 gjester bør resultere i 4-6 felte elg. En todagers eksklusiv drivjakt med 8 gjester bør resultere i 5-10 felte elg eller bra skuddsjanser som en normaljeger kan omsette i felt vilt. En todagers eksklusiv elgjakt med 8 gjester krever ca. 20 000 - 30 000 daa elgterreng. En femdagers tilrettelagt elgjakt med 2-4 gjestjeger bør helst resultere i minst 5 felte elg, hvorav gjestjegerne bør ha skutt eller hatt skuddsjanse på minst en tredjedel.

Villrein

Troféjakt på villrein bør foregå i de villreinområdene som har storbukker med bra gevir. En femdagers jakt bør normalt resultere i en felt storbukk, helst av medaljekvalitet. Villreinjakt på mindre dyr bør resultere i 2-3 felte dyr eller skuddsjanser pr. jeger/uke.



*Med «feil» vindretning og manglende overgangsavtaler kan enkelte villreinterreng oppfattes som ganske «tomme».
Foto: Ted Karlsson*

Hjort

Ved troféjakt bør en gjest under en fem-dagers jakt ha minst én bra skuddsjanse som normalt skal resultere i en felt voksen bukk. Eksklusiv drivjakt med 8 gjester i tre dager bør resultere i 5-8 felte hjort eller bra skuddsjanser.

Rådyr

Postering/smygjakt bør under en tredagers eksklusiv jakt resultere i (seks jakttilfeller) 2-3 felte bukker/jeger eller bra skuddsjanser. En av bukkene bør være en eldre bukk med, etter norske forhold, bra gevir.

Skogsfugl

Med stående hund bør man ha minst 10 skikkelige fuglekontakter/dag. Med treskjeller bør en ha minst 3-4 lange loser/dag. Under toppjakt bør man ha minst 3 skikkelige tiur- eller orrhane-kontakter/dag.

Rype

Med stående hund bør man ha minst 7 skikkelige fuglekontakter/dag.

Due

En vel forberedt jakt med lokkefugl bør gi minst 10 skuddsjanser ved hvert jakttilfelle (morgen eller ettermiddag).

And

Jakt med lokkefugl bør gi minst 10 skuddsjanser/dag (morgen og kveld).

Gås

Jakt med lokkefugl bør resultere i minst 20 bra skuddsjanser.

Bever

Posteringsjakt bør under en tredagers jakt resultere i minst 2 bra skuddsjanser/gjest.

Hare

Jakt med drivende hund bør resultere i minst én bra skuddsjanse/dag og gjest.



Villrein, storbuk med gevir av medaljekvalitet.



En norsk kronhjort skutt av jaktgjest under drivjakt.



Hva er et bra resultat?

Denne oversikten over «normalresultat» ved tilrettelagt jakt er selvsagt veldig subjektiv. En mislykket jakt kan kompenseres av et spesielt felt vilt eller at været har vært strålende. Det avhenger mye av jegergruppen, norske jegere er vant til magrere resultat enn utenlandske. At det felles vilt er imidlertid en viktig sak for de fleste av jegerne, og det er også det de har forventet. Jakt handler også om å ha marginene på sin side.

Man skal også ha klart for seg at det er vanskelig å selge eksklusiv jakt samtidig som man har strenge regler for hva som kan felles. Lager man strenge avskytningsregler kan det resultere i to ting. Gjestene skyter ikke, for de er redd for å gjøre feil. Om de skyter og feller feil dyr, f.eks. en 8-taggers elgokse når de mellom 7 og 13 tagger er fredet, vil det som kunne vært en fin jaktopplevelse, bare bli negativt. Er avskytingen strengt regulert, bør gjesten guides hele tiden, slik at det er guiden som gir klarsignal om viltet er skytbart. Tar guiden feil skal det selvsagt ikke belastes gjesten.

Man skal også kalkulere med at kjøttødeleggelsen kan bli større når man har jaktgjester ved hjorte- viltjakt. Ikke bare ved drivjaktene, men også posteringsjakt. Grunnen til dette er flere. Troféet er det viktigste, og jegere i land utenom Norden er ikke så opptatt av kjøttødeleggelse som vi er. For å motvirke dette kan man innføre erstatninger for



Ved andejakt er det viktig at man har med appporterende hunder.

spesielt store kjøttødeleggelse og skadeskytinger, i hvert fall under smyg og posteringsjakt. Under drivjakter hvor gjestene ofte får skuddsjanser på dyr i bevegelse, vil slike erstatninger kunne føre til at det blir felt mindre vilt.

Rypebestandene varierer fra år til år og vanskeliggjør salget av tilrettelagt jakt.



Markedet

Leietakeren og gjestjegeren

De fleste som leier tradisjonell jakt i Norge, er norske jegere, og slik kommer det til å bli i fremtiden også. Det man i den forbindelse kan se som en forandring, er at flere norske jegere tar jegerprøven i «etablert» alder. Disse har større betalingsevne og -vilje enn yngre førstegangsjegere, og kan være interessert i jakt med opplæring og/eller tilretteleggelse ut over vanlig standard. Gjestsjegeren som i dette kurset er å betrakte som den jegeren som kjøper et mer eller mindre tilrettelagt jaktopplegg, blir av mange oppfattet som en utenlandsk jeger. En bør imidlertid huske på at kun 1 % av de som løser den norske jegeravgiften årlig, er utlendinger. Det største markedet er med andre ord blant norske jegere, også for tilrettelagte opplegg.

Jegerkategorier

Jegerne kan deles opp i følgende kategorier (det finnes glidende overganger):

Den tradisjonelle jegeren

Disse jegerne er selvhjulpne og ønsker ikke noen form for guiding. Vil betale minst mulig og kjøper derfor det billigste alternativet f.eks. kort på en villreinkalv. Bor i telt, campingvogn eller den rimeligste koia. Krever liten innsats fra utleier.

Eksempel: Norske eller svenske jegere med venner eller familie som kjøper et ukeskort i et kortområde for småvilt, eller et norsk elgjaktlag som leier en elgrett med koie.



Dansk gjestsjeger (t.h.) på løshundjakt i Trysil.

Den enkle gjestsjegeren

Den enkle gjestsjegeren vil ha det litt mere tilrettelagt, men ønsker heller en kjentmann i et par dager enn full guiding. Er prisbevisst og ønsker ikke å felle store dyr, dersom trofé/ fellingsavgifter er høye. Ordner maten selv, eller kjøper middag fra utleier eller annet serveringssted.

Eksempel: En gjeng danske jegere med eller uten reisefølge som har kjøpt en firedagers råbukkjakt av en jaktarrangør. Gjestsjegeren i et norsk elgjaktlag. Beverjegere med startguiding.

Troféjegeren

Krever guiding hele tiden og bor med full pensjon på hotell eller i husvære av bra standard. Avslutter jakten da trofeet er nedlagt. Trofébevisstheten er økende også hos nordmenn, spesielt blant dem som har jaktet en del i utlandet.

Eksempel: Tyske jegere med god økonomi som vil ha et stort elg- eller villreingevir på veggen eller en gammeltiur på peishylla.

Opplevelsesjegeren

Invitert som forretningsforbindelse av et firma som står for betalingen. Full pensjon i husvære av bra standard. Høy servicegrad preger arrangementet. Veldig vanlig i utlandet, men arrangeres også i Norge. Et lite, men spennende marked for grunneiere som er interesserte i å satse på å kunne tilby et jaktarrangement av stor tilretteleggingsgrad og høy kvalitet for kunder med stor betalingsvillighet.

Eksempel: Et norsk firma kjøper en tredagers elgjakt og inviterer med ledelsen i firmaet og forretningsforbindelser. De bor på gården eller i hytte av høy standard med full forpleining.

Eventyrjegeren

Vil jakte under strabasiøse forhold i forbindelse med et overlevelsesarrangement. Det er en liten gruppe, men kan være interessert i jakt med fysiske anstrengelser under barske forhold som ingen andre kundegrupper vil kjøpe.

Eksempel: Norske jegere med på fjellrypejakt i februar eller seljakt på de ytterste skjær. Toppjakt på skogsfugl i desember.

De ulike nasjonaliteter

Norge

I alt var 501 000 nordmenn oppført i Jegerregisteret ved utgangen av jaktåret 2017/2018. Disse fordelte seg på 431 000 menn og 70 000 kvinner. For 15 år siden var 371 000 nordmenn oppført i Jegerregisteret, og kvinneandelen var litt over 8 prosent. I løpet av denne perioden er antallet kvinner blitt mer enn fordoblet, mens antallet menn har økt med 27 prosent.

Totalt betalte 202 299 nordmenn jegeravgiften 2017/18, fordelt på 184 573 menn og 17 726 kvinner.

Jegerregisteret pr. fylke

2017-2018	Registrerte personer			Betalt jegeravgift		
	I alt	Menn	Kvinner	I alt	Menn	Kvinner
Østfold	22 916	20 353	2 563	9 632	8 950	682
Akershus	46 403	39 633	6 770	19 241	17 525	1 716
Oslo	35 400	29 497	5 903	12 759	11 451	1 308
Hedmark	30 642	25 251	5 391	13 668	12 145	1 523
Oppland	24 956	21 075	3 881	10 682	9 651	1 031
Buskerud	23 967	20 591	3 376	10 241	9 318	923
Vestfold	16 785	14 731	2 054	7 114	6 617	497
Telemark	19 442	16 700	2 742	8 708	7 930	778
Aust-Agder	13 757	12 048	1 709	5 887	5 467	420
Vest-Agder	18 737	16 892	1 845	7 672	7 212	460
Rogaland	28 840	26 249	2 591	9 890	9 395	495
Hordaland	35 056	31 158	3 898	13 015	12 205	810
Sogn og Fjordane	15 267	13 625	1 642	6 968	6 458	510
Møre og Romsdal	25 825	22 929	2 896	10 223	9 475	748
Trøndelag	69 416	58 122	11 294	27 841	25 105	2 736
Nordland	32 178	27 425	4 753	12 772	11 584	1 188
Troms - Romsa	22 025	18 544	3 481	9 510	8 490	1 020
Finmark - Finnmarku	13 667	11 038	2 629	5 819	5 004	815
Svalbard	291	184	107	63	50	13
Nordmenn bosatt i utlandet	6 281	5 430	851	594	541	53

Kun en prosent av de som jakter i Norge er utenlandske.



Utlandet

2 127 utenlandske jegere betalte jegeravgift i Norge i 2017/18. Utenlandske jegere utgjør dermed ca. én (1) % av de som løste jegeravgift det året.

Disse fordelte seg på følgende nasjonaliteter:

Betalt jegeravgift 2017-2018	
Alle land	2 127
Danmark	841
Sverige	514
Tyskland	294
Finland	132
Italia	60
Storbritannia	50
Nederland	47
USA	29
Østerrike	21
Polen	20
Litauen	12
Sveits	13
Spania	8
Latvia	3
Luxembourg	2



I løpet av de siste 15 årene er antallet norske kvinner som jakter blitt mer enn fordoblet og de utgjør i dag nesten 18 000.



Karakteristikker av jegere

Norge

Norske jegere kjenner landet, klimaet og viltartene. De kan også stort sett kle seg for høyfjellsjakt og er allment i bra kondisjon. Ingen språkproblemer ved eventuelt guiding. Det er greit at de som skal jakte alene, har GPS og bra kart med terrenggrensene inntegnet og gjerne en bra veiledning i slakting, dersom de er nybegynnere på storviltjakt (spesielt gjelder dette villreinjakt).

Noen av de som kjøper tilrettelagte jaktarrangement inviterer med venner og forretningsforbindelser, så en må regne med at enkelte av de innbudte gjestene er rimelig «grønne». En bør derfor prioritere at disse guides det meste av tiden.

Tenk spesielt på sikkerheten både for folk og ikke minst jakthundene.

Danmark

Danske jegere er ofte kontinentalt preget, og mange har aldri sett en levende villrein eller elg før. Språkproblemer kan også oppstå, særlig ved spesialuttrykk. Dersom de skal jakte uten guide, er det derfor viktig at en er sikker på at de har forstått avskytningsreglene og sikkerhetsbestemmelsene. Den danske alkoholtradisjonen i forbindelse med jakt er annerledes enn den norske, så det må avklares på forhånd slik at det ikke oppstår pinlige episoder. Forvent heller ikke at alle danske jegere er like terrenggående som nordmenn og svensker. Dansk jegereksamen kreves for å løse norsk jegeravgift.



Ikke alle danske jegere er like terrenggående, men det finnes unntak.

Sverige

Svenske jegere skiller seg ikke så mye fra norske, med unntak av svensker sørfra som ikke er vant

til snaufjellet og veiløst terreng. En bør huske på at svenske jakthunder ikke er vant til sau i utmarka. Språkproblemene er ikke så store, men enkelte jaktfaglige ord er det greit å kunne. Om de ikke vil kjøpe en full guidepakke, bør en overtale dem til å leie en kjentmann i hvert fall én dag. Svenskene er heller ikke vant til at vi stort sett ikke har noen restriksjoner for jakt i dårlig lys.

Svensk jegereksamen eller kvittering for løst jaktkort, kreves for å løse norsk jegeravgift.

Tyskland

Tyske jegere er ganske ofte i heller dårlig kondisjon, og de har også andre drikketradisjoner i forbindelse med jakten enn nordmenn. Språkproblemer kan oppstå hvis de kun snakker tysk. Dette må løses på forhånd, enten ved at en tyskspråklig guide er med, eller at instruksjonene omkring jakten og oppholdet er skrevet på tysk. Tyske jegere er fra sitt hjemland vant til strenge avskytningsregler, og det er viktig at de blir kjent med at det eksisterer regler i Norge også, slik at de ikke blir fristet til «å få skyte fra seg» under jakten. De har stor respekt for felt vilt, og har en del ritualer i forbindelse med dette og jakten generelt, som bør respekteres. Tysk jegereksamen kreves for å løse norsk jegeravgift.

Østerrike

Her gjelder stort sett det samme som for tyske jegere.

Nederland

Nederlandske jegere har «et godt rykte» og kan ofte oppfattes som litt danske og litt tyske, i positivt fortegn.

USA

Amerikanske jegere kan være veldig erfarne, men det kan også komme nybegynnere som bare har spaserert inn i en jaktforretning og kjøpt all utrustning like før jaktturen. Når det gjelder språkkunnskaper, bør skoleengelsken utvides med diverse jaktuttrykk. I USA er det i mange stater påbudt med rød/oransje, nesten selvløsende overdel på jaktantrekket, for av tradisjon er mange amerikanere «trigger happy». Stående skyting på vilt i bevegelse på 400 meter er ikke uvanlig, og ettersøk er et ukjent begrep. En bør med andre ord helst ikke slippe løs en amerikansk jeger uten guide. I USA finnes det stort sett ingen jegereksamen, selv om enkelte delstater har en «gun safety training». Foruten eventuell jegereksamen, er kopi av jaktkort eller attest fra en



jaktforening eller viltmyndighet, tilstrekkelig for at vedkommende kan løse jegeravgift i Norge.

England/Skottland

Vi kan selvfølgelig aldri konkurrere med engelskmenn eller skotter om store fasanklappjakter eller lignende klapp- og drivjaktarrangement på for eksempel rype.

De britiske jegerne som er aktuelle for det norske markedet, er de som vil oppleve nye jaktformer, gjerne med en viss fysisk anstrengelse og i god sportsånd.

Størrelsen på troféer er ofte av mindre betydning, da det er opplevelsen som kommer i første hånd. Der som den potensielle gjesten ikke har vært på jakt i utlandet før, er det viktig at vedkommende får god tid på seg til å ordne en utførselstillatelse på sitt våpen. Et alternativ kan være å låne ut våpen i Norge. Dette vil også eliminere problemet med at mange britiske jegere bruker kaliber .243 Winchester på hjort, noe

som ikke er tillatt i Norge. Det finnes ingen obligatorisk jegereksamen i England, men visse frivillige kurs blir arrangert av ulike spesialorganisasjoner. Den britiske sprittradisjonen er også mye mere liberal enn den norske.

Frankrike, Spania, Italia og andre «sydlige land»

Jegere fra disse land har ofte en helt annen innstilling til sikkerheten ved jakt og respekt for avskytningsregler, enn nordmenn. Mange har også et helt annet temperament enn vi er vant til, og det er ikke alltid en like positiv opplevelse. Alkoholanene er også helt forskjellige fra våre. En skal være forsiktig med å dra alle over en kam, for selvfølgelig finnes det mange trivelige og dyktige jegere fra disse land, men som grunnregel bør en ha følgende: De bør følges under alle former for jakt av guider som har stor rutine.



Skotsk jeger i tradisjonelt jaktantrekk i tweed.



Jaktgjester fra «sydlige land» bør guides hele tiden.

Organisering

Den gjennomsnittlige private landbrukseiendom i Norge har et utmarksareal på ca. 500 daa. Det er derfor behov for at grunneiere organiserer seg i utmarkslag og lignende for å få større driftsenheter for forvaltning av vilt, fiske og andre utmarksressurser. Organisering av utmarkslag er nødvendig de fleste steder og vil gi en bedre samlet ressursutnyttelse enn når den enkelte eiendom alene forvalter ressursene i utmarka.

Fordelene ved organisering i utmarkslag med tanke på jakten er flere:

- For hjorteviltartene er det en klar sammenheng ved at større vald gir høyere fellingsprosent.
- Større vald (driftsenheter) muliggjør en optimal og biologisk riktig beskatning og bedre økonomisk utbytte.
- Større jaktområder med høyere fellingsprosent vil dempe skadepresset fra hjortevilt i jord- og skogbruksnæringen. Det gir økt mulighet til å felle dyr som gjør særlig stor skade.
- Større jaktområder, sammenslåinger av vald og samarbeid av flere vald i bestandsplanområder gir muligheter til å få godkjente bestands- og avskyttingsplaner som gir grunneiere større mulighet til en fleksibel beskatning av hjorteviltbestandene.
- Utmarkslaget gir grunnlag for å få til samordnede småviltjaktordninger. Det kan

legges opp til forskjellige jaktordninger for både grunneiere, bygdefolk og utenbygdsboende.

- Utmarkslagene har en viktig oppgave når det gjelder oppsyn. Et kombinert jakt- og fiskeoppsyn, eventuelt samordnet med et annet oppsyn, f.eks. husdyr på beite, er hensiktsmessig i mange områder.

Organisering for felles utnyttelse av utmarka har pågått helt siden grunneieren fikk eneretten til jakt i 1899, men først etter at jaktloven av 1951 ble vedtatt, fikk det noe særlig omfang. De fleste utmarkslag er dannet på frivillig grunnlag ved at grunneierne har følt behov for samarbeid om utnyttelsen av utmarka. Men både viltloven, laks- og innlandsfiskeoven og sameieloven har lovregler som muliggjør at et flertall av grunneierne kan tvinge et uvillig mindretall av grunneierne inn i laget når dette er nødvendig for å få en samordnet forvaltning av utmarksressursene. Det organiseres utmarkslag både i områder med eneeiere, i sameier og når det er blanding av eneeiere og sameier. Organisasjonsopplegg og vedtekter er vanligvis de samme, uavhengig av eierforhold.

Oftest organiseres laget slik at grunneierne og rettighetshaverne inngår et forpliktende samarbeid i et andelslag med begrenset ansvar.

Lagene har vekslende medlemstall og kapital. Når eneeide eiendommer går sammen, blir vanligvis utmarksarealet lagt til grunn. Der et sameie går inn i et utmarkslag, opptrer sameiet som en enhet, på

For hjorteviltartene vil som regel større vald gi en høyere fellingsprosent.



linje med eneeide eiendommer. Hensikten med å danne et andelslag, er som regel for å skaffe medlemmene fordeler gjennom deres forbindelse med laget.

Det kan ofte være tvil om hvem som bør være med i laget. Hensikten med å sette en nedre grense for arealer som kan være medlemmer i laget, er å hindre at hyttetomter o.l. blir medlemmer. Dersom slike små arealer er viktige for forvaltningen av utmarksressursene i området, bør de allikevel tas med som medlemmer i laget. I sameier der mindre eiendommer har en andel av grunnen i sameiet og således jakt- og fiskerett, må de tas med som medlemmer i laget. I en del områder er det naturlig at rettighetshavere blir med i laget, når de er eiere av jakt-, fiske- eller beiteretter som tidligere er fraskilt grunnen. Grunneiere i området som skal organiseres, melder inn sine utmarksrettigheter i laget på grunnlag av lagets vedtekter. Vedtektene er lagets lov og klargjør hva samarbeidet omfatter. Laget disponerer og omsetter normalt utmarksproduktene og fordeler overskuddet på medlemmene. Skal utmarkslaget ha mulighet til å utrette noe, er det nødvendig at vedtektene gir årsmøtet mulighet til å fatte vedtak som forplikter medlemmene. For en del utmarkslag vil de eksisterende vedtektene kunne legge hinder i veien for de grunneierne som ønsker å satse mere på utnyttelsen av utmarka enn resten av medlemmene. Første skritt vil derfor være å få gjennomført vedtektsendringer i laget.

Når nye vedtekter skal vedtas eller et nytt utmarkslag dannes, bør vedtektene være slik utformet at de gir rom for økt satsning på jaktutleie for de av grunneierne som ønsker det, selv om flertallet i laget ikke er interessert i det.

Regler om jakten skal ikke vedtektsfestes, da det gjør det for komplisert å forandre dem. Det bør for eksempel ikke være nødvendig å måtte foreta en vedtektsendring for å kunne heve prisen på småviltkort. Styret i utmarkslaget kan utarbeide forslag til eksempelvis jaktregler som vedtas på et senere møte i laget og som kan endres når styret og årsmøtet mener det er nødvendig. Reglene må tilpasses lokale forhold, men følgende bør vurderes under utformingen

Regler for småviltjakt

- medlemmenes småviltjakt på egen eiendom og i lagets område
- eventuelt salg av jaktkort eller utleie til andre og regler for slik jakt
- venner, familie og bygdefolks småviltjakt
- priser på utleie/jaktkort
- hovedregler for eventuelle viltstelltiltak
- arbeidsoppgaver i forbindelse med småviltjakten



Da småviltbestandene kan variere fra år til år, må også reglene for jaktutøvelsen kunne tilpasses sesongen.

Regler for storviltjakt

- medlemmenes deltakelse i storviltjakten
- regler for fordeling av fellingstillatelser
- regler for fordeling av inntekter og kjøtt
- regler om grunneierne skal jakte eller om jakten skal leies ut
- i tilfelle medlemmene jakter selv, må det være regler om andre enn grunneier kan delta i jakten (familie, venner eller andre)
- eventuelt samarbeid med andre jaktlag/ vald
- valdansvarlig/jaktleders eller andres arbeidsoppgaver og ansvar for søknad om fellings-tillatelse og ansvar for jakten
- regler om eventuelle viltstelltiltak

Noe av det viktigste å tenke på for den eller de som ønsker en forandring i det eksisterende jakt-utleie-opplegget, er at en bør gå forsiktig frem og utvise en stor grad av diplomati, når en er avhengig av flertallsbeslutninger. Foreslå kun små endringer i starten og henvis til eksempler fra andre steder hvor den type av jaktutleie fungerer. Et sted å starte kan f.eks. være dersom en del av de andre rettighetshaverne synes det tar mye tid å felle elgkvoten. Da kan man foreslå at man kunne leie ut de siste tre dyrene i den siste jaktperioden. Men husk at jaktutleie på slutten av jakten som regel er et dårligere produkt enn i starten og at man uansett må ha igjen dyr til siste perioden, dersom det skal være aktuelt å leie ut. Andre ting man kan foreslå i starten, er en eller to gjestjegere på et etablert jaktlag, eller at jaktperioden blir delt i to og leid ut til to jaktlag som begge betaler en grunnavgift i tillegg til eventuelle fellingsavgifter.

For grunneiere som selv har arealer store nok for utleie, er det viktig å tenke på at store forandringer

i utleievirksomheten kan føre til sterke reaksjoner i lokalmiljøet. Dersom det er ansatte eller lokale jegere som har hatt fortrinnsrett til jakt på eiendommen, vil disse selvsagt reagere svært negativt om all jakten leies ut til en vesentlig høyere pris til utenbygds eller utlendinger. Skal en øke omsetningen på jaktutleien, er det som regel mest hensiktsmessig å starte i det små og se utviklingen i et flere års perspektiv. Man kan ta ut deler av arealet og selge jakten til en høyere pris der, mens ansatte eller lokale får beholde sine muligheter på deler av arealet med eventuelle mindre prisøkninger. Dersom en skal øke tilretteleggingen av jaktprodukter på deler av arealet, vil det også være en fordel å kunne benytte seg av lokale leietagere/jegere som er kjente i terrenget. Når disse blir involvert i arrangementene, vil også aksepten øke. Avlønning av medhjelperne kan gjøres både i ren lønn, men også i form av rimeligere jaktleie eller andre jaktlige fordeler.

Ved økt tilrettelegging av jaktprodukter vil det være en fordel å kunne benytte seg av lokale leietagere/jegere som er kjent i terrenget.



Produktutvikling

Husvære

Man behøver ikke ha en høystandard hytte for å innlosjere gjestjegere. Det kommer selvsagt an på hvilken type gjester det er snakk om. For enkelte produkter kan det være aktuelt med lavvo, mens andre produkter fordrer standard opp mot hotell. Kan man ikke tilby den standard som gjesten ønsker, må man gjøre avtaler med lokale overnattingssteder, da det er en fordel å bo så nærme jaktterrenget som mulig. Flertallet av jaktgjestene vil ønske å bo i jaktterrenget, og det er en stor fordel å kunne tilby det, ikke minst økonomisk sett for utleier.

De fleste jaktgjester vil være fornøyd med koie eller hytte av enkel standard, bare de er informert om det på forhånd. Det er en stor praktisk fordel om det går bilvei frem til koia eller hytta.

Den som vil sette i stand koier eller hytter av enkel standard for utleie, bør tenke på at helheten blir «villmarkspreget» tvers gjennom. Det vil høyne opplevelsesverdien, ikke minst for utenlandske gjester.

Det er viktig å tenke på at:

- hytta skal være bra vedlikeholdt. Den skal ikke bære preg av at ting henger og slenger. Alt skal være helt og se bra ut
- hele innredningen og det utvendige skal være enkelt og funksjonelt og passe godt inn i skog- eller fjellmiljøet. Man har ikke plaststoler og respatexbord inne i ei tømmerhytte med torvtak
- utedo og brønn duger om resten av hytta holder samme stilen
- vedfyrte badstue er alltid ettertraktet
- det skal finnes gode tørkemuligheter for klær og støvler (en badstue er ypperlig også til klestørk)
- kjøleskap og gode kokemuligheter bør finnes. Er hytta uten strøm bør det være kjøleskap og ovn som går på propan
- i tillegg skal det være gode vedovner og helst en peis på hytta
- hytta skal ellers inneholde utrustning som rekker til det antall gjester som skal bo der
- hytta skal være rengjort før gjestene ankommer
- brannvarsler skal være i drift



Det bør finnes muligheter for å tørke klær i koia.

De ulike gjestjegere

(se beskrivelse under Markedet, Jegerkategorier)

1. den tradisjonelle jegeren
2. den enkle gjestjegeren
3. troféjegeren
4. opplevelsesjegeren
5. eventyrjegeren

Ulike overnattingskategorier for jaktgjester

Lavvo (telt)

Enkel teltkonstruksjon opprinnelig brukt av flytt-samer. Kan enkelt flyttes og de mindre modellene med nylonduk kan også greit bæres. En bør ha ovn i lavvoen, ellers kan røyken fra et åpent bål redusere trivselen. Eldre militærtelt vil også gjøre samme nytte. Aktuelt for gjestjegere av kategori: 1+2+5.

Koie

Jaktkoie med vedfyring og eventuelt propan for matlaging og parafinlamper. Vanligvis finnes det koier på de fleste terrenger, og med litt enkel oppussing og vedlikehold vil de tilfredsstillende mange jegeres behov. Aktuelt for gjestjegere av kategori: 1+2+5



Hytte

Hytter finnes i mange ulike standarder, med og uten strøm, innlagt vann og klosett. Beliggenheten har mest å si for jaktgjestene, og mange setter pris på enkel standard som vedfyring, propan til matlaging og parafin eller solcellepanel for belysning. Enkelte jegere vil gjerne leie hytter med høyest mulig standard, og da bør utleieprisene også være deretter. Avhengig av standarden på hytta, vil hytte være aktuelt for gjestjegere av kategori: 1+2+3+4.



Beliggenheten har stor betydning for jakthytta.

Hus

Bolighus som ikke er bebodd, kan bli aktuelle i jaktutleiesammenheng. Det er viktig at huset da holder boligstandard, og at man prøver ved hjelp av innredning, bilder og troféer å skape et visst jaktmiljø i huset, slik at det til en viss grad skiller seg fra et vanlig bolighus. Aktuelt for gjestjegere av kategori: 2+3+4.



Avsidesliggende fjellgårder kan være aktuelle å innlosjere gjestjegere i, men er de veiløse skaper det utfordringer.

Gård

På en del gårder finnes det innlosjeringsmuligheter som kan være et aktuelt og attraktivt alternativ.

Har gården i tillegg gamle jakttradisjoner, vil oppholdet kunne gi en meget fin ramme rundt et jaktarrangement. Finnes det også muligheter til å kunne tilby full pensjon, vil også inntektene og sysselsettingen øke. Aktuelt for gjestjegere av kategori: 2+3+4.

Pensjonat

Det finnes ulike pensjonat som kan tilby rimelig overnatting, spesielt om høsten da det kan være lavsesong. Det bør ikke ligge for langt unna jaktterrenget, slik at mye av døgnet går med til bilkjøring. Aktuelt for gjestjegere av kategori: 2+3+4.

Hotell

Hotell er selvsagt greie overnattingssteder, men de fleste hoteller er like og vil neppe gi jaktgjesten noen spesielle minner. Ligger dessuten hotellet i bymiljø, bør det være ytterst begrenset med andre boalternativer før jaktgjesten innkvarteres der. Dersom det finnes hotell med særpreg, bør en velge et slikt. Ved enkelte tilfeller kan det være et ønske fra jaktgjestene å bo på hotell, så en bør undersøke prisene i det aktuelle tidsrommet slik at en kan oppgi dette på forespørsel. Aktuelt for gjestjegere av kategori: 3+4.

Jaktterrene

Avhengig av tilretteleggingsgraden av jaktutleieproduktet, vil det være nødvendig med forberedelse av terrengene. Selv for terreng som man ikke skal gjøre noe spesielt med, er det et minimum at man har tegnet dem inn på kart. Det er viktig at grensene er lette og oversiktlige som f.eks. at de går i veier, elver, bekker eller vann. Alle som leier jakt, bør få med et kart som viser jaktgrenser, veier med og uten bom, hytter/koier og eventuell annen viktig informasjon. Kart i målestokk 1:50 000 er greit, og med digitaliserte kart kan en legge inn relevant informasjon med tanke på jaktutøvelse. Slike kart kan også overføres til gjestenes GPS.

Ved utleie til tradisjonelle norske jaktlag, er det mest vanlig at leietakerne står for forberedelsene av sine terreng, men utleier bør være behjelpelig med å skaffe saltsteiner (når de blir lovlig å sette ut igjen til vilt), materialer til jaktårn o.l. Vedlikehold av hytte/koie kan utføres av leietakerne og inngå som en del av avtalen. Skal utleier stå for vedlikeholdet (og innkjøp av saltsteiner og jaktårnmaterialer o.l.) må en huske på å ta det med i avtalen/kontrakten, og at en tar seg tilstrekkelig betalt for dette. Når en setter opp jaktårn





Ved utleie til tradisjonelle norske jaktlag, er det mest vanlig at leietakerne står for forberedelsene av sine terreng.

krever dette byggeomelding til kommunen. Enkelte kommuner krever byggesøknad om jakttårnet skal stå lenger enn tre måneder.

Dersom man vil forsøke å selge jakt med høyere tilretteleggingsgrad, bør man huske på at det krever en del innsats, som også skal gi seg utslag i prisen på produktet. Er forberedelsene omfattende og dyre, må produktet også prises høyt dersom det skal være muligheter for inntjening, men det er like viktig å tenke på at om forberedelsene er små eller ingen, bør også prisene ligge i det lavere sjiktet.

Dersom utleier selv skal forberede et jaktterreng for tilrettelagt jakt bør en huske på følgende:

- Det bør ikke finnes andre jegere i samme terreng. Ved villreinjakt er dette vanskelig, men en må da prøve å unngå de mest jegerfestede områdene. Det er viktig at terrenget ikke oversvømmes av bær- og sopplukkere eller turgåere. Dette kan vanskeliggjøre salg av jakt i enkelte perioder og i helger.
- Jakttårnene skal være enkle å finne (godt merkede) og funksjonelle, slik at de er greie å komme opp i, står stødig og gir bra oversikt og anlegg for geværet. Skal guiden sitte i samme tårn, f.eks. ved lokkejakt, må det være plass nok for to og tårnet bør tåle en slik belastning. Sjekk derfor gamle tårn før sesongen. Ved valg av materiale til jakttårnbygging, bør en huske på at impregnert materiale er mest holdbart, mens tårn laget stort sett av materiale på plassen, smelter mest inn i terrenget og gir et estetisk bedre inntrykk.

- Saltsteiner skal være påfylt (når det blir lovlig igjen) der slike plasser finnes.
- Poster skal være ryddet og merket godt slik at man ikke er i tvil om hvor man skal sitte eller stå. De skal være så godt merket fra nærmeste vei at selv «blinde» kan finne dem. Det finnes ikke noe mere frustrerende for en ukjent jeger enn å lete etter en post, mens drevet er i gang (og kanskje i tillegg gå seg bort).
- Fjern søppel og skrot ved poster, veikanter og i terrenget.
- Samlingsplasser skal være i orden med sitteplasser og tørr ved.

Reduksjon av predatorer (rovvilt)

For bestandene av småvilt har predasjon på egg, kyllinger, ungfugl og voksen skogsfugl og rype samt hareunger, voksen hare og rådyrkje, stor betydning for høstbestanden. De viktigste predatorer er rev, mår, mink, røyskatt, snømus (fredet), kråkefugl og rovfugl (fredet). Skal man drive predatorbekjempelse på de artene som det er åpnet for jakt på, i håp om å øke høstbestandene av annet småvilt, bør en huske på at det krever en enormt stor innsats. En må fange eller skyte flest mulig individer av samtlige (lovlige) aktuelle arter over store områder over flere sesonger, dersom det skal ha noen effekt. Med de begrensninger som finnes i dagens lovverk, er det i praksis veldig vanskelig og arbeidskrevende. Det vil i de fleste tilfeller ikke svare seg økonomisk å lønne noen for å gjøre det, dersom en ikke får veldig bra betalt for jaktutleien på småviltet.



Det krever en stor innsats for at effekten av predatorjakt skal kunne øke bestandene av annet småvilt.

Foto: Kristian Eiken Olsen



Fôring

Fôring av vilt er, i tillegg til utslag av egen interesse, utført i den hensikt å øke bestander av jaktbart vilt.

Følgende typer av fôring kan være aktuelle:

- Fôring av elg for å forsøke å styre dem unna vei og jernbane for å redusere antall påkjørsler og vinterbeiteskader på skog.
- Fôring av hjort og rådyr for å øke overlevelsen i vinterhalvåret. Da råbukkenes gevir utvikles på senvinteren, kan tilførsel av vitaminer og mineraler muligens øke gevirmassen. I de områder hvor det finnes gaupe, vil fôringsplassene for hjort og rådyr kunne virke som magneter på gaupene og øke deres jakteffektivitet. Legg derfor fôringsplassene åpent i slike områder. Viltåkre som varer utover høsten og vinteren vil også fungere som fôring.
- Fôring av rovdyr i hensikt å minske predasjon. Forskning har vist at i smågnagerår minsker egg- og kyllingpredasjonen da rovviltet lever mest av smågnagere. Fôring av rovdyr i hekkesesongen kan muligens ha effekt, men dette er lite prøvd. Dessuten vanskeliggjør EØS-forskriftene om håndtering av slakteavfall det rent praktiske.
- Fôring av ville ender fra sommeren og utover jaktseasonen, vil kunne øke jaktresultatet og dermed høyne kvaliteten på produktet.

Det er i dag forbud mot å legge ut fôr og slikkesteiner til ville hjortedyr.

Mattilsynet kan likevel gi tillatelse til

1. kortvarig fôring i forbindelse med merkings- og forskningsprosjekter
2. kortvarig nødfôring i områder der Chronic Wasting Disease (CWD) ikke er påvist, dersom spesielle forhold forårsaker dyrevelferdsproblemer
3. planmessig fôring i en begrenset periode av hensyn til trafiksikkerhet i områder der Chronic Wasting Disease ikke er påvist. Det må dokumenteres at andre relevante offentlige instanser har konkludert med at andre trafiksikkerhetstiltak ikke kan erstatte fôringen og at fôringen er nødvendig. Det må også dokumenteres at plan for nedtrapping av fôring er utarbeidet og at trekkruten dyrene bruker sannsynligvis ikke går gjennom områder der Chronic Wasting Disease er påvist

4. Den som fører dyrene skal holde fôringsplassene under observasjon for å oppdage syke dyr.

Utdypende informasjon finnes på lovdata.no



På grunn av CWD er det i dag forbud mot å legge ut fôr og slikkesteiner til ville hjortedyr.

Guider og medhjelpere

Ved utleie til tradisjonelle jegere eller jaktgjester klarer disse seg som regel selv, men en halv dag med kjentmann kan være ønskelig. Dersom de ikke har tilgang til ettersøkshund der slik hund kreves, må utleier være behjelpelig med å ordne en tilfredsstillende avtale.

Ved større jaktarrangementer av høyere tilretteleggingsgrad er en avhengig av hjelp fra erfarne jegere som er kjente i terrenget og andre praktikere for å kunne gjennomføre jakten. Guiding vil også være aktuelt under beverjakt, spesielt i starten av jakten for ukjente jegere.

Guiden

Guiden har to hovedoppgaver:

- Ta hånd om gjesten(e) på best mulig måte gjennom god planlegging og serviceinnstilling.
- Representere grunneieren/jaktrettshaveren, eventuelt en utenforstående jaktagent og også



Norge som jaktland, på en tillitsfull og overbevisende måte.

Skal jaktarrangementet fungere, er det viktig at guiden(e) har følgende egenskaper:

- Tilstrekkelige kunnskaper i det språk som gjesten snakker.
- Gode kunnskaper om jaktområdet.
- Inngående kunnskaper om viltet, spesielt det aktuelle slaget og dets vaner og leveområder.
- Være fleksibel og veldig serviceinnstilt. Går ikke jakten som planlagt, må guiden gjennom sine kunnskaper om viltet og terrenget, improvisere og legge opp og gjennomføre jakten på en annen måte. Ved større arrangement skjer dette i samarbeid med jaktlederen.
- Ha korrekt utrustning, oppførsel og klær. Klærne skal være hele og rene, men ikke nye. Være presis og komme i god tid. Ha med eget fotoapparat eller bra mobilkamera og ta bilder slik at en er sikker på at gjesten får noen bra bilder fra de store øyeblikk.
- At skadeskutt og felt vilt behandles riktig. Guiden må ha tilgang til bra ettersøkshunder, og her menes det virkelig bra. Har ikke guiden tilgang til bra ettersøkshund, skal han ha tilgang til en dyktig ettersøksekvipasje.
- At alle former for troféer behandles på et profesjonelt sett.
- At det bare er gjesten som skyter under jakten, eneste unntaket er ved skadeskytinger. Avklar dette med gjesten før jakten starter.

Transport

Sørg for et transportapparat som fungerer, slik at gjester og guider ikke blir stående lenge og vente ved vei eller må gå langt etter veier. Sørg for å ha tilgang til biler med baksete, slik at gjestene (og guidene) slipper å ligge bak i to-setere sammen med våte hunder. Alle veier som skal kjøres med bil, skal være i brukbar stand.

Ved større jaktarrangement bør en ha egne folk som kjører ut og slakter det felte viltet. Dersom gjesten ikke insisterer på det, la disse eller guiden ta ut av viltet. Det letter arbeidet senere i slakteriet. Ta ut av viltet på en skikkelig måte og vis generell respekt for det. Kjører man ut elg med for eksempel lastbærer, bør dette skje etter at gjestene har forlatt området. En død elg i ei tømmerklo er ikke noe vakkert syn, selv om det er praktisk. Det vil for mange utenlandske jaktgjester virke direkte frastøtende. Ellers er det ikke noe i veien for at gjestene er med å frakte ut viltet til nærmeste vei. Det øker totalopplevelsen. Har man mulighet for å frakte ut viltet med hest, vil dette øke kvaliteten på arrangementet.

Avlønning

For å kunne gjennomføre større jaktarrangement, er man helt avhengig av å ha tilgang til kunnskapsrike og dyktige folk som behersker både jakt- og servicedelen. De må ha tilgang til bra hunder, og da menes bra hunder, ingen gjennomsnittshund eller unghund.

Avtaler med guider og andre medhjelpere bør gjøres tidlig i sesongen, da dyktige folk som regel har et tett tidsskjema om høsten.

Avlønning av guider kan gjøres ved betaling i kroner pr. dag. Dagsatsene varierer, men starter på ca. 2 500 kr. Det blir ofte lange dager for en guide, så skal en følge en eller annen tariff med tillegg for kveld, natt og helg, blir det så kostbart for arrangøren og gjesten, at opplegget blir for dyrt. Andre som hjelper til, kan avlønnes på vanlig måte.



Guiden skal oppføre seg som en god jaktkamerat, men likevel ha tilstrekkelig autoritet.





En like vanlig måte å godtgjøre jaktguider på, er gratis jakt når en er ferdig med gjestejaktene, eventuelt i kombinasjon med gratis eller billig kjøtt fra jakten. Man kan også arrangere en «takkk for hjelpen-jakt» hvor alle som har bidratt under de større arrangementene, jakter sammen en dag eller ei helg. Ved bruk av egen bil bør det utbetales kjøregodtgjørelse for jaktguidene.

Jaktprotokoll

For å unngå unødige diskusjoner i ettertid med misfornøyde kunder, spesielt ved tilrettede arrangement, bør det føres en jaktprotokoll. Den føres hver dag og undertegnes av gjesten hver dag (eller for hele jakten). Jaktgjesten får med seg et eksemplar av protokollen.

Uoverensstemmelser må en ellers forsøke å løse før gjesten reiser. Kunden har ikke alltid rett, men en må heller ikke glemme at en driver i servicebransjen.

Informasjonstavler og skilting

I områder hvor det foregår utleieaktiviteter innen utmarkssektoren, vil det være en idé å sette opp informasjonstavler ved større transportårer hvor det er naturlig for reisende å stoppe. Informasjonen på tavlene vil kunne virke, foruten generelt informativt, også som en del i markedsføringen. I tillegg kan det, ved å informere om at det blir foretatt oppsyn, også virke forebyggende.

Informasjonen bør være lett å skifte ut, samt også lett å vedlikeholde. Tenk på at det skal stå utendørs!

Skilting av veier, stier, hytter o.l. vil lette både for gjester og utleier. Gjestene vil enklere kunne finne frem og vite at de er på rett sted eller hytte. Det er enklere for utleier å gi en veibeskrivelse, og man slipper å følge gjestene ut for å finne for eksempel ei hytte som ligger ved vei. Skilt bør ikke være for prangende og kunstige. Skilt av tre er som regel mest passende i utmarka, selv om disse må skiftes med noen års mellomrom.

Vis respekt for viltet etter at det er skutt, ikke minst under uttransport.

Markedsføring

Markedsføringen er avhengig av hvilke kunde-grupper man er ute etter. Skal man leie ut et elg-terreng fortrinnsvis til lokale jegere, er det som regel tilstrekkelig med en annonse i lokalavisen eller på eiendommens hjemmeside som de fleste har i dag. Ellers er sosiale medier blitt en viktig salgskanal.

Vil man prøve seg på det internasjonale jaktmarkedet, er også internett stedet.

Ved all markedsføring er det viktig å først finne målgruppen og så utforme materiell til hva slags kunder man er ute etter.

Det viktigste ved dette materialet er at:

- informasjonen må bygge på faktaopplysninger og være konkret
- informasjonen må være korrekt, slik at det ikke skapes forventninger som ikke kan innfris
- det inneholder aktuell og ikke minst praktisk informasjon rettet mot målgruppen(e) en satser på

Mottakeren av budskapet skal kunne danne seg et realistisk bilde av hvordan jakten vil foregå og hva en kan forvente seg av resultat. I tillegg må det være praktisk informasjon når det gjelder husvære, tilgjengelighet, varighet, pris og hva prisen inkluderer.

Markedsføring er ikke bare annonser og messer. Det blir ofte lagt for liten vekt på den viktigste delen i markedsføringen. Når gjestene er der, skal produktet tilfredsstillende gjestenes forventninger, ønsker og behov.

Markedsføring kan også være:

- når jaktutleier/arrangør gir gjestene med selvhushold en viltspekepølse av lokal opprinnelse
- når jaktutleier/arrangør besøker gjestene om kvelden og prater jakt
- hvis jaktutleier /arrangør føler at det er noe gjesten liker godt eller har behov for - prøv å skaff det eller gjør noe med det!

Det koster så lite, men betyr så mye for den enkelte gjest!

Grunnlaget for å selge neste jakt til en gjest, ligger i at gjesten føler seg tilfreds under selve oppholdet. Det koster penger å hente inn nye gjester. Det

er billigere å sikre seg gjenkjøpere, som i tillegg vil være gode markedsførere til slekt, venner og kollegaer.



Fornøyde gjester er de beste markedsførerne.

Aktuell informasjon

I markedsføringen er det viktig å få med den informasjonen som potensielle kunder søker etter, og det kan være følgende:

- spesielle dyrearter
- tette viltstammer med bra kvalitet og naturligvis troféer i øverste sjiktet
- vakkert og unikt miljø med poster i flott natur
- stille og rolige omgivelser uten støy
- uberørt villmark med husvære uten strøm og enkel standard
- tilrettelagt jaktterreng der alt er lett tilgjengelig og bekvemt, inkludert kost og losji
- lett å komme til jaktterrenget på alle måter
- språkdyktige og kompetente folk som sørger for fremdrift i jakten
- vanskelig og spesiell jakt eller lett jakt uten større fysiske anstrengelser
- jaktprodukt med ulike viltarter i kombinasjon med fiske
- bra alternativsysselsetting for familie-medlemmer
- stor frihet under jakten, f.eks. under smygjakt på rådyr



- priser
- alternative jaktobjekt

Når teksten i annonser skal oversettes til andre språk, er det viktig at det gjøres av fagfolk, så ikke et bra produkt blir nedklassifisert på grunn av dårlig språkbruk. Ved all markedsføring gjelder det å ta fram de sterke sidene ved sitt produkt for å gjøre det mere attraktivt enn andre alternativ. Samtidig skal man ikke overdrive om hvor bra jakten eller



Man skal ikke overdrive om hvor bra jakten eller jaktterrenget er i markedsføringen.

jaktterrenget er. Gir man kunden urealistiske forhåpninger, vil det slå tilbake på utleier. Dersom man markedsfører kvalitet, skapes det forventninger og det gjør at man som rettighetshaver har et ansvar (jf. kjøpsloven).

Internett

Inatur.no ble lansert første halvår 2003, eies av Statskog, Norges Fjellstyresamband, Norges Jeger- og Fiskerforbund og Norges Skogeierforbund, og er Norges største markeds plass for jakt, fiske og hytter i norsk natur. Det er også opprettet inatur.se i Sverige. Selskapets målsetting er å få friluftslivs-, jakt- og fisketilbudene i Norge ut til folket. I tillegg til salg av jakt- og fisketilbud, hytteutleie og salg av andre friluftstilbud, kan man kjøpe for eksempel jaktkort direkte via internett.

Huntspot.no er en markeds plass for jakttilbud av særskilt og eksklusiv karakter.

De fleste som leier ut jakt, fiske og andre friluftaktiviteter har i dag egne hjemmesider på nettet. Det kan være greit at disse lages av profesjonelle, slik at sidene blir oversiktlige og lette å navigere i. De bør også oppdateres jevnlig, og henvendelser bør besvares relativt raskt.

Veldig mange i dag føler et sterkt behov for å legge ut sine opplevelser på sosiale medier og spre dette blant tusenvis av «venner». Dette understreker virkelig at de beste markedsførere er fornøyde kunder.

Agenter

Det finnes agenter som arrangerer jakt over hele verden. Skal man selge sin jakt i utlandet, er det enkelt å bruke en agent som tar seg av annonser, booking og informasjon. Men det koster. Som regel ligger agentenes satser på 20-30 % av hva utleier skal ha betalt for jakten. Dette blir belastet kunden, og det fordyrer jaktopplegget. Et problem kan også være at når gjesten ankommer er forhåpningene skyhøye, da agenten kanskje har «lagt på litt» for å få gjesten til å kjøpe jakten. Da kan det fort bli surt når gjesten får følelsen av at det ikke var dette han hadde betalt

for. Det finnes en mulighet for å unngå dette ved at utleieren godkjenner det agenten sender ut til potensielle kunder.

Messer

Det finnes i dag en del jakt- og fiskemesser hvor man kan treffe mange potensielle kunder. Skal man leie en stand, er det viktig at den får et bra utseende og at den betjenes av mennesker som liker å prate med folk (flere dager i rad) og at de «kan» produktet de skal selge. Flotte selgere er ikke fullt så flotte når de blir stående som spørsmålstejn ved spørsmål om siste års tettheter av rype pr. kvadratkilometer eller om det er felt noen råbukker på over 130 poeng på terrenget de siste årene. I tillegg til kunnskapsrike messeselgere bør en ha bra informasjonsmateriell å dele ut. Messer er normalt for kostbare å delta på alene, så en bør alliere seg med andre en kan leie utstillingsplass sammen med.

STORVILT Elgjakt
 TEKST OG FOTO: DAGH BAKKA

Løshundjakt i Trylia

Fem hunder, tre menn, ei tømmerkøle og et fjellnært elgterreng. Alt lå til rette for ei ukens løshundjakt.

HVIS DU DRAR til Østerdalen og tror du skal lå los med hundene ditte tar du skammelig feil. Ie Hans Ole Arnesen fra Sarpsborg bortalt av flere osteføddinger. At østerdalselgene er lettbente er noe de fleste løshundjegerer vet, men like fullt sto nå gråhundspua hans, "Elgkronas Frøya", i los nede ved elva Trya på tredje timen.

UTTAKET HADDE VERT LENSER opppe i lia, men etter en kilometer sto det fast og Hans Ole tok seg god nå timpli. Så god til at resten av jaktlaget, som besto av Espen Lysaker og undertegnede, vurderde å koke nok en kjele med kaffe. Vi satt 400 meter over før løsen i ei høypennings. Espen hadde sluppet gråhunden sin, Trym, lenger sør på terrenget om morgenen, men den hadde dratt seg gårde på noen elgspor og var ute av terrenget.

SELV OM ALLE TRE hadde villt slippe hver sin hund, nydde vi oss med to om gangen. Tredjemann hadde en forholdsvis fri rolle, i tillegg til å ha en hund i beredskap i bilen om de to andre hundene skulle ferresse ut av terrenget. Da vi hadde hverandres hunder på GPS-peilene, var det enkelt å ha oversikt og jaktledereollen var all annen om ferrende. Det var nå andre dagen i jakt og en

40 JAKT 2018



Med tredje dagen i bakken og kaffe på gull, er det tid for høytider, mener Hans Ole (l.v.) og Espen

Reportasjestoff

Markedsføring gjennom skribenter skjer ved at en ber en journalist eller skribent på gratis jakt mot at vedkommende lager en reportasje som trykkes i aktuelle jaktblad som potensielle kunder leser. En positiv reportasje er mere verdt enn dusinvis av annonser. I verdensomspennende jaktreise-tidsskrifter presenteres også jaktmulighetene i ulike land, og kan man bidra til noen slike positive artikler, er det mye verdt markedsføringsmessig.

Munn til munn metoden

Den beste markedsføringen er fornøyde kunder som kommer igjen eller som prater med andre jegere som blir interessert og ikke minst hva de publiserer på sosiale medier.

Enkelte eiendommer selger også jakt ved at en gjest som har jaktet, kommer igjen med en gruppe jegere som betaler, mens vedkommende jakter gratis selv.

Det er viktig at fornøyde kunder/jaktgjester blir fulgt opp av utleier og ikke føler seg glemte. Legg ut nyheter på hjemmesidene og annen relevant informasjon, og glem ikke å sende julekort.

Reportasjer i jaktblader kan brukes i markedsføringssammenheng.

Enkelte jaktprodukter selges ved at en tidligere jaktgjester tar med seg nye betalende gjester



Prissystemer

Det finnes et utall måter å prise jakt på i Norge. Tradisjonelt kan en si at jakten har vært stort sett rimelig. Dette bør en ha i tankene om en vurderer å øke prisene for å øke inntektene ved jaktsalg/utleie. Mange norske jegere, spesielt de som bor i nærheten eller i jaktterrengene, ser det som en uskreven rett, at de både har førsteretten til å leie jakt og det for en rimelig sum.

Det som er den største mangelen ved prising av jakt i Norge, er at det har vært tatt for lite hensyn til innsatsen fra grunneier og kvaliteten på jakten. Skal man leie ut jakt av høy kvalitet, f.eks. et rådyrterreng med stor tilretteleggingsgrad med tårn, viltakere, guiding o.l. og hvor det årlig felles bra bukker trofémessig, kan man ta seg godt betalt. Selger man rådyrkort i et område hvor det, til tross for høy jegeretetthet, kun finnes mulighet til å felle noen få dyr, bør prisen ikke være spesielt høy.

Beliggenheten til terrengene vil også kunne påvirke prisen. Jaktterreng i nærheten av jegerette områder som ved de større byene, vil ha en atskillig større etterspørsel enn tilsvarende i terreng i mindre urbane strøk. Dette vil kunne virke inn på prisfastsettelsen.

Av de ulike prissystemene kan en grovt skille mellom småvilt- og storviltjakt. Storviltjakt blir ofte betalt etter kroner pr. kg slaktevekt eller fellingsrett, mens småviltjakt betales som regel etter areal og tidsperiode.

Prisen kan også være et styringsredskap for å ta ut de rette dyregruppene og/eller dyrene eller styre jaktpresset.

Småviltjakt

Jaktkort

Jaktkortet kan deles inn i ulike typer avhengig av tidsperioder, viltslag, bruk av hund, areal, eksklusivitet og tilhørighet.

Tidsperioder: Jaktkortet kan være en-dags kort, to-dager, tre-dager, uke, periode eller sesong. Prisen øker med lengden på jaktperioden, men skal samtidig være slik at de som jakter kun i to dager, betaler mere pr. dag, enn den som jakter ti dager med et sesongkort.

De fleste jegere er mest interessert i å jakte fra jaktstart, så de kortene som gjelder fra da, er mest ettertraktet og kan derfor prises noe høyere enn senere i sesongen.



Skogsfugljakt med stående hund er mest etterspurt i starten av sesongen. Foto: Trygve Øvergård

Jaktkortene kan graderes ut i fra perioder utover høsten.

- **Viltslag:** Det kan skilles på om kortet gjelder alt småvilt eller bare hare, skogsfugl eller rype. Prisen bør være lavere for kun enkelte viltslag enn småvilt generelt. Samtidig kan man selge flere kort, da fugle- og harejegere kan bruke samme terreng uten å komme i veien for hverandre.
- **Bruk av hund:** Noen har høyere priser med hund enn uten hund. Dette kan forsvares ut i fra at jegere med hund som regel legger beslag på større terreng enn jegere uten. Dersom kortet gir mulighet for hundetrening før jaktstart, bør dette kunne gi en økning i prisen.
- **Areal:** Større areal vil som regel kunne gi en høyere jaktkortpris, men det må være i samsvar med hvor mye av terrenget som er «jaktbart». Handler det om store jaktarealer, kan det være en idé å dele opp terrenget, slik at en får spredd jegerne, så ikke for mange av dem havner i de samme områdene.
- **Eksklusivitet:** Dersom antall jegere begrenses gjennom kortsalg, bør dette også stipulere en høyere pris.
- **Tilhørighet:** Enkelte steder selger man jaktkort rimeligere til innenbygds jegere enn utenbygds, og innenbygds har ofte også fortrinnsrett til kjøp av kort. Dette er det selvsagt opp til hver grunneier/utmarkslag å gjøre. Har man innført slike regler, vil det uansett bli upopulært å forandre dem, og en må tenke nøye gjennom om det er verdt den eventuelle merinntekten.

Småvilttettheten vil variere fra år til år og fra art til art, og det er norske og nordiske jegere klar over.



Terrengleie

En eller flere jegere leier et terreng for en periode og for en eller flere småviltarter, ofte for hele jakt-sesongen over flere år og gjerne med hytte. Det er ofte satt en begrensning i antall geværer og hunder som kan jakte i terrenget til samme tid.

Undersøkelser viser at mange småviltjegere er villige til å betale en god del for å slippe å ha andre jegere innen sitt område, som det ofte blir mange av i kortsalgområder. Grunneieren slipper unna med enklere administrasjon når de samme jegerne kommer igjen flere år på rad. Muligheten for å trene hund fra 21. august er viktig for mange hundeeiere, spesielt harehundeeiere, men også de som har fuglehund om de da ikke slipper til med rype- og skogsfugltaksering fra begynnelsen av august.

Eksklusiv jakt

Ettertraktede småviltterreng, spesielt rype, som leies for en kortere periode med hytte og kost, med eller uten guider med hunder. Transport av bagasje og varer til veiløse hytter besørgeres av utleier.

Spesielt den første perioden av rypejakten er attraktiv for mange norske jegere som er villige til å betale mye for et bra terreng hvor det finnes rype og et bra opplegg. Tilrettelagte jakter på skogsfugl med guider og hunder hører også til eksklusiv jakt.

Terreng som leies ut eksklusivt de første ukene, kan leies ut senere til lavere priser, men en må passe på at ikke jaktpresset totalt blir for høyt.

Det kreves også mer av utleier i form av økt administrasjon når nye jegere skal inn hver uke. En må også øke jakttoppsynsaktiviteten (så ikke andre jegere kommer inn på terrengene), og en bør også legge ned mye arbeid i rovviltreduksjon, biotop-bevaring- og forbedring.

Rypejakt med stående hund på eksklusive terreng er noe mange norske jegere er villige til å betale mye for.



Beverjakt

Jakt på bever blir solgt som en del av småviltkort, mot en egen avgift, som egen jakt hvor jegerne betaler pr. fellingstillatelse eller som mere tilrettelagt jakt med guide og kano. Beverjakt er ofte en underutnyttet jaktressurs som har sitt store fortrinn ved at den kan utøves om våren. Selger man fellingstillatelser, kan dette med fordel gjøres som et to-prissystem, med en grunnavgift og en avgift når dyret er felt. Det er også en stor fordel for beverjegeren at det ikke finnes flere jegere i samme område til samme tid, da det lett kan føre til at man ødelegger jakten for hverandre. En øker også kvaliteten på produktet om en kan tilby trofébehandling.

Råbukkjakt

Salg av rådyrjakt deles inn i bukkejakt som starter 10. august, og i ordinær jakt som starter 25. september og som ofte bedrives med drivende hund i Norge.

Bukkejakten kan selges som vanlig jaktkort, hvor jegerne kan være flere i samme område og betaler en fast pris uansett om de feller en bukk eller ikke. Det kan også selges bukkejakt hvor en leier retten til å felle et visst antall bukker og så betaler man en ekstra avgift for hver felte bukk. Høyest pris vil man oppnå i et bra terreng med viltåkere og jakttårn, hvor man leier ut bukkejakten med et visst antall dyr til en gruppe spesielt interesserte bukkejegere som betaler ekstra for hvert felte dyr etter hvor stort geviret er. En kan også ta bedre betalt for produktet om en kan tilby trofébehandling og kjølerom.

Rådyrjakt

Den ordinære rådyrjakten er mest interessant for norske jegere, spesielt for de med drivende hunder. Det kan selges kort som for småvilt, hvor flere jegere jakter i samme område, eller terrenget

kan leies ut til et jaktlag hvor de da har eksklusiv jaktrett. Betalingsformen er enten at man betaler for fellingstillatelsene på forhånd, eller betaler en grunnavgift og så ekstra avgift for hvert dyr som felles.

Hjortejakt

Med den etter hvert store hjortestammen i Norge har mange grunneiere funnet det aktuelt å leie ut hjortejakt i områder som før enten var forbeholdt slekt og venner eller innenbygdsboende.

Det finnes ulike former for utleiavtaler:

Fast pris

Hele kvoten leies ut for hele jaktseasonen til en fast pris (inkludert husvære) eller deler av kvoten leies ut i ulike jaktperioder.

To-pris

Jaktretten leies ut med en grunnavgift som jegerne betaler på forskudd og som de ikke får tilbake uansett felte dyr eller ikke.

Grunnavgiften trekkes fra slutttoppgjøret for de dyrene som blir felt. Slutttoppgjøret skjer enten ved at hver dyrekategori har sin faste pris, ved gjennomsnittsvæker eller ved kilopris etter at dyret er veid (slaktevekt).

Tilrettelagt jakt

Et jaktlag som tar imot jaktgjester som inngår som en del av jaktlaget. Det kan også være en eller flere jegere som leier hjortejakt med mulighet for bruk av guide, og/eller jakttårn ved innmark eller merkede og ryddede poster. Betaling enten som en fast pris inkludert husvære, eller som to-pris med en grunnavgift for jakt og husvære og fellingsavgift pr. hjort. Kjøttet kan tilfalle jegerne mot en fast pris pr. kg.

Eksklusiv jakt

Guidet jakt hvor kun jaktgjestene feller vilt.

Terrenget bør kunne gi gode muligheter for å felle en bukk av bra størrelse (helst medalje) og gjerne foregå i brunsten, såkalt brølejakt. I produktet kan det også inngå husvære av bra til topp standard samt kost og drikke. Betales enten som en fast pris for et antall jakt dager eller som et to-prissystem med en grunnavgift for jakten inkludert kost og losji og med felling- og eventuell troféavgift som betales når viltet er felt.

Den ordinære rådyrjakten er mest interessant for norske jegere med drivende hunder.



Villreinjakt

Villreinjakt er for mange nordmenn noe av den mest tradisjonsrike storviltjakten vi har, og interessen er ganske stor blant norske jegere. Da mye av villreinjakten foregår på statsallmenninger som favoriserer lokale jegere, er det et ikke ubetydelig press fra jegere fra bynære områder for å leie jakt. Det som karakteriserer villreinjakten er også det som avgjør kvaliteten på den: Flere jegere jakter i samme område og blir det mange nok i nærheten av reinflokkene samtidig, kan det fort oppstå situasjoner som ikke bare er ubehagelig for de fleste av jegerne, men som knapt tåler dagens lys.

Villreinen forvaltes over kommune- og fylkesgrenser og følgelig er det duket for samarbeidsproblemer i forvaltningen. Dette kan for jegerne resultere i at de i dager og kanskje uker må sitte og vente på at vinden skal snu, for all reinen er i den andre delen av området hvor de ikke har lov til å jakte. Begge disse sakene påvirker i sterk grad kvaliteten på villreinjakten og det skal man ha klart for seg når en skal fastsette prisen på den. Vanligvis kjøper jegerne fellingstillatelser i form av kort på de ulike dyregruppene til en fast pris på forhånd. Det vil med andre ord si at i områder med under 50 % felling, så betaler mange av jegerne på forhånd for noe de ikke kommer til å få.

Fast pris

Jegerne betaler for en fellingstillatelse for en viss type dyr som varer hele jakttiden. Betalingen skjer forskuddsvis, og det gis vanligvis ingen refundering om en ikke feller noen rein. Jaktresultatet vil ofte være påvirket av jaktorganiseringen som fellesjakt- og overgangsavtaler.

To-pris

Jaktretten leies ut med en grunnavgift som jegerne betaler på forskudd, og som de ikke får tilbake uansett felte dyr eller ikke. Ved felling av dyr må en betale en fellingsavgift som vil variere avhengig av dyretype. Fellingsavgiften vil som regel være fastsatt ut i fra gjennomsnittsvekter eller kilopris etter veide dyr (slaktevekt).

Et slikt prissystem vil være mest aktuelt når man deler opp jakttiden i flere perioder. Flere jegere vil dermed slippe til, og de betaler kun full pris når de har felt dyr. Samtidig vil rettighetshaver kunne få innbetalt grunnavgift for flere av dyrene flere ganger, når det ikke felles dyr. Systemet vil imidlertid kreve noe mere administrasjon.

Tilrettelagt jakt

Villreinjakt med startguiding/kjentmann og hjelp til uttransport med f.eks. hest, er aktuelle utleieformer.

Når skremt villrein trekker sammen i tette flokker, kan det gi jegerne store utfordringer.



Jaktlag som går sammen om å leie en hytte og en kvote med dyr i en kortere eller lengre periode, er også aktuelt. Betalingsformen er enten fast pris hvor de betaler for hele pakken på forskudd eller som to-pris med en grunnavgift for jakt og husvære og fellingsavgift pr. dyr. Kjøttet kan tilfalle jegerne mot en fast pris pr. kg.

Eksklusiv jakt

Det er bare i Norge det finnes opprinnelig vill europeisk fjellrein, og det gjør den eksklusiv trofémessig i verdensammenheng. I tillegg er det også enkelte norske jegere som er interessert i slike opplegg. Jaktgjestene guides hele tiden og det er kun de som skal felle rein. Terrenget bør kunne gi gode muligheter for å felle bukker av bra størrelse (helst medalje). I produktet kan det også inngå husvære av bra til topp standard samt kost og drikke. Betales enten som en fast pris for et visst antall jakt dager, eller som et to-prissystem med en grunnavgift for jakten inkludert kost og losji og felling- og eventuell troféavgift som betales når viltet er felt. I tillegg bør en kunne tilby muligheter for uttransport av felte dyr og trofépreparering.

Elgjakt

Elgjakt som utleieobjekt har ganske lange tradisjoner i Norge, og det finnes mange måter å selge den på. Det finnes også en forholdsvis stor betalingsvillighet blant mange elgjegere i Norge, ikke minst for løshundterreng utenfor ulverevirene.

For den rettighetshaveren som vil tenke langsiktig forvaltning, er det viktig at man priser jakten slik at jegerne feller de dyrene som skal ut og at en beholder de bra produksjonsdyrene.

Anbud

Rettighetshaveren skal leie ut en elgrett for ett eller flere år, og utfra en kjent kvote bes jegerne sende inn anbud på kr/kg (slaktevekt), pr. dyr eller pr. dyregruppe. De som får tilslaget betaler inn hele beløpet på forskudd. Vurderer man fordeler og ulemper med dette prissystemet opp mot andre, blir det mest negativt, og derfor frarådes anbuds-systemet.

Fast pris

Rettighetshaveren leier ut et terreng med kvote i ett eller flere år til en fast pris pr. dyr. Kvoten vil selvsagt kunne variere fra år til år. I tillegg kommer eventuelt hytteleie.



Det er økende betalingsvillighet blant elgjegere i Norge, spesielt for løshundterreng utenfor ulverevirene.

To-pris

Leietakerne betaler inn en grunnpris pr. dyr i henhold til tildelt kvote i forskudd, som trekkes fra sluttoppgjøret for de dyrene som er felt. Sluttoppgjøret til en fast kr/kg pris blir enten regnet ut fra gjennomsnittsvekter eller veide dyr.

To-pris, progressiv

Som to-pris, men kr/kg varierer etter vekten på dyrene. Tunge dyr i de ulike gruppene blir dyrere pr. kg enn lette dyr. Med dette prissystemet kan utleier i sterk grad påvirke at jegerne feller lette dyr og sparer de tyngste og mest produktive dyrene. Da kiloprisen er så avhengig av vekten på dyret, bør visse ting avklares mellom rettighetshaver og leier på forhånd. En slakteskrott kan lette 3 % etter et døgn, så tidspunktet for veiing etter felling, må avtales. Likeledes om skuddskadet kjøtt og eventuelt fett, skal trekkes fra. Leveres dyret til et viltmottak er det som regel innveid vekt uten fratrukk for skuddskader som regnes.



Tilrettelagt elg jakt

Tilrettelagte elgjaktopplegg har lange tradisjoner i Norge. Spesielt var det tyske og engelske jegere som jaktet i Trøndelag rundt forrige århundreskiftet (1800-1900).

Oppleggene varierer i tilretteleggingsgrad. Det enkleste er gjestjegerplasser på etablerte jaktlag. Det viktige her er å forsikre seg om at jaktlaget er motivert for å ta imot gjester og blir kompensert for dette, enten ved bedre jaktbetingelser eller redusert jaktleie.

Betalingsformen for jaktgjesten(e) er at de betaler et grunnløp for jakt, husvære og mat, og en fellingsavgift når dyret er felt, eller som en fast pris for hele jakten inkludert husvære og eventuelt mat og drikke. Kjøtt kan tilfalle gjestjegerne mot en fast pris pr. kg.

Eksklusiv jakt

Mer tilrettelagte opplegg er når kun gjestjegerne skal felle dyr. Noen bruker å plassere gjestene på post og så jager hundeførere eller drevfolk elgene på postene. Andre bruker individuell guiding og gjestene er med og går med hund, lokker elg eller sitter på post med guide. Slik form for elgjakt krever mye forbreddelser og generell stor innsats, og det bør også gi seg utslag i prisen på jaktproduktet. Her kan det også benyttes fast pris eller et to-pris-system med grunnpris, fellingsavgift og eventuelt troféavgift.

Taggavgift

Taggavgift er en avgift som skytteren eller jaktlaget må betale når det er felt en okse som er avgiftsbelagt. Taggavgiften brukes for å styre uttaket av okser. Dersom hensikten er å spare mellomokser (ca. 3-6 år) for at de skal oppnå kapital alder, legges det en avgift på okser f.eks. fra og med 7 til og med 13 tagger, mens de under og de over er avgiftsfrie. Antall tagger i avgiftssonen er avhengig av geviranleggene på oksene i bestanden. Dersom de sjelden blir over 10-tagger uansett alder, må en selvsagt innføre andre taggbegrensninger.

Hvor store resultater man kan oppnå, er usikkert. Oksene streifer som regel rundt over store områder i løpet av høsten, så slike begrensninger bør ikke innføres på mindre områder enn regioner. Et minus med å legge restriksjoner på mellomoksene, er at okser med stanganlegg som aldri får mer enn 6-8 tagger, har større sjanser til å overleve og føre sine anlegg videre.



Taggavgift brukes for å styre uttaket av okser, men hvor store resultater som kan oppnås er usikkert.

Troféavgift

Troféavgifter på elgokser har ingen lang tradisjon i Norge, og mange mener det er feil at en vanlig norsk elgjeger ikke kan felle en stor okse fordi han ikke har råd til det. Troféavgifter er vanligvis lagt opp slik at den øker med gevirets størrelse. Den regnes ut enten ved vekt, antall tagger eller poeng. De fleste utenlandske jaktgjester er vant med troféavgift og er ofte villige til å betale en god del for et stort trofé. En del utenlandske jegere vil også være litt skeptiske til å kjøpe et jaktopplegg hvor det ikke er troféavgift. De vil da kunne tro at sjansene for å felle et attraktivt bytte er små, siden utleier ikke har lagt inn noen betaling for det. Sjansen for at gjestene får felle mange store okser vil sjelden være spesielt stor, så det vil ikke ha så stor betydning for de totale jaktinntektene.



Lover og forskrifter

Jakt i Norge

Miljødirektoratet

I Norge er alt vilt fredet, med mindre annet følger av viltloven. Det er derfor bare et begrenset antall arter det er tillatt å jakte på. De jaktbare artene har jakttider, som er regulert gjennom en egen forskrift.

Vi skiller vanligvis mellom småvilt og storvilt, og det er ulike krav som stilles til jegere som jakter på disse artene. Den som utøver jakt på småvilt må være fylt 16 år, og den som utøver jakt på storvilt må være fylt 18 år. Fangst kan bare utøves av personer som har fylt 16 år. For fangst av gaupe er aldersgrensen 18 år.

Human jakt

Miljømyndighetene forutsetter at all jakt og fangst skal være human. Det innebærer blant annet at dyr ikke skal bli utsatt for unødige lidelser. Human jakt og fangst har, i likhet med sikkerhet, stått sentralt i den obligatoriske jegeropplæringa som ble innført i 1986.

Som jeger og fangstmann er det viktig at du setter deg grundig inn i regler om jakt- og fangstutøvelse, slik at du til enhver tid jakter lovlig og på en måte som er allment akseptert. Viltloven, med tilhørende forskrifter, er gjengitt på miljødirektoratet.no

Jakt og motoriserte kjøretøy

Under ferdsel med motoriserte kjøretøy, skal jaktvåpen være tømt for ammunisjon og nedpakket i futteral, eller de skal plasseres slik at de ikke er lett tilgjengelige verken for fører eller passasjer.



Det er forbudt å bruke motorisert kjøretøy, inkludert luftfartøy som helikopter, for lokalisering av vilt utenfor vei.

Det er forbudt å løsne skudd fra motoriserte kjøretøy. Det er også forbudt å bruke motorisert kjøretøy, inkludert luftfartøy, til forfølgning av vilt eller til å avlede viltets oppmerksomhet fra jegeren. Dette gjelder også ved lokalisering av vilt utenfor vei.

For å kunne utøve jakt eller fangst i Norge, må du være registrert i Jegerregisteret i Brønnøysund og ha betalt jegeravgift for gjeldende jaktår. Med mindre jakten foregår på fjord eller hav, må du i tillegg ha tillatelse fra grunneier.

Følgende dokumentasjon må du ta med deg når du jakter:

- gyldig jegeravgiftskort
- våpenkort for registreringspliktige våpen (gjelder all jakt)
- dokumentasjon på gjennomført skyteprøve når det blir jaktet med rifle på storvilt
- dokumentasjon på tilgang til godkjent ettersøkshund under jakt på elg, hjort og rådyr
- gyldig personlig lisens for den aktuelle arten under lisensjakt
- kontrollkort og eventuell fellesjaktavtale under jakt på villrein

Utenlandske jegere

Er du fast bosatt i utlandet og ønsker å jakte i Norge, trenger du ikke å ta jegerprøven eller avlegge skyteprøve dersom du fyller vilkårene for å drive tilsvarende jakt i ditt hjemland. Hvis du skal jakte i Norge må du sende ditt utenlandske jegeravgiftskort med opplysninger om navn, fødselsdato og post-adresse til Jegerregisteret.

Dokumentasjonen må sendes via e-post, faks eller brev i god tid før du planlegger å reise på jakt. Les mer på Jegerregisterets nettsider på brreg.no

Jakt på offentlig grunn

Omtrent en tredjedel av alt landarealet i Norge er eid av det offentlige. I Nord-Norge har Statskog SF ansvaret for forvaltningen av mesteparten av den statlig eide grunnen, med unntak av i Finnmark hvor forvaltningen ligger til Finnmarks-eiendommen (FeFo).

I Sør-Norge er det kommunale fjellstyrer som administrerer statsallmenningene. Det er fjellstyrerne som organiserer jakten på statens grunn i kommuner med statsallmenning. På statsgrunn som ikke er statsallmenning organiseres jakten av Statskog.

Jakt på statsallmenninger er forbeholdt personer bosatt i Norge siste tolv måneder. For områder hvor jakten administreres av Statskog er også dette hovedregelen, men det er gjort unntak fra denne bestemmelsen innenfor enkelte områder.

Personer bosatt i utlandet kan jakte på Finnmarks-eiendommen.

Spørsmål som gjelder adgang til jakt, eller lokale jakttider, skal rettes til de respektive kommuner eller til Norges Fjellstyresamband, som er en paraplyorganisasjon for alle fjellstyrene i Norge.

Jakt på privat grunn

Det er store regionale og lokale forskjeller når det gjelder allmennhetens tilgang til å jakte på privat grunn. I noen områder er småviltjakten organisert gjennom grunneierlag, mens man i andre områder må ta direkte kontakt med den enkelte grunneier.

Det er best tilgang til småviltjakt på privat grunn i områder som har organisert salg av kort gjennom grunneierlag eller lokale jeger- og fiskerforeninger.



Småviltjakt på privat grunn, skjer ofte via kortsalg.

Småviltjakt kan i noen områder legges ut eksklusivt i kortere eller lengre perioder (åremål). Slik jakt er ofte mer kostbar enn ordinært salg av jaktkort.

Jakt på elg og hjort leies primært bort på åremål, hvor betalingen som regel står i relasjon til tildelte og/eller felte dyr.

Innførsel og utførsel av jaktvåpen

Skal du jakte eller delta i skytekonkurranse i Norge må du dokumentere at du kan ha med deg våpen inn i Norge. Før du reiser, undersøk hos lokale myndigheter om det landet du er bosatt i, krever at du må ha tillatelse til å føre våpenet ut av landet.

Reise med våpen ut av Norge

Skal du ha med deg våpen til et annet EØS-land, kan du søke om europeisk våpenpass. Skal du utenfor EØS, må du levere ei erklæring til Tolletaten ved grensepassering.

Dersom du skal utføre våpenet midlertidig til utlandet, for eksempel i forbindelse med jakt eller konkurranse, må du som hovedregel tolldeklarere våpenet for utførsel.

Du finner informasjon om innførsel og utførsel av jaktvåpen på politiet.no

Forskrift om utøvelse av jakt, felling og fangst, utdrag

Formålet med denne forskrift er å bidra til at:

- a) jakt- og fangsttradisjonene føres videre gjennom høsting av viltproduksjonen til gode for landbruksnæringen og friluftslivet,
- b) jakt-, fellings- og fangstutøvelsen ikke påfører viltet unødige lidelser, og
- c) jakt-, fellings- og fangstutøvelsen ikke volder fare for mennesker, husdyr eller eiendom.

Definisjoner

Med storvilt menes i denne forskrift følgende viltarter: elg, hjort, dâhjort, villrein, rådyr, villsvin, muflon, moskusfe, bjørn, ulv, jerv og gaupe.

Kvotejakt: Ordinær jakt på et bestemt antall individer av en viltart med hjemmel i viltloven § 9, der kvoten er fastsatt av offentlig myndighet.

Lisensfelling: Skademotivert felling av et bestemt antall individer av en viltart med hjemmel i viltloven § 12, der kvoten er fastsatt av offentlig myndighet og det kreves at jegeren er registrert som lisensjeger i Jegerregisteret for å kunne delta.

Våpen under jakt og felling

Under ordinær jakt og felling kan det bare brukes rifle og haglevåpen med ladning av krutt. Under jakt og felling er det ikke tillatt å bruke pistol, revolver, halvautomatiske våpen av militær karakter eller helautomatiske skytevåpen.

Under jakt på elg, hjort, dåhjort, villrein, muflon, moskusfe eller felling av bjørn og ulv er det kun tillatt å bruke rifle. Det samme gjelder jakt på råbukke i særskilt bukkejaktperiode.

Under jakt på elg, hjort og rådyr er det ikke tillatt å bruke halvautomatisk rifle med mer enn tre skudd i magasinet og ett skudd i kammeret. Under jakt på eller felling av øvrige viltarter hvor det brukes halvautomatisk rifle er det ikke tillatt å bruke mer enn to skudd i magasinet og ett skudd i kammeret.

Salongrifle (salonggevær) kaliber 22 LR kan bare brukes under jakt på viltarter opp til en hares størrelse, men ikke til hare.

Til jakt og felling er bruk av hagle for mer enn to skudd forbudt.

Krav til rifleammunisjon

Under jakt på elg, hjort, dåhjort, villrein, villsvin, muflon, moskusfe eller felling av ulv og bjørn skal det brukes ammunisjon med ekspanderende prosjektil med minimumsvekt 9 gram og med følgende anslagsenergi:

- For ammunisjon med kulevekt mellom 9 gram (138,9 grain) og 10 gram (154 grain) skal anslagsenergien være minst 2700 joule (275 kJ) målt på 100 meters avstand, E100.
- For ammunisjon med kulevekt på 10 gram eller mer skal anslagsenergien være minst 2200 joule (225 kJ) målt på 100 meters avstand, E100.

Under jakt med rifle på rådyr, bever og gaupe eller felling av jerv og gaupe skal det brukes ammunisjon med ekspanderende prosjektil og anslagsenergien skal være minst 980 joule (100 kJ) målt på 100 meters avstand, E100.

Krav til hagleammunisjon

Under jakt og felling er det ikke tillatt å bruke blyhagl. Forbudet gjelder likevel ikke under jakt på li- og fjellrype, storfugl, orrfugl, rugde, jerpe, duer, ærfugl, skarv, kråke, ravn, skjære, nøtteskrike, trost, fasan, hare, sørhare, viltlevende kanin, rådyr, gaupe, mår, mårhund, vaskebjørn, rødrev, røyskatt, grevling, villmink og ekorn, og under felling av jerv og gaupe. Unntaket gjelder også for jakt på gress som oppholder seg på innmark, jf. friluftsløven § 1a.

Det er tillatt å bruke fyllingskule/slugs til jakt på rådyr. Til jakt på villsvin er det når haglegevær benyttes kun tillatt å benytte fyllingskule/slugs.

Obligatorisk skyteprøve

Ingen har adgang til å drive jakt og felling av storvilt med rifle uten at vedkommende har avlagt skyteprøve samme jaktår. Skyteprøven består av to deler.

Det skal først gjennomføres 30 obligatoriske skudd på valgfri blink. Deretter skal det for hver rifle som skal benyttes under jakt og felling av storvilt, skytes fem skudd mot dyrefigur godkjent av Miljødirektoratet. For hver rifle med flere løp, må det for hvert løp som skal benyttes til jakt eller felling av storvilt skytes fem skudd mot dyrefigur.

For kombivåpen (rifle-hagle), drillinger og dobbeltløpet rifle skal det skytes 3 skudd mot dyrefigur godkjent av Miljødirektoratet.

Skyteprøve for storviltjakt med rifle, må avlegges hvert år.

Ekspandert (i elg) og uekspandert Norma Eco-strice 9,7 gram (150 grains) kule i kaliber .30-06. Blyfri ammunisjon til storviltjakt i mindre kaliber som 6,5 x 55 er ikke lovlig på grunn av kravene til kulevekt og anslagsenergi.



Alle skuddene mot dyrefigur må være innenfor angitt treffområde.

Oppnådd sølvmerke i elgskyting (Norges Jeger- og Fiskerforbunds ferdighetsmerke) og bestått skyteprøve for bjørnejegere, godkjennes som skyteprøve når skyteprogrammene er godkjent av Miljødirektoratet.

For storvilt som har jakttid eller fellingsperiode som går fra ett jaktår og over i neste, gjelder skyteprøve som er avlagt i det jaktåret jakten eller felling av vedkommende viltart startet.

Fritak for skyteprøve

Personer som er fast bosatt i utlandet trenger ikke avlegge skyteprøve dersom de fyller kravet til å kunne jakte storvilt i sitt bopelsland. Dokumentasjon for dette må kunne fremvises.

Bruk av hund under jakt og felling

Bruk av løs, på drevet halsende hund er tillatt brukt under jakt på følgende viltarter: hjort, rådyr, gaupe, rødrev og hare, eller felling av gaupe. Boghøyde til løs, på drevet halsende hund som brukes under jakt på hjort og rådyr, må ikke overstige 41 cm.

Bruk av løs, på drevet halsende hund under jakt på gaupe og rødrev, eller felling av gaupe, er ikke tillatt i ordinær båndtvangstid. Under jakt på rådyr er bruk av løs, på drevet halsende hund tillatt fra og med 25. september og inntil jakttidens slutt.

Krav om godkjent ettersøkshund

Under jakt på elg, hjort og rådyr, skal jaktlag og personer som jakter alene ha tilgang til godkjent ettersøkshund. Fører og hund skal ha bestått godkjenningssprøve for ettersøksekipasjer i henhold til instruks for prøving og godkjenning av ettersøksekipasjer fastsatt av Miljødirektoratet.

Dersom slik hund ikke medføres under jaktutøvelsen, skal det gjennom skriftlig avtale være sikret tilgang innenfor et rimelig tidsrom etter påskyting. Kommunen kan kreve at jeger dokumenterer tilgang til godkjent ettersøkshund.

Vilkår for å jakte hjortevilt

Ingen kan drive jakt på hjortevilt uten fellings-tillatelse fra kommunen eller villreinnemnda. Jeger og kortutsteder er pliktige til å følge de direktiver som er trykt på kontrollkortet for villrein.



Bruk av løs, på drevet halsende hund uten krav til boghøyde er bare tillatt på gaupe, rødrev og hare.



Under jakt på elg, hjort og rådyr, skal man ha tilgang til godkjent ettersøkshund.



Som jeger har man plikt til å avlive storvilt som er såret eller skadet når man jakter på lovlig grunn og i lovlig jakttid.

Jaktlag som deltar i jakt etter elg, hjort og bjørn skal utpeke en ansvarlig jaktleder. Valdansvarlig plikter å melde jaktleders navn og adresse til kommunen før jaktlaget starter jakten. For bjørn er jaktlaget selv ansvarlig for at jaktlederens navn og adresse er meldt kommunen før jaktlaget starter jakten.

Ettersøksplikt, forfølgingsrett og avliving av såret storvilt

Den som under jakt eller forsøk på felling, skadeskyter storvilt eller kongeørn, plikter å gjøre det en kan for å avlive dyret snarest mulig.

Vedkommende plikter å forvise seg om påskutt dyr er truffet eller ikke. Jegeren og jaktlaget som har skadeskutt storvilt, skal ikke oppta jakt eller påskyte nye dyr mens ettersøk pågår. Innen valdets grenser skal ettersøk om nødvendig pågå ut dagen etter skadeskytingen. På annet vald opphører retten til ettersøk og felling ved utgangen av den dag skadeskutt storvilt kom inn på valdet, jf. lov av 29. mai 1981 nr. 38 om viltet § 34.

Melding om avlivingen skal så snart som råd gis til kommune og valdansvarlig representant.

Den som under jakt eller felling skadeskyter gaupe, jerv, bjørn, ulv eller kongeørn, skal uten opphold underrette Fylkesmannen og nærmeste politimyndighet. Fylkesmannen avgjør videre gjennomføring og avslutning av ettersøk. De som har deltatt i forsøket på felling eller jakt skal uten godtgjørelse bistå forvaltningsmyndighet eller politimyndighet i det videre ettersøk.

Dersom pliktig ettersøk første dag er uten resultat, skal jeger eller jaktlag uten opphold underrette jaktrettshaver og kommunen eller nærmeste politimyndighet om de faktiske forhold. Jeger og jaktlag som har deltatt ved skadeskytingen av viltet, skal uten godtgjørelse bistå viltmyndighet eller politi i det videre ettersøk.

Avliving av skadet storvilt i ordinær jakttid eller fellingsperiode

Jeger som på lovlig grunn og i lovlig jakttid eller fellingsperiode treffer på storvilt som er såret eller skadet slik at det er påført store lidelser og ikke kan leve eller bli friskt, skal avlive dyret for å hindre unødige lidelser.

Dersom jegeren ved avliving av hjortevilt har fellingstillatelse på tilsvarende kategori dyr, skal vedkommende straks ta stilling til om dyret skal tas på egen fellingskvote. Tar ikke jegeren dyret på sin fellingskvote tilfaller hjortevilt kommunen, mens annet storvilt tilfaller Viltfondet. Dyret skal straks gjøres opp slik at kjøttet ikke tar skade. Transport av slikt kjøtt må ikke foretas før melding er gitt etter tredje ledd. Er kjøttet ikke brukbart, skal det plasseres slik at det skjemmer terrenget minst mulig.

Avliving av skadet storvilt utenom ordinær jakttid eller fellingsperiode

Den som utenom ordinær jakttid eller fellingsperiode kommer over skadet storvilt eller kongeørn som er påført store lidelser og ikke kan leve eller bli frisk, skal umiddelbart melde dette til kommunen. Kommunen skal sørge for avliving dersom dyret ikke kan bli friskt.

Gjelder dette gaupe, jerv, bjørn, ulv og kongeørn skal kommunen straks varsle Fylkesmannen og nærmeste politimyndighet. Fylkesmannen og politiet kan beslutte at ettersøk skal gjennomføres med særlig kvalifisert personell.

Dersom det felte dyret er hjortevilt eller bever, tilfaller viltet kommunen. Dersom det er annet storvilt, tilfaller viltet Viltfondet.

Plikt til å la seg kontrollere

Enhver som utøver jakt, felling eller fangst etter denne forskrift, plikter å la seg kontrollere av politiet, Statens naturoppsyn eller av lokalt jaktoppsyn som er godkjent av det statlige naturoppsynet eller har begrenset politimyndighet. Kommunen eller villreinnemnda kan sørge for kontroll av felte



dyr. Ved jakt etter villrein kan villreinnemnda også sørge for kontroll av kontrollkort for villrein og eventuell skriftlig fellesjaktavtale. Hele forskriften finner du på lovdata.no

Salg av viltkjøtt, Mattilsynet

Alle jegere bør være opptatt av å slaktebehandle, oppbevare og transportere vilt på en hygienisk god måte. Det bør være selvskreivet at i begrepet «god jeger» ligger også kunnskap om riktig måte å ta vare på viltkjøttet. Hygienisk håndtering er helt avgjørende for å få et godt, holdbart og helsemessig trygt kjøtt.

Dersom viltet er skutt med blyholdig ammunisjon, må alt skadet vev og 10 ekstra centimeter i radius rundt skuddkanalen fjernes for at kjøttet skal kunne betraktes som trygt. Husk at du ikke bør gi dette kjøttet til hunden heller.

Denne kunnskapen er viktig uavhengig av om jegeren skal bruke alt kjøttet i egen husholdning, om det skal gis bort, eller selges videre til private eller til bedrifter.

Kunnskap om hygienisk håndtering av vilt kan en jeger tilegne seg på mange ulike måter. Blant annet arrangeres egne kurs i dette fagområdet mange steder i landet.

Noen jegere har tatt kurs med tanke på kvalitet og trygghet

Tre kursaktører i Norge arrangerer såkalte «feltkontrollørkurs» for storviltjegere. Disse kursene går over én dag og gir jegerne kompetanse i å vurdere om kjøttet tilfredsstillende hygieniske krav og om det stammer fra et friskt dyr. Feltkontrollørene utsteder erklæringer om at en viltskrott ikke har feil, alternativ tar de kontakt med Mattilsynet for grundigere vurdering. De lærer også om hvilke kontrollkrav som stilles dersom viltkjøttet skal omsettes videre (selges eller gis bort). Jeger som har deltatt på slike kurs tilfredsstillende kravene som stilles i regelverket for å kunne kalle seg «kompetent jeger».

De tre aktørene som arrangerer slike kurs i Norge er:

- Skogbrukets Kursinstitutt (Skogkurs)
- Mære Landbruksskole
- Norsk Hjortesenter

Det er utarbeidet en egen bransjeretningslinje for utøvelse av feltkontrolloppgaven. Retningslinjen er utarbeidet av Skogkurs, og kan bestilles derfra.

Krav om kompetent jeger/ feltkontrollør på alle jaktlag

Hygieneregelverket for kjøttproduksjon krever at alle jaktlag har minst én jeger som har gått på kurs og tilegnet seg kompetanse som kompetent jeger/ feltkontrollør. Mange jegere har deltatt på slike kurs. Dersom jaktlaget ennå ikke har sørget for å ha utdannet minst én kompetent jeger, finnes det unntaksregler som gjør at viltet likevel kan selges videre om ønskelig.



Skogkurs har i perioden 2010-2018 arrangert 230 kurs i feltkontroll av hjorteviltkjøtt med i alt 6 444 deltagere.

Kontrollkrav dersom jegeren vil selge eller gi bort kjøttet

Hvem vil du selge kjøttet til?	Kontrollkrav
Hele eller grove deler av skrotter av storvilt til detaljister (butikker, restauranter etc.)	Feltkontroll i eget jaktlag, eller kontroll utført av Mattilsynet på viltkontrollsted. Ved kontroll viltkontrollsted må indre organer følge med (hjerte, lunge, lever, nyrer, milt og hode).
Hele skrotter av storvilt til viltbehandlingsanlegg (produksjonsbedrifter/ grossister hvor det blir utført kjøttkontroll)	Kontroll av Mattilsynet på viltbehandlingsanlegget. Viltet må enten følges av erklæring fra feltkontrollør, eller indre organer (hjerte, lunge, lever, nyrer, milt og hode).

Kontroll på godkjent kontrollsted

Skrotten kontrolleres hengende og kan være oppdelt i maks åtte deler. Organer og skrott må oppbevares kjølig, men skal ikke være frosne ved kontroll. Blødninger fra skuddsår og synlig forurensning fjernes før kjøttkontrollen. Er du i tvil om skaden/endringen skyldes sykdom, tar du vare på det du skjærer vekk fra skrotten til kontroll sammen med skrotten.

Kontrollen kan bare foregå på godkjente kontrollsteder.

Samle opp storvilt

Mattilsynet oppfordrer jegerne til å samle opp storvilt til kontroll på godkjente kontrollsteder.

Merk skrotten

Ved kontroll av flere skrotter ved samme kontrollsted skal tilhørende organer/skrott merkes tilfredsstillende slik at forveksling ikke kan skje.

Kontrollsted

Krav for godkjenning av kontrollsted:

- ligger nær bilvei
- kan gjennomføre hygienisk kontroll
- lokalet er ryddet og rengjort
- tilgang til vann av drikkevannskvalitet
- skjermet for skadedyr

Avgift

Kontrollavgift på kr 150,- per kontrollerte dyr.

Småvilt

Småvilt kan omsettes fra jeger direkte til privatpersoner og til butikker, restauranter etc. uten kontroll. Dersom småviltet skal ut på større markeder må det leveres til et viltbehandlingsanlegg der det blir utført kjøttkontroll av Mattilsynet.

Trafikkskadet vilt

Trafikkskadet vilt som skal selges eller gis bort med tanke på at mennesker skal spise kjøttet, må alltid kontrolleres av Mattilsynet. Dette kan gjøres på godkjente viltkontrollsteder, eller i viltbehandlingsanlegg.

Mer informasjon finnes på mattilsynet sine sider om jakt og viltkjøtt.

Trafikkdrept vilt skal ikke benyttes til menneskemat.

Innførsel av hund til Norge

Mattilsynet har ansvaret for kontroll av levende dyr som føres inn til Norge. Se mattilsynet.no for mer informasjon.

Det er viktig å tenke på at det felte viltet skal bli menneskemat.





Fjellrypejakt på ettervinteren stiller krav til både utrustning og fysikk, og så må man ha flaks med været.



Fiske

Ressursgrunnlaget

Hvis sportsfiskere i innlandet deles inn etter fiskearter, er fluefiskere helt klart mest interessert i ørret og harr. Sik, røye og gjedde har også sine tilhengere, og spesielt sik og gjedde begynner å bli mer attraktive som fluefiske. Mye av årsakene til det er at siken er å finne på samme steder som harren, den kan bli storvokst, samt at den er utfordrende å fiske med flue.

Røye har enn så lenge en mindre målgruppe. Målgruppen er ikke mindre på grunn av røyas status som fisketype, men fordi det er få plasser i innlandet som kan tilby et godt sommerfiske. Særlig i fjellet og nordpå finnes vassdrag med storvokst og attraktiv røye.

Ørretfiske foregår for det meste ved hjelp av troling/dorging fra båt, men også fra land i de nærliggende gyteelvene. Elvefiske etter storørret kan sammenlignes med fiske etter sjørret og laks i rennende vann. Dette foregår både med ulike haspelmetoder og med en- og tohåndsfluestenger.

Ørretfiske har i dag en mindre kjerne av norske entusiaster, og de lokale sportsfiskere dominerer. Denne formen for sportsfiske er ofte krevende og kan sette tålmodigheten på prøve. Men på grunn av fiskens størrelse og muligheten til å utøve fiske med ulike metoder og redskap, har den helt klart et stort potensial til å tiltrekke seg sportsfiskere fra andre deler av landet og fra det utenlandske markedet.

Målgruppen som utøver sportsfiske etter gjedde er overrepresentert av haspelfiskere. Disse benytter ulike former for sluk, wobbler, soft bait og agn fra båt i åpent vann (trolling/dorging), men også fra land. De siste årene har det også blitt mer og mer populært å fiske gjedde med flue og gjerne med belly-boat (flytering) som fremkomstmiddel.

Fluefiske etter laks har alltid vært en av de mest myteomspunne og attraktive former for sportsfiske i hele verden, på linje med havfiske etter sverdfisk og tunfisk i flere-hundrekilosklassen, og oppstrøms tørrfluefiske etter ørret i kildeelvene i Sør-England. Dette har sammenheng med laksens styrke, og ikke minst med de mange kjente og

formuende personene som har drevet laksefiske på denne måten. Fortsatt er fluefiske en av de mest interessante fiskemetodene en laksefisker kan velge, men i dag har det blitt et allemannsfiske som også mer uerfarne fiskere praktiserer.

Laksefiske med sluk er gjerne ensbetydende med forsommerfiske etter storlaks, når elva er kald og stor. Statistikk fra ulike elver viser at mange av de største laksene tas på sluk.

Ser man de store lakseelvene under ett, er nok mark det agnet som gir flest laks på land i løpet av sesongen. Årsaken til at mange er ivrige markfiskere, er naturligvis agnets effektivitet når en treg storlaks skal lokkes til hugg på en kald forsommerelv, eller når en smålakselv flommer opp under et kraftig regnskyll.

Sjørret kan tas på praktisk talt alle tenkelige metoder: flue, spinner, dorging, meite og isfiske. Sportsfiske etter sjørret i elv følger samme mønster som laksefiske, men man pleier å bruke noe lettere utstyr. Ønsker man å fiske sjørret på dagtid, er høsten når vannet stiger, vanntemperaturen synker og blir uklart, den beste perioden.



Gjedde fra Mjøsa.
Foto: Thomas Stormoen

Målgrupper

Dette er generelle betraktninger og hovedtrekk i markedet. Det finnes flere glidende overganger. Det er jo ikke slik at det i Tyskland kun finnes gjeddefiskere, mens svensker kun vil ha storvokst harr.

Harren har en høy status hos svensker og blir sett på som en yndet sportsfisk. Norske harrguider har stor sannsynlighet til å motta gjester som er bosatt i Stockholmsregionen og sørlige deler av Sverige. I Nederland har harren omtrent den samme statusen. Også i Norge begynner vi å få et mer positivt syn på harren som sportsfisk.

Ørretfiske har en stor målgruppe, spesielt i Norge, Sverige og Storbritannia, og fluefiske blir bare mer og mer populært å benytte i jakten på ørret. Tilbydere og guider som ønsker seg inn på dette markedet, bør ha et spesielt godt produkt, der fiskestørrelsen er av stor betydning. Når det gjelder storørretfiske, er dette foreløpig mest utbredt blant norske og lokale sportsfiskere.

Sikfiske har hatt en lav status som sportsfisk, med unntak i noen mindre miljøer i Norge og Sverige. I dag merkes det en voksende etterspørsel fra nettopp Norge og Sverige, og da hovedsakelig blant fluefiskere. Med målrettet markedsføring kan siken som sportsfisk bli et attraktivt salgsobjekt.

Guidet gjørs- og gjeddefiske har helt klart størst målgruppe og potensial i Tyskland og Frankrike. Også i Nederland er gjeddefiske populært i visse kretser. Fra gammelt av har gjedde vært sett på som en ufisk i Norge, men i dag ser vi verdimesige

endringer blant sportsfiskere. Det blir stadig flere gjeddefiskere i Norge, og den begynner å bli en mer attraktiv sportsfisk både blant haspel- og fluefiskere. Gjeddene er en fiskeart som i tillegg til å være en sommerfisk, har potensialet til å bli en attraktiv vintersportfisk. Kombinasjonen av norsk vinter og godt gjeddefiske vil nok for mange virke svært eksotisk, særlig for det nordeuropeiske markedet. Dette setter selvfølgelig store krav til isens sikkerhet, samt tiltak for å unngå frostskafer.

Røye i innlandet er først og fremst en attraktiv vintersportfisk. Mye av grunnen til det, er fiske typens habitat og næringsvei om sommeren. I Sverige er etterspørselen stor etter røya (røding), og mange svensker reiser til Norge for å fiske på isen. I dag er det svært få som har laget guidete pakker rundt denne type sportsfiske, men røya gir muligheter til å utvide guidesesongen i form av isfiske.

I Danmark finnes det et høyt antall sportsfiskere som er reiseglade, men det er vanskelig å feste dem til en bestemt fiskeart i innlandet. Ørret, harr og gjedde er imidlertid populære fisketyper for danske sportsfiskere.

Lakse- og sjørretfiske har et bredt marked, spesielt fra nordiske land.

Man bør også vurdere nye markeder. Det er mange folk som ønsker å besøke Norge, som for eksempel kinesere. Hva med et lavterskeltilbud til disse? Eller barnefiske etter 1000-brødre. Basic fiske for folk med lave forventninger og erfaring, men som ønsker et ordnet og tilrettelagt opplegg.

*Fluefiske tidlig på morgenen er en god periode for å få fisk og få gjesten i riktig stemning med vakre naturopplevelser.
Foto: Henrik Traaseth*



Aktuelle fiskearter

Laks

Laksen er vanligvis anadrom, det vil si at den formerer seg i ferskvann, men har sin oppvekst i saltvann. Noen steder finnes innsjølaks, for eksempel, Väneren i Sverige. Gytemoden laks vandrer tilbake til samme vassdrag som den ble født. Under gytingen skifter hannen farge og blir mer brun- og rødaktig på kroppssidene, samt at den får en krokete underkjeve. Laksen foretrekker gyteplasser med grov grus, og den slåss om de beste gyteplassene. Hovedmengden av laks i Norge kommer i perioden mai-august.

Laksefiske

Oppgangen av laks starter tidlig på våren. Oppgangstidene varierer fra elv til elv. For eksempel går laksen tidligere opp i elvene på de britiske øyer, i forhold til flere av elvene i Norge. Som regel kommer storlaksen først (7-10 kg), så mellomlaksen (4-7 kg) og til slutt smålaksen (1-3 kg).

Det som særpreger laksen er at den slutter å ta til seg føde under gytevandringen. Laksen konsentrerer energien om det å komme frem til egnet gyteplass, bygge opp rogn eller melke, samt revirbeskyttelse. Derfor er det ulogisk at laksen skal ta sluk, mark, wobblers eller flue.

Dette har skapt mange teorier og spekulasjoner om hva som fungerer, noe som er med på å gjøre laksefiske spennende og attraktivt. Enkelte mener at laksen hugger på instinkt, og at dette har med mulighetene til å overleve mens den er ute i havet. Dette gjelder spesielt i oppgangsfasen. Etter hvert kan det dreie seg om påpassing av revir eller irritasjon. På slutten av fiskesesongen er laksen ofte preget av aggresjon, fordi det nærmer seg gyting, og andre hanner skal jages bort.

Mye av laksefisket er flaks, men det er en kjensgjerning at noen alltid tar mer laks enn andre. Dette er dyktige laksefiskere som behersker bruken med utstyret, men som først og fremst har god lokalkunnskap. De kjenner elvas vannføring, fiske-tidspunkt, huggpunkt og standplasser, og kan foreta valg av riktig utstyr og metode til enhver tid. Det er knapt noe annet fiske i Norge som er så avhengig av god lokalkunnskap og erfaring.

De fleste fiskerne følger de vanlige tipsene. Det kan være smart å gjøre det motsatte av alle andre, så fremt de ikke får mye fisk. Det å kunne presentere

noe som ikke laksen har sett 100 ganger tidligere på dagen kan gi resultat. Den som greier å presentere agnet få ganger, men riktig, har størst sjanse til å lure laksen. Det er derfor viktig å kunne komme tett på fisken med få kast, og overraske laksen med agnet. For å kunne dette er det særs viktig med lokalkunnskap.

Tidlig på sesongen er vannet kaldt, og laksen velger oftere dypere deler av elva med høler og renner. Her hviler den på bunnen hvor strømmen er svakest. Det beste fisket er rett etter at laksen har gått opp av havet. Vannstanden er da ofte høy og vannet er brunaktig. Farger som synes godt, som rødt og oransje er bra egnet ved slike forhold. Det blir ofte brukt synkeliner, dyptgående sluker og wobblere, eller mark med tungt søkke.

Om sommeren er ofte vannet varmere og vannstanden lavere. På denne tiden er laksen ofte å finne inne på grunner, og den blir gjerne stående i utkanten av strømdraget. Nyankommet fisk stiller seg gjerne oppe ved hølene ved munningen, der hvor vannet trekker seg sammen og skaper strømvirvler. Her slåss den med andre og er derfor aggressiv, noe som er positivt for fiskeren. På denne tiden kan det fiskes i høyere vannlag. Det brukes ofte flyteliner, lette sluker og wobblers. Noen har suksess med å la marken drive fritt med strømmen. Når vannstanden er på det laveste og vannet på det varmeste, er det mange som fisker med små fluer. Slukfiskerne har størst sjanse med kunstig agn som går helt i overflaten. Små spinnere kan fungere bra.



Laks tatt på sluk. Foto: Tom Roy Sørensen

På høsten øker ofte vannstanden igjen, og temperaturen synker. Det er da viktig at en fisker med lavere snørehastighet i forhold til tidligere på sommeren, da vanntemperaturen var høyere.



Det er vanlig å benytte farger etter omgivelsene både over og under vann. For eksempel når det er frodig og grønt rundt elva brukes det mye fluer med grønt i. Fargene over land skal skape et bedre gjenskinn i flua. Om natta benyttes ofte mørke farger og svart. Om dagen brukes duse farger.

Beste tidene på døgnet er generelt kvelden og demring om morgenen.

Ørret

I Norge er ørret den fiskearten som har vært og er den gjeveste etter laksen. I tradisjonelt norsk sportsfiske er det ørreten som allment har vært den mest populære, på mange måter folkets favoritt. Dette henger nok nøye sammen med at ørreten stort sett kan fiskes over hele landet, og er en god matfisk som gjør seg både til hverdag og fest. Selve prisen på ørretfiske er heller ikke avskrekkende, noe som gjør det mulig å involvere og inkludere flere segment av sportsfiskere.

Vi finner ørreten i ulike former, farger, størrelse og oppholdssted (habitat). Ut i fra disse kriteriene kan vi dele ørreten inn i fire hovedtyper: bekkørret, elveørret, innsjøørret (storørret) og sjøørret. De tre førstnevnte typene oppholder seg kun i ferskvann, mens sjøørreten oppholder seg i sjøen, utenom som yngel og når den er på gytevandring i elver.

Ørreten gyter vanligvis om høsten i perioden september-desember. Når selve gytingen skjer, avhenger av fiskens hypofysehormoner, samt ytre

faktorer som for eksempel temperatur og næringsdyrenes livssyklus. Gytingen skjer vanligvis i innløpsbekker, men også i utløpsbekker. Områder som er preget av grov grus eller småstein er gunstige gyteplasser.

Storørret

Med storørret menes en selvproduserende stamme med regulære forekomster av fiskespisende individer som har et nisjeskifte i livshistorien hvor overgangen til fiskediett gir et markert vekstomslag.

Storørreten har et annet livsmønster, en annen arvelig vekstevne, samt en lengre gytevandring, enn annen ørret. Storørret kan oppnå en vekt på over 10 kg. Dette skjer først og fremst i de store innsjøene som Mjøsa, Randsfjorden og Tyrifjorden, men det finnes også storørrestammer mange andre steder i innlandet.

Ørretfiske

Ørreten er ofte selektiv og sky. I jakten på ørreten kan man benytte sluk, spinner, soft bait, wobbler, flue eller agn som for eksempel mark og maggot.

Slukfiske etter ørret er en av de eldste og mest tradisjonsrike sportsfiskemetodene vi kjenner her til lands. Sluken er en form for redskap som blir benyttet mye under fjellfiske, elvefiske og dorging-/trollingfiske etter ørret. Siden slukfiske er enklere sett i forhold til fluefiske, har den allment vært en mye benyttet metode.

Storørret fra Mjøsa. Foto: Thomas Stormoen



Gode fiskeplasser er de samme som nevnt under harr når det gjelder ørretfiske i elv.

I innsjøer og stille vann er gode fiskeplasser ofte bundet til strandsonen, inns fra bekk eller elv, rundt odder og nes, under overhengende trær, sivkanter eller grunner.

Spesielt sluken, men også andre former for kunstige agn, er vanlig å benytte under storørretfiske under trolling og elvefiske etter gytevandrende ørret. Trollingfiske er den vanligste formen, da en effektivt kan fiske over store områder. Det utøves i fra det helt enkle med robåt og en sluk hengende etter, til det mer avanserte med motorbåt og annet teknisk utstyr.

Ut ifra når, hvor og hva som fiskes, endres hastighet, dybder og kunstig agn. For eksempel er det noen fisker som jager helt i overflaten til bestemte tider på døgnet. For å fiske effektivt er det viktig å ha riktig hastighet, lette skjesluker og flytende wobblere. Det skiller hovedsakelig mellom overflatedorging og dypvannsdorging.

Når storørreten vandrer opp i gyteelvene er den et attraktivt bytte for både flue- og slukfiskere.

Normalt er ørretfiske best om natta og grålysningen morgen og kveld. Dagfiske kan også gi godt ørretfiske ut i fra værforhold og klekkeperioder.

Sjørret

Sjørret er betegnelsen på anadrom ørret. Selv om den har et levevis som har mye til felles med laks, er den samme art som vanlig stasjonær ferskvannsrørret. På grunn av forskjellene i levested og levevis, samt historiske tradisjoner, betraktes likevel sjørret og vanlig ørret som to forskjellige arter. Med sin sølvgrå drakt er sjørret tilpasset et liv i saltvann. Utseendemessig er det umulig å skille mellom sjørret og pelagisk jagende innsjørret, og slik ørret likner mye på laks. Selv eksperter tar ofte feil, og hybrider mellom laks og ørret er trolig mer vanlig enn man tidligere trodde, noe som gjør det enda vanskeligere å skille mellom artene.

Det ser ut som elver med god bestand av laks har en variabel sjørretbestand og omvendt. Ørreten tåler lakseparasitten *Gyrodactylus salaris*, men er bærer av parasitten, og kan derfor smitte laksen.



Røye tatt på pilk. Foto: Trygve Øvergård

En konsekvens av dette er at sjørretfisket har tatt seg opp i mange elver som har blitt infisert.

På samme måte som laksen, vandrer sjørreten opp i elvene om sommeren. De gyter om høsten, mye på de samme lokalitetene som laks. Som voksen oppholder sjørreten seg relativt nært kysten og vandrer aldri så langt til havs som laksen.

Sjørretfiske

Sjørret kan tas på praktisk talt alle tenkelige metoder: flue, spinner, dorging, meite og isfiske. Sportsfiske etter sjørret i elv følger samme mønster som laksefiske, men man pleier å bruke noe lettere utstyr. Sjørreten pleier å gå opp seinere enn laksen, og fisket er gjerne best på mørke sensommernetter.

De seinere årene har man opplevd en enorm økning i interessen for sjørretfiske i salt- og brakkvann. Sjørreten følger ofte brislings-timene, og generelt er sjørretfiske i salt- og brakkvann best nær elveos, odder og viker. Kystfisket etter sjørret praktiseres med de fleste metoder; fluefiske, spinnfiske, dorging, meite samt isfiske. Slukfiske er trolig den mest populære metoden og også den mest allsidige.

Røye

Røya finnes i mange former, utbredt over store deler av Norge. Den er fra gammelt av en gjev matfisk, men er også en yndet sportsfisk. Å utøve sportsfiske og spesielt fluefiske etter røye sør i Norge, kan være vanskelig. Dette fordi røya står på dypt vann om sommeren og har sjelden vannflata som matbord. Ønsker en å oppleve et godt, stabilt fluefiske etter røye i Norge, er en avhengig av å reise til Nord-Norge.

I vann hvor det både er ørret og røye, vil disse to



fiskeartene ha to forskjellige habitat (oppholdssteder). Mens røya vanligvis søker dypere og kaldere vann om sommeren, søker ørreten som regel høyere vannlag.

Røya sine oppholdssteder og næringsfat gjør den først og fremst til en vinterfisk som er attraktiv for isfiskere.

I nord finnes røya i elver. Røya gyter vanligvis i innsjøer der hvor det er grusbunn, men også i elver og bekker.

Røyefiske

Røyefiske i innlandet er best på nyisen og om våren. Det er vanlig å fiske røye med røyebinke, pimpel, mormyshka, maggot, fjærmygg, reker og rogn. Det er også vanlig å bruke en flue som oppheng over agnet. Det å føre røye før selve fiske er gunstig.

Ønsker du å fiske røye med vanlig flue og haspel, er nok fangstmulighetene størst om man prøver seg på bekkerøya. Den er glupsk og blir lett trigget av bevegelser. For eksempel bør fluer bevegges på for å øke huggvilligheten til bekkerøya.

Dorging og kasting fra land med små spinnere og sluker som fisker svært dypt, fungerer godt. Mange

sommerfisker røye med konvoi som er en samling sluker (blinkende skjeer) som er koblet sammen, med en flue eller enkeltkrok med mark i enden av konvoien.

På isfiske vil det beste fiske være tidlig på morgenen, mens sommerfiske er avhengig av vanntemperatur og værforhold.

Harr

Harren finnes i alle de store vassdragene på Østlandet (Gudbrandsdalslågen, Glomma, Trysilelva/Femundsvassdraget, Renaelva), i tillegg til mange mindre sideelver. Den er også å finne i både elver og vann i Finnmark.

Harren har et varierende omdømme, men er i mange kretser høyt aktet som sportsfisk, spesielt blant fluefiskere. Statusen har vært voksende de siste årene, og både i Norge og Sverige drives det i dag spesifikk forvaltning og kultivering av arten.

Harrens popularitet henger nok nøye sammen med at den mer enn gjerne stiger opp og tar insekter på overflaten, selv utenfor de store klekkeperiodene. Det er også lettere å få fine eksemplarer på tørrflue sammenlignet med ørretfiske. Harren er ikke sær og lettskremt, og biter gjerne på flere ganger. Harren går også i stim, så det er store muligheter til å ta flere fisk på samme plass.

Den største utfordringen når harren ikke viser seg i overflaten, er å kunne lese elva og plukke ut potensielle standplasser. I slike tilfeller egner nymfefiske seg godt.

Harren starter gytevandringen under isløsningen og gyter tidlig på våren. Den skiller seg dermed ut i fra de andre i laksefamilien. Harren gyter i elver på grunne steder med fin sand og grus.

Harrfiske

Harrfisk kan utøves med agn (mark og maggot) og flue, samt små spinnere, wobblere og sluker. I tillegg er ismeite en meget effektiv metode i jakten på harren. I dag er fluefiske den mest brukte og populære metoden.

Når en skal guide innenfor harrfiske, er det viktig å inneha lokalkunnskap angående gode fiskeplasser. En må kunne lese elva, og ha evne til å finne harrens lokaliteter selv når den ikke viser seg i vannoverflata.

Harren kan faktisk fiskes hele året, og for mange fluefiskere er dette populært der hvor det er åpent for fiske. Det aller beste harrfiske vil man kunne oppleve tidlig på våren (fra midten av april), samt i



Pilking etter abbor. Foto: Thomas Stormoen

juni og i fra slutten av august til midten av oktober. Juli og august er også bra fiskemåneder, men ofte er klekkeperiodene mindre intense og vanntemperaturen (varmt vann) kan være med på å gjøre den større harren mindre huggvillig. Juni er en meget god måned, og særlig for de som ønsker å fiske med flue. I denne måneden starter de mest interessante klekkingene av døgnfluer, og noen arter innenfor vårfluefamilien. Tsjekkisk-polsk nymfeteknikk er en form for fluefiske man bør ha kjennskap til før en guider på harrfiske.

Døgnvariasjoner

Tidlig vårfiske er best på varme og solfylte dager. Harren blir da mer aktiv, siden slike dager også gir større tilgang på næringsdyr, samt at vanntemperaturen stiger.

I sommermånedene opplever man som regel det beste fiske om kvelden, natta og tidlig om morgenen. På høsten oppnår du det beste fiske på solfylte dager. Fiske fra midt på dagen og frem til det blir mørkt gir som regel de beste fangstene. Selv om fisken ikke vaker, har du store muligheter for å lokke harr til å ta tørrflue, men nymfer er nok generelt det mest effektive.

Gode fiskeplasser

Fosshoder, holer, strømkanter, bakevjer og renner i selve elva er ofte gode fiskeplasser. Steder som både gir ly og mat, er som regel oppholdssteder for fisken. I nærheten av store steiner står det ofte fisk. Disse steinene blir benyttet som gjemmested

og hvileplass. I tillegg til de skjulesteder og ly som finnes i selve elva, gjør landvegetasjon som busker og overhengende trær samme nytten. Denne formen for overhengende landvegetasjon gir også god tilgang på et yrende insektliv og småfisk. Den største harren har ofte standplasser i holer og i elvas litt dypere og stille partier.

Sik

Siken er vanlig å finne i samme vassdrag som harren, men er også utbredt i større vann og innsjøer. Sikens status blant sportsfiskere er foreløpig liten, men med mer kunnskap om fisketypen, og det faktum at den ofte oppnår en vekt på 1-2 kilo, gjøre at den har et godt potensial som et ettertraktet fangstobjekt.

Ved fiske etter siken i vassdrag, skal man lete på stilleflytende partier. Siken er en stimfisk. Siken gyter seint på høsten eller vinteren både i innsjøer og elver på steder som er preget av sand, grus eller mudder.

Sikfiske

Sik er mest vanlig å fiske på isen i mars-april. På isen brukes mormyshka eller en liten sik-pilk med maggot, mark eller fjærmygglarver. Mange steder benyttes Grindalsflua på vårisen i jakten på siken.

Siken kan fiskes med agn hele året. Siden den har relativt liten munn, er det fordelaktig å benytte små kroker. Meitemark og maggot fungerer godt sommer som vinter, men også små spinnere og sluker kan lure siken. Når en fisker sik, er det viktig å fiske sakte.

Harr, ørret og røye. Foto: Sjur Haanshus



De siste årene har det blitt mer populært å fiske sik med flue. Den fiskes ofte i større innsjøer i sommermånedene, eller i midten av oktober når siken gytevandrer opp i åer og stille elve-partier. Også på våren vandrer deler av sikbestanden opp i elver og åer. Den er litt mer sky enn harren, og mye mer kresen på fluevalg og presentasjon. Det er viktig å fiske seint og med fri drift på flua, unngå striping av flua. Ved kjøring av sik er det viktig å være rolig i bevegelsene og la fisken få bestemme i større grad enn harr og ørret. Sikene er relativt lauskjefta, og ufølsomme bevegelser vil kunne trekke kroken løs.

Uansett redskap og metode er det helt avgjørende å fiske sik med følsomhet og beherskede bevegelser.

Morgen og kveld er gode fisketider på sommeren, mens dagtid kan gi godt sikfiske om høsten.

Gjedde

I Norge har gjedda sin hovedutbredelse i deler av Finnmark og innen Østlandsfylkene. Gjeddene er en hurtigvoksende ferskvannsfisk som livnærer seg for det meste på annen fisk, og den foretrekker skadet eller svak fisk. Gjeddene er også en kannibal, men den tar også frosk, bunndyr, småpattedyr og fugl om sjansen byr seg.

Hunn gjedde kan oppnå en vekt på over 20 kg, selv om dette er ytterst sjelden. Hannen derimot, blir sjelden mer enn 5-6 kilo. Gjeddene sitt habitat er områder som er preget av tett og variert vegetasjon på grunt vann. Men lyset og vanntemperaturen midt på sommeren bidrar til at gjeddene trekker ned til dypere og kaldere vannlag. Byttefisker er også avgjørende for hvor gjeddene befinner seg.

Om sommeren er gjeddene generelt minst aktive midt på dagen, mens de om vinteren er mest aktive når det er som lyst.

Gjedde er en vårgyter (april-mai), og har et høyt aktivitetsnivå i denne perioden. I denne perioden trekker den til områder som er isfrie og har tett strandvegetasjon. Derfor vil bevarelse av vegetasjon være et viktig forvaltningstiltak hvis man ønsker å ta vare på og utvikle gjeddebestanden.

Gjeddefiske

Gjedde- og gjørsfiske foregår vanligvis i stille vann (innsjøer), men også i elver. De mest tradisjonsrike måtene å lure gjedde på, er med wobbler, sluk, soft bait eller agn. I dag er det også mange sportsfiskere som fisker gjedde med flue.

Agnfiske er svært effektivt, men i Norge er det ikke lov til å benytte seg av levende agn. Vanlige fiskemetoder er å meite på bunn eller i høyere vannlag med en form for drivende dupp. Det er også effektivt å fiske med agn i fra båt i fart.

Det som er viktig å vite ved bruk av agn, er at gjedde må få litt tid på seg. Den tar alltid byttet på tvers først, for så å vende fisken slik at hodet peker ned i halsen på gjedde. Det er derfor viktig å slippe ut litt snøre før en gjør mothugg.

Kunstige agn som sluk, wobbler og jigg er det vanligste å benytte ved gjeddefiske. Det fungerer godt både fra land og fra båt i åpent vann.

Wobbler finnes i utallige farger, fasonger og gange. Det er viktig å velge farger på kunstig agn som tiltrekker seg oppmerksomhet, og som fisker på ønsket dyp. En tommelfingerregel er å benytte lyse farger i klart vær og vann, og mørke farger i mørkt vær og vann. Kunstig agn med glorete kontrastfarger kan også gi godt fiske, særlig i grumsete vann med dårlig sikt.

Ønsker du å lure storgjedde med flue, gjelder det å bruke farger som ligner byttefisker i området. Men det kan i noen tilfeller være lurt å ty til glorete farger, og da særlig hvis vannet er grumsete og fisken viser liten interesse. I de tilfeller vannet er klart, vil mindre «flash» være bedre.

Popper fungerer veldig godt, spesielt på grunne områder. Den virker både lyd- og synsmessig meget opphissende på gjedde. Problemet med popper er selve krokingen, derfor er det veldig viktig av kroken har et



Gjedde fra Mjøsa 14,6 kg.
Foto: Mattis Evenrud

bredt gap. Kroken trenger ikke nødvendigvis være så stor, men krokgapet (avstanden mellom krokstammen og krokspissen) bør være stort.

Uansett farge og størrelse er det viktig at flua gir en tydelig silhuett sett fra undersiden.

Hvor og når?

Det beste gjeddefisket finner sted i fra slutten av april og ut juni. I denne perioden er gjedda konsentrert i grunne siv- og grasviker, gjerne nært land. Gjeddebestanden blir da meget konsentrert, og du kan oppleve et drømmefiske.

I juli og begynnelsen av august er ofte sjøen på det varmeste, og gjeddene (spesielt de store) trekker ned til dypere vannlag. Dette fører til at du som gjeddefisker må tilpasse redskap og metode deretter. Fra midten av august og ut oktober borger det for et godt gjeddefiske. I løpet av høsten synker temperaturen, og gjeddene som tidligere søkte dypere og kjøligere vann, jakter nå i høyere vannlag. Men fiskesesongen sett over ett, tas de fleste store gjeddene på 12-15 meters dyp i større sjøer.

For å lure gjedda til å hugge benyttes wobblere, sluker og streamere/tubefluer av forskjellige størrelser og farger. Gode fiskeplasser på høsten kan være grunner og viker i nærheten av dyp, og aller helst bør det være mye stein og vegetasjon i området, stor variasjon i bunnforholdene er bra. Husk at gjedda ikke svømmer rundt og jager til enhver tid, men trykker og ligger i skjul tett inntil bunnen, stein og vegetasjon hvor den foretar korte og eksplosive angrep på byttet.



Wobblere og sluker til gjedde. Foto: Kent Evenrud

Fiskemetoder

Fluefiske

En skal som guide være klar over at de fleste fluefiskere er imitasjonsfiskere. Det vil si at fiskeren prøver å sette seg inn i insektlæren for å kopiere insekter, og i noen tilfeller småfisk.



Fluefiskeren regnes ofte som spesialister, men ofte kan det være lurt å ta med fluer som du vet fungerer i det aktuelle vassdraget. Foto: Jørgen Henden

Fluefiskeren er meget opptatt av ulike insekters klekkeperioder, og disse klekkeperiodene er ofte avgjørende fisketidspunkt. Det er for eksempel slik at når Aurivillien (døgnflue) klekker, er det ensbetydende med besøk av sportsfiskegjester. Klekkeperiodene er i mange tilfeller med på å avgjøre fiskepresset og høysesong.

Hvis man skal guide entusiastiske fluefiskere i jakten etter ørret, harr og sik, må man ha kunnskap om områdets entomologi, det vil si hvilke insekter som klekker til ulike tider.

Guiden må også kjenne til hvordan de forskjellige insektene imiteres i ulike stadier, og hvordan imitasjonene skal oppføre seg under praktisk sportsfiske.

Ved imitering av insekter er det mange aspekt som er viktig å ta hensyn til. Det er for eksempel viktig at du som guide er klar over hvilke insektstrekk det er viktig å «kopiere». Imitasjonen skal blant annet ha riktig form og farge, og gi en silhuett som er lik originalen. Formen henger sammen med størrelsen, derfor er også dette elementet viktig å ta hensyn til.

Tsjekkisk-polsk nymfeteknikk

Dette er en teknikk som stammer fra Øst-Europa, og er en meget vanlig metode å benytte seg av



under konkurransefiske. Teknikken går i hovedsak ut på å fiske med nymfe nær bunnen i strømmende vann. Nymfene er fortyngede og skal synke raskt, og det er vanlig å bruke opptil 3 nymfer av gangen. Disse tre nymfene har ofte ulik vekt, slik at en fisker i forskjellige vannlag.

Fortommen nymfene er festet til skal være tilpasset dypet på fiskeplassen, og det mest vanlige er å fiske med flytesnøre. Videre vader man så nær potensielle standplasser som mulig. Selve utførelsen går ut på å kaste/strekke snøret så langt man kan oppstrøms, dvs. fortommen og et par meter av flytelinen. Ofte blir enden/spissen på flytelinen benyttet som napp-indikator, i andre tilfeller benytter man seg av noen desimeter avklippet kastesnøre eller backing. Etter å ha kastet snøret oppstrøms lar man nymfene drifte fritt med strømmen, derfor er det viktig at stangtuppen følger samme hastighet som snøret gjør i vannet.

Harren tar oftest i det nymfene har oppdrift og er på vei mot overflaten. Antagelig oppfattes oppdriften av nymfene som larver eller pupper som er i ferd med å stige til overflaten for å klekke (endre stadium).

Slukfiske

Innenfor haspelfiske benytter man seg også av kunstige agn som har som hensikt å imitere fiskenes byttedyr. Det kan være skjesluker, pilker, spinnere, wobblere, jigger og plastimitasjoner for å nevne de viktigste. Disse formene for kunstige agn etterligner altså rovfiskens naturlige byttedyr, og selv om de ikke går nøyaktig slik som «originalen» i vannet, lokker det likevel fisken til å kaste seg over det. Dette fordi rovfisken ofte er ute etter fisk

som er dårlig eller skadet, eller som på annen måte oppfører seg underlig i vannet. Det kunstige agnet sender ut signaler som stimulerer fisken til å hugge ved hjelp av form, farge og bevegelser.

Med dagens teknologi får man også kunstig agn som har korrekt størrelse og som gir fra seg lukt og lyd i vannet.

Ulikt redskap krever ulik metode. Dette er viktige element å ha kjennskap til som guide.



Meitefiske er en fiskeform med høy suksessfaktor for å få fisk. Her er en mort dratt på land.

Meitefiske

Det å fiske med agn er svært effektivt, og med riktig tilpasset agn kan du fiske de fleste fiskearter. Til innlandsfiske er agntyper som mark, død småfisk, maggot, fjærmygg og mais gode eksempler.

Innenfor meitefiske er det vanlig å mate før den planlagte fisketuren. Det fores ofte flere ganger og dager i forveien, noen river også opp bunnen med rive for å få fram byttedyr og tiltrekke seg fisk.

Haspelfiske er utfordrende på stille sommerdager.



I tillegg til nevnte fisketyper, er ulike karpefisker interessant meitefiske. Mange norske sportsfiskere har gode erfaringer med meitefiske etter ørret, harr, gjedde, røye og sik, men når det gjelder karpefiske har vi nok ennå mye å lære av briter, italienere, franskmenn og belgiere.

Meitefiske er en form for fiske hvor det er lett å involvere barn, samt at det fungerer godt under de fleste forhold. Selv om man her også får det beste fiske ved å kjenne til fiskens spisevaner, og treffe den ved matbordet.

Meitefiske har blitt modernisert mye, og meitefiskere i dag har ofte moderne utstyr. Dette gjelder spesielt innenfor karpefiske. Dagens mest avanserte utstyr er preget av alt i fra nappindikatorer med lys og lyd, stangstativer, rikt utvalg av dupper og kroker, fargeskiftende snører samt godt utviklede sneller og stenger. Det er heller ikke uvanlig å se meitefiskere benytte seg av fangstnett for å holde fisken levende, for så å slippe den ut etter endt fisketur.

Garnfiske

Enkelte gjester kan være interesserte i å leie fiske både med garn og stang i tillegg til overnatting.

Faktorer som er med på å avgjøre huggperioder

Fisken har spesielle huggperioder som er sterkt preget av lokale forutsetninger. Fisket blir for eksempel preget av faktorer som værforhold, pH-verdi i vannet, surstofftilgang, tidspunkt på døgnet, lufttrykk, månefaser, temperatur, vannstand, lysforhold og tilgang på byttedyr. Selv om fisken ikke biter på første kastet, kan dette endre seg under fisketuren.

Behandling av fisk for utstopping

Fisken landes og avlives så skånsomt som mulig. Legg fisken på en bordbit som er større enn fisken (dette for å beskytte finnene under nedfrysing). Den peneste siden vendes opp. La den lufttørke i ca. 1/2 time. Pakkes så i plast og legges på frys så raskt som mulig.

Ved utstopping eller skinnmontering blir fisken flådd og skinnen beredt. Så blir skinnen montert på en kunstig kropp. Avstøpning av hodet er nødvendig pga. fett og krymping. Med denne metoden kan fisken monteres i alle stillinger. Bulker som påføres fisken under frysing kan også elimineres. Fisken males ved hjelp av airbrush og pensel. Erfaring, riktig utstyr og forskjellige maleteknikker betyr alt når fisken skal få tilbake sitt naturlige fargespill. Dette varierer fra fisk til fisk. Mange tynne og presise lag maling legges på fiske-skinnet. Til eksempel kan det brukes 20 forskjellige farger på en ørret. Alle farger må gjenskapes.

Avstøpning av fisk forutsetter at fisken er meget pent behandlet under avlivning og oppbevaring. Bulker og skader kan være vanskelig og tidkrevende å reparere. Formen av fisken blir laget av silikon og gips eller gelcoat og glassfiber. Formen blir påført slippmiddel og fisken støpes i glassfiber. Så blir støpet malt på samme måte som ved utstopping. Malingsprosessen blir mere komplisert da glassfiberfisken mangler fiskeskinnets fargestruktur og grunnfarge. Avstøpning egner seg godt til alle typer fisk, men brukes helst til saltvannsfisk. Disse kan i mange tilfeller ikke skinnmonteres.

Utstoppet fisk. Foto: Svein Knutsen



WEIGHT 26+ KILOS. (58+LBS.)

KILLED BY P. MÖRCH,
AT VIGELAND FOSS POOL.
27th JULY, 1890.

LENGTH 4FT. 5IN.
GIRTH 2 FT. 3 IN.

Fang og slipp (catch and release)

I Norge har man i mange generasjoner fisket for matauk. Det å drive med fiske som hobby og rekreasjon er relativt nytt. Ute i Europa har kulturen vært en annen, og siden fiskeressursene i mange land har vært begrenset, samtidig som at de store fiskene har vært de mest ettertraktete, har mye av fisken blitt satt ut igjen rett etter fangst. Dette har blitt et eget begrep: «Catch and release». Mange utenlandske fiskere ser det som barbari å skulle drepe fisken, og man må derfor regne med at mange av fiskerne som kommer til Norge er vant til å slippe ut fisken igjen, og ønsker å gjøre det samme her.

For å kunne ha et bra fisketilbud, vil det flere steder kunne være aktuelt med ulike begrensninger, som «catch and release», dagskvoter («bag limit») og ulike former for størrelsesbegrensninger.

For at fisken skal overleve en gjenutsetting, må den behandles skånsomt. Det er derfor svært viktig at fiskeguiden lærer seg hvordan en skal behandle fisken.

De 10 bud for behandling av fisken. Ved å følge disse råd, unngår man å stresse og skade fisken unødig. Dermed har den en stor sjanse for å overleve en gjenutsetting.

- Land fisken så raskt som mulig, da den herved stresses minst mulig. Av samme årsak bør man ikke anvende for spinkel line, da det øker landingstiden.
- Bruk håv kun om det er absolutt nødvendig og i så fall en knuteløs håv.

- Sørg for at hendene er våte eller bruk våte bomullshansker, når fisken håndteres.
- Løs kroken med en kroklosertang og helst uten å løfte fisken opp fra vannet.
- Bruk kroker uten mothaker. Mothaken kan klemmes ned mot krokskaftet med en tang. Bruk ikke rustfrie kroker, siden fisken har vanskeligere med å kvitte seg med dem enn med kroker som kan ruste.
- Er fisken kroknet i svelget eller gjellene, og den blør kraftig fra kroksåret, bør den avlives, da sjansen for at den kan overleve er liten. Blør den ikke, klippes linen tett ved kroken.
- Unngå å presse på fiskens buk, siden det kan skade dens indre organer.
- Løft ikke fisken ut av vannet. Et bilde av fisken kan eventuelt tas mens fisken er helt i overflaten, eller den kan løftes opp et kort øyeblikk, mens bildet tas. Løft den ikke opp etter spolen.
- I kaldt vær bør man være spesielt påpasselig med at fisken ikke løftes ut av vannet, siden det kan skade fisken.
- Laksefisk bør ikke settes ut igjen hvis vanntemperaturen er over 18°C. Det er nemlig svært liten sannsynlighet for at den overlever da.

Desinfisering av fiskeutstyr

I prinsippet bør alle laksevassdrag ha et tilbud om desinfisering av fiskeutstyr, båter, etc. Det er imidlertid vassdrag som ligger i nærheten av gyroinfiserte

Fangst og slipp er viktig i mange sportsfiskekulturer. Her blir fangsten håndtert så skånsomt som mulig for å øke fiskens overlevelsessjanser etter fotografering. Foto: Jørgen Henden



vassdrag som har størst risiko for å få smitte. I slike vassdrag må fiskerettshaverne legge til rette for, og kontrollere, at fiskeutstyr og annet redskap desinfiseres under kontrollerte forhold før fisket starter.

I større vassdrag bør det etableres flere desinfeksjonsstasjoner. Fiskekortseltgere og fisketurisme-foretak som driver utleie av fiske innenfor et definert område av elva, bør samarbeide om å opprette en felles desinfeksjonsstasjon. Det er viktig at det etableres god samhandling mellom fiskekortseltgerne og desinfeksjonsstasjonen. Alle som selger fiskekort og som leier ut fiske, må spørre hver enkelt fisker om han eller hun er tilreisende og har fisket i et annet vassdrag. I tilfelle må fiskeutstyret desinfiseres før fisket kan starte.

Desinfisering av fiskeutstyr bør ikke føre til ekstrakostnader for fiskekortkjøperen. Dette kan føre til at fiskeren ombestemmer seg og ikke desinfiserer etter at han eller hun har kjøpt fiskekortet. Desinfisering av fiskeutstyr bør derfor finansieres gjennom fiskekortprisen.

Desinfeksjonsstasjonen bør utstede et bevis til fiskeren om at fiskeutstyret er desinfisert, med kopi til fiskekortseltgeren. Kopiene kan brukes som grunnlag for fakturering av tjenesten til fiskekortseltgeren. På denne måten kan antall desinfiseringer kontrolleres og man kan måle aktiviteten. Det er ikke urimelig at fiskekortprisene øker med kr 100,- når dette inkluderer desinfisering av fiskeutstyr.

God forvaltning koster penger! Det er en god investering for fiskerne å betale en høy pris for fisk ekort/utleie av fiske, når dette bidrar til å bevare fiskestammene og høyner kvaliteten på den lokale forvaltningen.

Utstyrliste for desinfiseringsstasjoner

En desinfeksjonsstasjon må ha et minimum av utstyr for å kunne gjennomføre desinfisering av fiskeutstyr, båter etc. på en rask og effektiv måte. I samråd med Mattilsynet anbefales følgende utstyr på desinfiseringsstasjonene:

- kar og balje. Ett stort kar som er stort nok til å legge håver og vadere i og et mindre kar/balje for sluker, sneller og fluer
- sprøyte. 1 liters dusjflaske (blomsterdusjer) er tilstrekkelig for desinfisering av vanlig fiskeutstyr. For større utstyr og båter anbefales en større hagesprøyte med hånd- pumpe



Desinfisering av fiskeutstyr. Foto. Svein Knutsen

- svamp til fukting av fiskevesker, etc.
- kraftig hårføner anbefales for tørking av fiskefluer og annet småtteri som kan miste farge
- tørkepapir på rull
- vannslange med rent vann. Skyllevannet må ikke renne rett ut i vassdraget
- kvitteringsblokk for gjennomført desinfisering

Det er anbefalt å bruke det kjemiske stoffet Virkon S (fås kjøpt på Felleskjøpet i pulverform). Stoffet blandes med vann til 1 % løsning (10 gram per liter vann). Stoffet er miljøvennlig, skånsomt mot utstyr, bleker ikke og effektivt så lenge løsningen har rosa farge. Ferdig oppløsning i sprøyter og flasker er holdbar i 1-3 uker. Bruksløsning hvor utstyret dyppes bør skiftes minst 1 gang per uke og alltid dersom løsningen blir skitten.

Retningslinjer for desinfisering, anbefalt av Statens dyrehelsetilsyn: Før desinfeksjon må fiskeutstyret demonteres. For å få full effekt av desinfeksjonsmiddelet må alt utstyr være reint. Etter behandling med desinfeksjonsmiddel bør utstyret skylles med reint vann, NB! - ikke skyll med vann fra infisert elv. Klær som er blitt fuktige eller våte, må tørkes,

gjerni i tørkeskap med god varme. Båter, vadere og fiskeutstyr som skal desinfiseres må være rengjort og tørre før desinfisering.

Virkon S

- Veterinærmyndighetene anbefaler å bruke Virkon S. Virkon S må virke i 15 minutter før avskylning for å oppnå full effekt. Ved dypping i Virkon S må utstyret holdes i løsningen i 15 til 30 sekund.
- Fluer, sluker og esker dyppes i Virkon S i minimum 15 sekunder og skylles av med vann etter ca. 15 minutter. Tørk med hårføner.
- Stenger sprayes med Virkon S som skylles av med vann etter ca. 15 minutter.
- Vadere/støvler settes i kar med Virkon S og vaskes utvendig med løsningen.
- Liner dyppes i Virkon S eller skylles med Virkon S i minst 30 sekunder. Hovedlina på fluestenger dras av og legges i løsningen.
- Sneller dyppes i, eller eventuelt sprayes med Virkon S. En må da la middelet virke i minimum 1 minutt før det skylles av med rent vann.
- Håver legges i løsning med Virkon S i minst 1 minutt. Dersom karet ikke er stort nok for hele håven, kan handtaket skylles med Virkon S, men hele nettet må ligge i løsningen i minimum 1 minutt.

- Fiskevesker kan legges i Virkon S eller fuktes utvendig og innvendig med svamp fuktet med Virkon S. Skylles og tørkes grundig etterpå.
- Båter, blåser, baderinger m.m. sprayes/dusjes med Virkon S og tørkes grundig etterpå. Pass på at båtene også desinfiseres innvendig, og at det ikke er vann igjen i båtene før de transporteres videre.

Alternativ til Virkon S

- Klor: Til desinfeksjon av større ting som vadere/støvler og håver kan man bruke klor. Klor anbefales primært ikke som desinfeksjonsmiddel, fordi det er mindre effektivt enn Virkon S og trenger lengre virkningstid for å ha tilfredsstillende effekt. Klor kan videre bleke vadere, klær, fluer m.m. En klortablett løses i 2-5 liter vann, og utstyret må ligge i løsningen i 30 minutter.
- Tørking: Tørk med minimumstemperatur 20 grader Celsius i minimum 2 dager
- Høy temperatur: Varm opp i minst én time med en temperatur på over 60 grader Celsius.
- Frysing: Dypfrys alt i minimum én dag.

Opplevelse og en god historie å ta med seg hjem betyr mye for fiskegjesten Foto: Johannes Plenio



Marked og potensiale

Der det satses på å utnytte sportsfiske i næringsøyemed, og for å utnytte potensialet innenfor fiske-turisme, er organiserte guidetjenester viktig. Det er i dag få fiskeguider både innen lakse- og sjørretfiske og innlandsfiske. En viktig årsak til at det ikke finnes så mange sportsfiskeguider i innlandet henger sammen med kunders betalingsvillighet, lite markeds-kunnskap og fordi nordmenn tradisjonelt skal greie seg selv.

Laksefiske er et satsningsområde og særlig mot det utenlandske markedet. En guides lokalkunnskap er viktig. Gode fiskeguider har ofte mye å si for tilfredsheten til fisker, og dermed også sjansen for gjenkjøp. Omsetningsveksten ligger nettopp i det å koble sammen ulike delprodukter til en mer helhetlig pakke. I satsingen på å utvikle pakker og eksklusive tilbud, er det viktig å inkludere guiding i opplegget. Slike opplegg er avhengig av guider som innehar gode kunnskaper, ferdigheter og holdninger.

Sportsfiske er en hobby som har aktører i alle samfunnslag. Mange sportsfiskere ønsker ikke å bruke mye tid på å lokalisere og bli kjent med fiskestedets fangstkriterier når de drar til nye fiskeområder. Tiden er ofte knapp, og ønsket om en god fiskeopplevelse er stor. Med andre ord ønsker kunden raskt å bli kjent med fiskeplasser, fiskemetoder og utstyrvalg, for å øke fangstmulighetene.

Spesielt det utenlandske markedet ønsker lokal kompetanse og guiding. Påstanden avhenger selvfølgelig av typen fiskere, men gjester som kommer kun for å fiske, søker som oftest lokalkunnskap. I stedet for å gi fra seg slik kompetanse gratis, bør innbyggere i distriktene organisere seg og ta seg betalt for denne type tjenester. Denne kunnskapen kan utvikles til et konkurransefortrinn.

Suksesskriterium

For å kunne bedrive salg av kvalitetsopplevelser til det entusiastiske sportsfiskemarkedet, er det to faktorer som bør ligge til grunn:

- Naturressursgrunnlaget må være av høy kvalitet, det vil si en tett bestand av storvokst fisk. For innlandet sin del er det først og fremst snakk om artene ørret, harr, sik, gjedde, røye og gjørs, men også abbor har et entusiastisk marked. Når det gjelder laks og sjørret, er det viktig å ha gode og bærekraftige stammer og skåne disse for sykdommer og parasitter i størst mulig grad.

- For å utnytte naturressursene og skape kvalitetsopplevelser som kan oppfylle forventningene ute i markedet, er det helt avgjørende med kompetanse/kunnskap.

Eksklusivt sportsfiske

Eksklusive fiskeopplevelser er et sett av tjenester, gjerne i kombinasjon med særskilte reguleringer (fiskeregler). Fiske blir eksklusivt på grunn av høy pris, gode ressurser og begrensninger. Det kan for eksempel dreie seg om en egen fluefiskesone hvor det kun er noen få fiskere som slipper til hvert døgn, samt at denne sonen har et mer kostbart fiskekort. I slike opplegg er guide og overnatting ofte inkludert.



Fin markering av fiskesti. Foto: Svein Knutsen

Denne formen for sportsfiske stiller store krav til at opplegget er seriøst, og at gjesten har en bra mulighet til å fange stor fisk. Slike opplegg kan være mer krevende å gjennomføre på grunn av høye forventninger, men det er eksklusive opplegg som stort sett tiltrekker seg de mest betalingsdyktige gjestene.

Potensialet

I en rapport fra 2009 anslår Norges Skogeierforbund en mulig omsetning av fiskekort for innlandsfiske til 513 mill. kr i 2020. Omsetningspotensialet for tilleggstjenestene blir anslått til 1 582 mill. kr i 2020. Det er grunn til å tro at det vil bli et økende marked for fisketurisme med guidet og tilrettelagt fiske i norske vassdrag. Markeds-potensialet og etterspørselen er stor innenfor sportsfisketurisme. En av hovedgrunnene til dette er at flere av de nordeuropeiske landene ikke har de samme naturressursene som Norge. Norge blir av mange sett på som en stor «grønn lunge» med store naturressurser. Spesielt elvene er kjente både i inn- og utlandet. Innlandsfiske har et kjempepotensial med milevis av elver og masse flotte



fiskevann med stedege fiskebestander. Videre er naturopplevelser populært i Europa, og spesielt tyskere er opptatt av naturbasert reiseliv. I tillegg har det å ferdes og å benytte seg av naturen som et sted for avkopling eller spenningsforløsning, en voksende popularitet. Kombinasjonen av flott norsk natur og det å utøve sportsfiske, blir for personer med liten daglig kontakt med naturen ofte sett på som en motsats til det daglige, og virker dermed eksotisk og tiltrekkende.

Antallet norske fiskere har holdt seg stabil de siste årene, og lite tyder på noe særlig vekst på bakgrunn av undersøkelser som er gjort om rekrutering. Det er rimelig å anta at antallet norske fiskere om 10 år vil ligge på omtrent samme nivå som i dag (650 000). Vekst i omsetning vil derfor hovedsakelig oppnås gjennom økt omsetning pr. fisker og økt tilstrømming av utenlandske fiskere.

I en rapport fra Norges Skogeierforbund og Reiselivsbedriftenes Landsforening (RBL) går det fram at ca. 650 000 nordmenn og 60 000 utenlandske fiskere fisket ferskvannsfisk i Norge i 2003. I 2008 var 30 % av laksefiskerne i norske elver utlendinger (av ca. 150 000 stk.). Hovedsakelig fra Danmark, Finland, Sverige og Tyskland, men også mange fiskere fra Storbritannia og Nederland. Av de norske fiskerne var kun 5 % kvinner.

I overkant av 80 % av de utenlandske fiskerne i 2003 kom i fra nordiske land. Spesielt laksefiske trekker også noen sportsfiskere fra land på andre kontinenter.

Markedet

I en undersøkelse som omhandler fisketurisme i innlandet kommer det fram at det i Europa finnes totalt 25 millioner sportsfiskere. Bare i Tyskland finnes det ca. 2 millioner sportsfiskere, av disse er 25 000 fluefiskere.

Cap Gemini Ernst & Young har også beregnet at fisketurisme representerer 9 ganger høyere inntekt pr. kilo fisk enn den inntekten som kan oppnås ved yrkesfiske. Synergieffektene og verdiskapingen i lokalsamfunnet som tilreisende fiskere bidrar med gjennom kjøp av varer og ulike tjenester, er også opp mot 9 ganger høyere enn verdiene lokale fiskere legger igjen.

En undersøkelse utført av Norges Skogeierforbund viser at av den beregnede omsetningen i forbindelse med laksefiske i Altaelva, Eibyelva, Namsen, Årgårdsvassdraget, Orkla og Naustad, blir kun 2 prosent brukt på tjenester som roere, klepper og guider.

Laksefiskere oppsøker ofte den samme elva mange år på rad. Samme undersøkelse viser at hver fisker gjennomsnittlig har fisket laks i 18 år, 11 av de årene i den samme elva. I snitt fisker de 10 dager per år, 4 til 10 timer i døgnet. Bare 1 av 4 får fisk i løpet av sesongen. Lokale fiskere fanger i snitt mer fisk per døgnkort, samtidig fisker de kortere pr. døgn, noe som igjen viser hvor viktig det er med lokal-kunnskap. Omkring halvparten av fiskerne bruker mark eller sluk, mens en av tre benytter flue.

Ørret tatt på flue. Foto: Svein Knutsen



I Tyskland og Frankrike har sportsfiskerne få vann med vill fisk. Mange må ta til takke med å fiske i dammer og overkultiverte vann og vassdrag. I Tyskland må sportsfiskere dessuten bestå en omfattende teori- og praksisprøve for å kunne utøve sin interesse. I tillegg koster prøven flere tusen kroner. Fiskeområdene i Norge har ikke dette kravet og blir derfor sett på som et yndet reisemål. Tyske sportsfiskere er som regel organisert i fiskeklubber eller i en av de to store fiskeforeningene i landet.

I Frankrike finnes det ca. 3 millioner sportsfiskere og den største andelen er slukfiskere. Av 3 millioner fiskere er ca. 500 000 lidenskapelige ferskvannsfiskere. Tallene forteller oss at det franske markedet er et svært potensielt satsingsområde for norske sportsfisketilbydere. Problemet er at dagens vertskap, fiskeguider og salgsapparat har dårlig med franskkunnskaper. Mange franskmenn er ivrige predatorfiskere, noe som gjør den norske gjedda interessant.

En trend er at franskmenn ofte reiser i mindre grupper på 2-4 personer, mens tyskere gjerne drar to familier sammen, eller en kameratgjeng på 6-10 personer. En gjennomsnittlig fransk sportsfisker bruker et sted mellom 700-1000 euro på en enkel fiskereise. Franskmennene er moderne sportsfiskere, og i de fleste tilfeller fisker de for opplevelsen sin skyld.

I Sverige utøver ca. 3,1 millioner sportsfiske årlig og av disse er det ca. 400 000 som karakteriserer seg som veldig interesserte.

I Danmark finnes ca. 550 000 sportsfiskere. Danmark og Sverige er to markeder som norske tilbydere ikke har problemer med språklig, samt at avstanden mellom landene er kort. Målgruppen er kjent for å være sene i sin bestillingsprosess, i motsetning til tyskerne som bestiller i god tid i forveien. Dette er noe selgeren og guiden må være oppmerksom på. Det er verdt å merke seg at gjester fra Sverige og Danmark i de fleste tilfeller reiser til Norge på egen hånd og ikke gjennom operatører.

I Nederland er det stor interesse for sportsfiske og Norge er et populært land å dra til. Nederlendere har selv mulighet til å utøve sportsfiske i kanaler, dammer og bekker. Det totale antall sportsfiskere er beregnet til ca. 2 millioner. Av disse fisker ca. 700 000 i ferskvann og ca. 400 000 er medlemmer i sportsfiskeklubber eller foreninger. Av alle sportsfiskerne i Nederland drar ca. 240 000 årlig til utlandet for å fiske.

Salg og markedsføring

Markedsføring av norsk innlandsfiske har tradisjonelt vært lite prioritert av tilbyderne. Ofte kan det være vanskelig å innse at man kanskje må bruke penger på markedsføring for å tjene penger på salg. De senere årene har flere aktører som driver med salg og markedsføring av innlandsfiske i Norge startet med rettet annonsering på internett.

Inatur.no er Norges største markeds plass for jakt, fiske og hytter i norsk natur. De differensierer på innlandsfiske og laksefiske. Her tilbys alt fra enkle fiskekort på privat eller statlig eiendom, til mer eksklusive produkter med overnatting, guide og de beste fiskeplassene. Inatur.no fungerer som en salgs- og markedsføringsportal både for private og statlige tilbydere. Typiske private tilbydere er de største private eiendommene, grunneierlag, elveeierlag eller lignende. De statlige tilbyderne er Statskog og fjellstyrene. Ofte tilbys det overnatting i form av enkle hytter og koier også hos de statlige tilbyderne. Her er det imidlertid mindre vanlig med produktpakker med guide og matservering.



Markedsføringen bør være spisset mot den/de gjestene du ønsker å guide. Det er stor forskjell å rette produktene mot proffe sportsfiskere i forhold til å kommunisere mot familiefiskere. Foto: Anna Lena Albertsen

Fishspot.no er, som de selv sier, et organ som skal fremme og videreutvikle sportsfiskeressurser og



tilhørende lokale virksomheter, som overnattings-tilbud, bespising og andre tilbud i lokalmiljøet. Fishspot markedsfører i all hovedsak fiske hos private tilbydere, men blant annet fjellstyrene er også å finne her. Fishspot differensierer på villmarksfiske, fluefiske, gjedde- og predatorfiske, fiske for barn, pakker, vann, felleskort, elver og universell utforming. Særlig pakkene inneholder høy grad av tilrettelegging i form av overnatting, guide, matservering og transport. Fishspot lager reklamefilmer for de ulike produktene, og tilbyr på denne måten en svært moderne og effektiv markedsføringsportal for fiske i Norge. Fishspot og Inatur samarbeider for øvrig med hverandre.

Felles for begge disse aktørene er at de er nettbaserte markedsføringsportaler som baserer salget sitt på at kundene leter seg fram til ønsket produkt gjennom søkemotoren, og kjøper produktet via internett. Dette er en kostnadseffektiv form for salg som treffer de fleste, da mange fiskere allerede er til stede på internett for å lete etter fisketilbud. I tillegg er annonseringen preget av gode bilder, videoer, kart, beskrivelser og anmeldelser. Dette gir solide og realistiske førsteinntrykk som trigger kundene. I tillegg fyller disse aktørene en viktig rolle for tilbyderne, nemlig som effektive salgs- og markedsføringsportaler for deres produkter. Begge nettsidene er engelskspråklige, slik at også internasjonale fisketurister kan finne fram til norske produkter.

Under lenker bakerst i heftet, er det ført opp flere forslag til nettstedet som kan være aktuelle til salg

og markedsføring av fisketurisme. Det kan også være en ide å oppspore tilsvarende nettsider i andre nasjoner for å markedsføre ditt produkt der hvis det er mulig.

Priser

Salg av fiske i innlandet kan bety alt fra fiskekort til en ukes guidet opplegg for flere personer inkludert overnatting og bevertning. Prisingen er stort sett markedsorientert, hvor mye er kunden(e) villige til å betale? Her avhenger mye av markedsføring, og om du lykkes å få tak i en eksklusiv kundegruppe som er betalingsvillige eller ei, og hvor mange gjester/guidede pakker du har som mål å realisere i løpet av fiskesesongen. Realiteten for mange som ønsker å drive guiding, er moderat betalingsvillighet, noe som innebærer en avveining mellom din glede av å være guide og fortjeneste.

Fiskekortet

Prisen på fiskekort varierer fra under hundrelappen pr. døgn til 300-500 kr døgnet. Prising skjer etter fiskeplassens attraktivitet. Prisene kan variere med når fisket skal utføres, før og etter 1. juli, samt isfiske. Fiskesoner indikerer ofte attraktiviteten i et vassdrag eller innsjø. Sesongkort koster sjeldent over 1000 kr. Mange steder kan fiskekort kjøpes av en familie billigere enn for enkeltpersoner. Fortjeningen av fiskekortet går stort sett til grunneiere.

Pakker

Hva en pakke inneholder varierer. Både med tanke på opplevelser for gjesten, men også for arbeid

for guiden. En basis pakke innebærer ofte fiskekort, fiskeravgiften, guidet fiske med kursing og instruering, mat og overnatting for en eller flere personer. Av dagens priser ligger guidede opplegg med overnatting og matservering ofte på 2 000 - 8 000 kr/person for en ukes opplegg. Stort sett ønskes 5-6 gjester pr. guide, men sjelden flere. I tilfeller åpnes det for flere gjester enn 5-6 stk., men til økt pris pr. person (innebærer ofte flere guider eller et mer intensivt opplegg for den ene guiden). Antallet skal først og fremst ta hensyn til gjestenes sikkerhet, men også personlig oppfølging og guidens evner til å innfri gjestenes forventninger. En til en (1:1) guiding gir høyere pris pr. person enn gruppeguiding.

Prisen avhenger her mye av overnattingsstedet og matserveringen. Hvilke muligheter er det i området og de avtalene du klarer å fremskaffe med grunneiere, hytteeiere etc., vil ha mye å si for hva guiden vil sitte igjen med etter endt oppdrag. Antallet overnattingsdager har også mye å si for prisingen. Få dager gir høyere pris. Overnattingssted vil ofte koste 400-1 000 kr for ett døgn for en person. Ved leie av for eksempel ei moderne hytte med sengeplasser til 6-12 personer, vil prisen for en ukes leie ofte havne et sted mellom 5 000-10 000 kr. Standard og beliggenhet har mye å si.

Eksempel

Dette gjelder for de enkle forutsetningene i eksemplet:
Hvis en guide får inn 6 gjester som er villige til å

betale 3 500 kr hver, vil ukes-pakken faktureres for 21 000 kr (husk å spesifiser om MVA er inklusiv eller ikke). Fiskekortet koster 250 kr pr. person. Fiskeravgiften koster 240 kr pr. person. Leie av hytte koster 6 500 kr. Mat og (inkludert) drikke koster 4 000 kr. I tillegg er det lurt å påregne noen ekstra utgifter med hensyn til noe småutstyr, transport, leie av båt m.m. Alt fra noen hundrelapper til en tusenlapp. Da sitter guiden igjen med en brutto inntekt på ca. 6 500 kr (+/-MVA). Arbeidsinnsatsen, antall timer arbeidet før, underveis og etter guidingen avgjør timelønnen. I dette tilfellet har guiden arbeidet 45 timer. Det gir en timelønn på ca. 145 kr. I tillegg fikk guiden 15 % tips av hele kjøpesummen fordi gjestene var meget fornøyde (525 kr pr. gjest). Noe som betyr 3 150 kr mer i regnestykket (214 kr/t).

Tipsing

I Norge er det ikke vanlig å gi tips, lønningen er regulert uten å ta høyde for tips og du som guide bør prise pakken uten å ta høyde for tips. Andre nasjoner har andre tradisjoner og holdninger til tipsing, ofte mellom 5-20 % (hentet fra Nettavisen.no). Tips kan sees som en bonus fordi gjesten(e) er fornøyd med opplevelsene som er gitt. Tips regnes som skattbar inntekt.

Fiskeravgift (anadrom laksefisk)

Skjema og priser finner du hos miljodirektoratet.no under fiskeravgift.



Ulike typer av fiskere

Entusiasten/spesialisten

For en guide er entusiasten/spesialisten den gruppen som er mest interessant å ta utgangspunkt i. Dette fordi spesialistene vil være overrepresentert ved typiske sportsfiskeattraksjoner sammenlignet med andre type fiskere. Entusiasten/spesialisten er den gruppen sportsfiskere som legger ned mest tid og penger i sin hobby, samt er villig til å reise over lengre avstander for gode sportsfiskeopplevelser. Reisemålet blir svært ofte bestemt ut i fra sjan-



Ofte er det sportsfiskeren som legger ned mest tid og penger i sin hobby og er derfor målgruppen som ofte ønsker guidet opplevelse. Foto: Jørgen Henden

sene til å få stor fisk eller mulighetene til å fange en spesiell art. Denne gruppen gir også en betydelig større sjanse for gjenkjøp av guidens tjenester. Dette avhenger selvfølgelig av om gjesten er fornøyd med produktet.

Entusiasten/spesialisten er en lett definerbar gruppe som ofte er enkel å treffe i markedsføringen. Ved siden av tradisjonell markedsføring, er de lett påvirkelig av positiv vareprat. En guide med en positiv holdning og fremtoning og som leverer tjenester som holder, eller overgår forventingen, er derfor en viktig bidragsyter i produktmarkedsføringen.

Entusiastene/spesialistene er en viktig bidragsyter når det gjelder å skape trender innenfor både redskap og metodebruk. Av den grunn er det viktig å følge med på hva som til enhver tid rører seg blant

denne type fiskere.

I de fleste tilfeller krever entusiasten/spesialisten kvalitet i alle ledd. Det være seg attraktive fiskebestander, høy standard på boenhet, guidetjenester i starten på oppholdet, god tilgjengelighetsgrad og serviceinnstilt vertskap. Segmentet er også meget interessert i områdets regler og filosofi knyttet til forvaltning og kultivering. Strenge fiskeregler virker forlokkende på mange sportsfiskere og begrensninger og pris gir en oppfatning av eksklusivitet.

Det er viktig å være oppmerksom på at det ikke trenger å være sammenheng mellom standard og kvalitet. Det er ikke nødvendigvis slik at et sted med høy kvalitet på selve fisket trenger ei hytte med alle fasiliteter. Eksempelvis drar entusiastiske sportsfiskere inn på Finnmarksvidda på grunn av det gode fiske, og her finnes det ikke overnatting med høy standard.

Guiden skal også være oppmerksom på at entusiasten/spesialisten kan deles opp i ulike undersegment og at det er viktig å kjenne til forskjellene mellom disse. Segmentet kan for eksempel deles inn ut i fra redskaps- og metodebruk eller ut i fra yndet fiskeart. Guiden må tilpasse seg etter hvorvidt han/hun guider en svenske som fisker harr med flue, eller en nederlander som utøver gjeddefiske med wobbler.

Kameratgjengen

Dette er ofte «gutta» som samles og ønsker å kombinere sportsfiske med det sosiale. Dette kan selvfølgelig være en gjeng spesialister, men tross det er ofte kameratgjengen et eget segment.

Det er ikke nødvendigvis slik at det er utøvelsen av selve fisket som står i sentrum, men turen/opplegget som helhet.

I noen tilfeller har kameratgjengen liten fiskeerfaring og da spesielt med fluefiske. De ønsker i mange tilfeller å kombinere individuelt praktisk fiske med guiding og kursing. Det kan være alt i fra grunnleggende kasteteknikk til det å lære å lese av stamplasser i elva.

Familiefiskeren

Familiefiskeren er som regel sportsfiskere som

ankommer et område hvor primærattraksjonen er en helt annen enn selve fisket, men fisket blir en del av totalopplevelsen.

Familiesegmentet er antallmessig den største gruppen blant sportsfiskere.

Steder som har et godt sportsfiske i tillegg til et bredt spekter av opplevelsestilbud, kan være forberedt på denne type gjester. Sportsfiske ved Lillehammer og Trysil er gode eksempler på steder som er velegnet til å motta familiesegmentet. Dette er steder som kan dekke aktivitetsbehovet til alle familiemedlemmene.

I noen tilfeller er det foreldre som skal lære barna å fiske, eller de ønsker et opplegg med en person som både kan guide og fungere som instruktør. Det er ikke størrelsen på fisken, eller antallet som er det viktige for denne typen fiskere. Det er samholdet og det å gjøre noe i fellesskap som er det mest betydningsfulle. I noen tilfeller er det entusiasten/spesialisten som har tatt med seg resten av familien og kombinerer sportsfiske og familieferie.

Bedriftsmarkedet

Dette markedet har to fellestrekk med entusiasten/spesialisten. Det ene er bedriftsmarkedets krav til kvalitet i alle ledd (har ikke krav til kun storvokst

fisk) og det andre er den høye betalingsvilligheten. En del kan være erfarne fiskere, men mange har svært liten eller ingen erfaring med fiske.

Matauk

Dette segmentet er normalt uinteressant med tanke på de tjenester en guide skal levere. Det er færre og færre som fisker kun for matauk. Likevel skal man være klar over at det er sterke meninger og interesser rundt tradisjonelt fiske for matauk kontra sportsfiske. Blant annet har fang og slippmetoden vært grobunn for debatt og konflikt. Mange matauk-fiskere reagerer sterkt på denne fiskemetoden. Som fiskeguide må man være forberedt på, og i stand til, å håndtere ulike situasjoner hvor man kan bli utsatt for sterke meninger og konflikt.

Avkobling

Dette segmentet er preget av mennesker som ønsker en naturopplevelse eller har andre hovedhensikter, og hvor fiske kun er en del av turen. Fangstresultatet er ikke så viktig. Det handler som regel om å koble av fra hverdagen.

Pilking i blåtimen kan være attraktivt for mange. Foto Trygve Øvergård



Gi gjestene det de vil ha!

Å tilby gjestene det de har behov for virker så logisk at det kan være vanskelig å forstå hvorfor det ikke er fullt akseptert.

Det finnes flere eksempler i de senere år på at servicebedrifter har gått konkurs fordi de har vært for produksjonsorienterte. Å være markedsorientert innebærer også at en følger med på endringer i folks behov og ønsker og ut fra disse endringer foretar endringer av produktet.

For å kunne yte god service og tilby kundene det de ønsker, er det viktig å kjenne til hva som styrer menneskets behov og hva som gjør det tilfreds. A. M. Maslow har utviklet en teori omkring dette:

De mest grunnleggende behovene er plassert nederst i hierarkiet. Når behovene nedenfra i figuren tilfredsstilles, oppstår de neste. I vårt velferds-samfunn vil ofte alle behovene være til stede. Ved å

være bevisst de ulike typene behov og se på muligheter til å innfri disse, vil man kunne øke kundetilfredsheten.

Selve teorien er svært omdiskutert, men en del momenter omkring ulike behov kan være nyttige å merke seg.

Eksempler på tilfredsstillende av behov i hierarkiet:

Fysiologiske behov: Innfris gjennom et godt tilbud om kost og losji.

Trygghetsbehov

Trygghet ved at kunden får god personlig service og vennlig behandling.

Sosiale behov: Så sant kunden ikke signaliserer at han/hun vil være alene, bør vertskapet ta kontakt og kanskje oppfordre og legge til rette for kontakt mellom gjestene på stedet. Samlingsstunder for å diskutere dagens fangst eller tur kan være aktuelt.

Annerkjennelse: Være vennlig og anerkjennende til hva gjesten forteller av egne erfaringer og opplevelser. Dersom gjesten gir komplimenter for stedet og opplegget, er det viktig å ta imot og takke på en god måte. Da vil gjesten føle at det betyr noe hva vedkommende mener og at det settes pris på.

Selvrealisering: Årsaken til at gjesten kommer, er for å oppleve og lære noe, og for å benytte seg av den eller de aktivitetene som er tilgjengelig. Gjesten ønsker å utfordre sine kunnskaper og ferdigheter innen fiske og ønsker å realisere sine drømmer om et vellykket fiskeresultat.

Før fisketuristen kommer

Før en kan ta imot den første fiskegjesten er det mye som må forberedes. Man må sørge for at man



En god pause mellom pilkeøktene. Foto: Trygve Øvergård



har et sted hvor gjestene kan bo, se til at fiskeplasser er i orden, ha mulighet for desinfisering av fiskeutstyr og lignende, og ned til forberedelser som gjelder den enkelte fiskegjest. Vi har derfor valgt å dele inn kapittelet om forberedelser i fire hoveddeler: fysiske forberedelser, virksomhetens papirmessige forberedelser, mentale forberedelser og de siste forberedelser.

Husvære, nødvendig klargjøring

Alt etter målgruppen for fisketilbudet som skal selges, kan standarden på husværet hvor gjestene skal bo variere. Enkelte krever hus eller leiligheter med høy og moderne standard, mens andre er fornøyde med langt mindre luksuriøse forhold og kan ta til takke med ei mindre hytte med brønn og utedo. Felles for alle er imidlertid at husværet skal være bra vedlikeholdt og rent (se under Jakt, Produktutvikling).



Hva du tilbyr gjestene av overnatting påvirker i stor grad hvilken type gjester du får. Foto: Mikael Fønhus

Tilrettelegging av fiskeplassen

Den fysiske tilretteleggingen langs vassdragene er viktig! Skilt, parkeringsplasser, stier, gapahuker, bålplasser, søppelkasser, utedoer, båter, etc., er et konkret tegn til sportsfiskerne om at: «Her har vi lagt til rette for at du skal ha en flott opplevelse». Fra andre områder i samfunnet er vi vant til å betale når noen legger til rette for at vi skal ha en flott opplevelse.

God tilrettelegging øker sportsfiskernes forståelse og aksept for å betale for å fiske. Motsatt vil et fiske i høy prisklasse som er dårlig tilrettelagt, gi sportsfiskerne en følelse av at de har betalt for noe de ikke får. Dårlig tilrettelegging er for eksempel: glorete plastikk møbler, presenning i stedet for gapahuk, mye søppel i omgivelsene, båter som ikke vaskes og vedlikeholdes, utedoer som ikke tømmes og



Om en gjest får se et slikt scenario, kan mye av opplevelsen av fiske være ødelagt og ikke minst respekten for norsk fiske. Det er viktig å ta en tur på planlagt fiskerute for å kunne avverge uheldige inntrykk.

vaskes, dårlig merking av fiskesoner. Sats på kvalitet, lokale materialer (tre og stein), lokale tradisjoner og lokale snekkere. Lag rutiner for vedlikehold gjennom sesongen og ta inn utstyr før vinteren kommer, - da varer tingene mye lenger. Husk å innhente tillatelse fra grunneier(e) til for eksempel å rydde stier og sette opp gapahuk.

Området gjesten har adgang til å fiske på, skal merkes så godt at gjesten ikke er i tvil om hvor han/hun har lov til å fiske. Det skal være så godt merket fra nærmeste vei at det ikke går an å ta feil dersom gjesten skal gå til lokaliteten selv. Ev. stier bør være godt ryddet, slik at det er lett å ta seg fram og dersom en må klatre over gjerder, sørg for at det finnes et trapp/stige. Fjern søppel og skrot langs stien og på fiskeplassen. Samlingsplasser skal være i orden med sitteplasser, bålplass og tørr ved.

Av og til kan det være nødvendig med større fysiske tilrettelegginger, som brygger, bruer etc. For en del slike tilrettelegginger må en være klar over at det

kan være nødvendig med byggetillatelse fra kommune/fylkesmann etc. Ta kontakt med kommune eller fylkesmann for å få tilsendt tips til tilrettelegging og/eller nødvendige søknadsskjemaer.

Skal båt brukes under fisket, sørg for at båten er i god stand, god å ro / enkel å kjøre. Årer og ev. motor og bensin må være klart. Ha redningsvester/flytevester til alle, både gjester og deg selv.

Desinfisering av fiskeutstyr

Etter hvert som folk reiser stadig oftere og lengre, blir det mer og mer viktig med desinfisering av fiskeutstyr for å hindre spredning av parasitter og fiskesjukdommer. Lær deg reglene og teknikken, og sørg for å ha tilgang til nødvendig desinfiseringsutstyr eller desinfiseringsstasjon (se eget kapittel).

Salg av fiskeutstyr

Det er viktig at gjesten har mulighet til å komplettere sitt fiskeutstyr med fluer, dupper og annet utstyr som er viktig for å fiske på akkurat denne lokaliteten. Kjøp enten inn en passende mengde utstyr som du kan videreselge til gjesten, eller allier deg med en sportsforretning eller lignende i nærheten.

Matsservering

Mat er alltid viktig, og dersom matsservering er en del av pakketilbudet som selges, sørg for å ha klargjort hvem som skal lage maten, hva som skal lages og hvor og når den skal serveres. God mat og drikke er for mange en viktig del av en ferie, og dersom du som vertskap eller guide kan diske

opp med god og gjerne tradisjonsrik mat knyttet til lokaliteten, vil det være noe som gir hele arrangementet et plusspoeng. Lunsjen kan med fordel serveres ute i det fri, gjerne i vannkanten tilberedt over bål eller gassbluss, og serveres på for eksempel tre-tallerkener og med trekopper. Husk at maten skal se delikat og god ut. Dersom det er du som guide som har ansvaret for lunsjen, øv deg opp på noen retter du kan imponere med!

Alt etter vær og årstid så bør middagsserveringen foregå uten alt for mye frysing og hutring. Da en gjerne er sliten etter en lang dag med fiskestanga, ønsker en å tilbringe kvelden i lunere omgivelser.

Opplevelser utenom selve fisket

De aller fleste av fiskegjestene kommer for å fiske og kun det, men enkelte dager kan vær eller vannføring være slik at fiske ikke lar seg gjennomføre. Da bør en kunne tilby alternativ aktivisering ut i fra hva som ønskes og hva som finnes i nærområdet.

I andre tilfeller kan gjestene ha med seg ledsagere som ikke vil eller kan delta i fisket. Det er viktig å få vite om dette på forhånd slik at man kan få forbedret seg på at noen kan sysselsette disse. Hva dette kan være vil selvsagt variere med hver enkelt gjest. Noen ganger kan det dukke opp ledsagere uten at en har fått beskjed, så det kan være lurt å ha tenkt gjennom hvem som har mulighet til å ta seg av vedkommende og hva en kan tilby.

En må også huske på å ta seg betalt for alt slikt ekstra arbeid, og at prisen blir oppgitt før aktiviteten starter.

Om du som arrangør/guide er godt forberedt, og har forberedt gjestene så godt det lar seg gjøre, er det lettere å innfri forventninger og levere et vellykket produkt. Foto: Henrik Traaseth



Førstehjelp

En fiskeguide må være godt svømmedyktig og bør kunne utføre grunnleggende førstehjelp i felt. De vanligste ulykkene vil være at gjesten faller i vannet, eller blødninger ved kutt, forstuing, hjertesjans, overoppheting, hoggormbitt og bruddskader i armer og bein.

Det bør finnes førstehjelpsutstyr i bilen og på hytta og et sett i sekken.

I tillegg bør en før fisket starter ha lagret telefonnumre til:

- nødnummer
- grunneieransvarlig
- fiskeoppsyn

De siste forberedelsene

Avtaler med guider og andre medhjelpere (til transport og lignende) må være klare i god tid før gjestene kommer. Avlønning av guider kan gjøres ved betaling i kroner pr. dag. Dagsatsene varierer, men starter på ca. 1 500 kr. Det blir ofte lange dager for en guide, så skal en følge en eller annen timelønntariff med tillegg for kveld, natt og helg, blir det fort så kostbart for arrangøren og gjesten at opplegget blir vanskelig å selge. En annen måte å godtgjøre fiskeguider på, kan være gratis fiske. Ved

bruk av egen bil bør det utbetales kjøregodtgjørelse for fiskeguidene og medhjelperne. En bør også ha gjort avtale med noen reserver som kan ta over dersom noen av de involverte guidene blir skadet eller syke. Det kan også oppstå situasjoner der en ser en må ha mer hjelp, og det er viktig at man har forberedt noen på at de eventuelt må stille opp.

Gjestens papirer

Under fisket skal gyldig fiskekort, eventuelt fiskeravgiftskort og desinfiseringsbevis medbringes. Det er du som guide som har ansvaret for at gjesten har med seg alle papirer og det skal det ikke slurves med. Det blir for dumt om en fiskegjest skulle bli kontrollert av et fiskeoppsyn og eksempelvis mangler fiskeravgiftskortet. Slike hendelser vil stemple arrangementet som useriøst.

Sosialt samvær

Under noen arrangement bor guidene sammen med fiskegjestene. Da må man være forberedt på at man aldri har fri og har en sosial oppgave i tillegg til fisket som kan være ganske slitsom. Der som fiskegjesten(e) skal bo på en gård hvor resten av familien til arrangøren/guiden holder til, er det lurt å forberede omgivelsene om at det skal foregå aktiviteter som krever mye av vertskapet.



Gjørs tatt på wobbler takket være en god fiskeguide.

Informasjon

Alle som skal ta imot gjester, bør sende ut all nødvendig informasjon i forkant. De aller fleste kjøpere av fiske har tilgang til e-post som gjør oversendelser enkle og raske. Mangler gjesten tilgang til data, må man ta utskrift og sende som vanlig post. Denne informasjonen bør fremstilles ryddig og kortfattet. Når gjesten(e) kommer er det lurt å ha informasjonsmapper tilgjengelig. Informasjonsmappen kan være i form av ringperm eller liknende i A4-format hvor informasjonsarkene settes inn i plastlommer og byttes ut etter hvert som oppdatering er nødvendig. Informasjon som ikke er oppdatert, har ingen hensikt, og vil bare forvirre og irritere gjestene.

Mangel på god og oppdatert informasjon er ofte en svakhet som gjestene gir uttrykk for i markedsundersøkelser. Informasjonen må selvsagt være på et språk som gjesten forstår og eventuell oversettelse skal være språklig korrekt. Det kan være mer ryddig både med hensyn til tekst og brosjyre-

materiell at hvert språk har sin mappe.

Omfanget av informasjon vil variere. Fra det generelle som man sender ved de første henvendelsene og som inneholder informasjon om området hvor fisket skal finne sted og opplysninger som er relevante for fisket, til det mer utfyllende som gjesten skal ha når pakken er solgt. Her skal man ikke være redd for å gå i detalj. Tenk på hva du selv ville spurt om dersom du skulle på en fisketur til et nytt og ukjent sted.

Informasjon om gjesten

Det kan også være greit å vite på forhånd om fiskegjesten(e) tar medisiner for hjerte, diabetes, blodfortynnende og lignende. I tillegg om det er matallergikere blant dem. Dersom en gjest av helsemessige årsaker ikke klarer de fysiske anstrengelsene fiskeopplegget innebærer, er det viktig at man ikke tvinger de med, men i stedet har alternativer som krever liten eller minimal fysikk. Selv om dette kan påvirke fiskeresultatet, er det bedre med færre fisk enn en død fisker.

Meitefiske etter ørret.



Hva kreves av en fiskeguide

På 1800-tallet kom engelske adelsmenn til Norge for å fiske etter laks og ørret. Disse fikk med seg lokale hjelpere som var kjent i området, visste hvor de best kunne få fisk, eller fungerte som roere. Dette var en eksklusiv form for fiske som bare noen få kunne ta seg råd til. Etter hvert ble fritidsfiske stadig mer vanlig også for den vanlige mann og kvinne, men for menigmann har det vært lite brukt å leie med seg hjelpere eller fiskeguides. Ulike fisketurister vil ha ulik grad av tilrettelegging. Fiskeguidens oppgaver kan være svært forskjellige fra lokalitet til lokalitet. I mange tilfeller ønsker fiskegjestene følge fra en fiskeguide i noen få timer for å vise grenser, gode fiskeplasser og lokaliteter. I motsatt ende av skalaen vil fiskeguiden være en som er med gjestene under hele oppholdet, instruerer i fisketeknikker, hjelper med valg av utstyr og fluer og er en aktiv hjelper under selve fisket. Kanskje har guiden også ansvar for husvære og bevertning. Forventninger til service og oppfølging bør avklares ved bestilling av fiskeproduktet. I de siste årene har antall utenlandske fiskere økt her i Norge og etterspørselen etter produktpakker med fiske, overnatting, bevertning og guide øker.

Men hva kreves av en god fiskeguide? For det første forutsettes det at han eller hun er en dyktig og erfaren fisker. Han/hun må beherske fiskemetoden det skal guides i på en fremragende måte. Dernest er det viktig at guiden er lokalkjent. Han/hun må ha god kunnskap om strømforhold, dyp, insektklekking etc. på lokaliteten og vite hvilke redskaper som er best egnet til ulike arter, forhold, årstider, værtyper, etc.

Fiskeguiden kan være en lokalkjent og erfaren fisker som leies inn ved behov, eller det kan være grunneieren selv eller den som selger fiskepakken, som skal guide gjestene sine. Like viktig som å være en dyktig fisker, er serviceinnstilling og motivasjon. I dette heftet er det nettopp disse sidene som blir trukket fram, selve guidejobben er ikke fokus, men i større grad hvordan få solgt guidete fiskeopplevelser.



Tilrettelagt regnbueørret fiske.

Guiding og tilleggstenester

Fiskeguiding skal være basert på fagkunnskap og lokalkunnskap. Fagkunnskap på fiske og fiskeutstyr, men også guideteknikk og kommunikasjon. Videre kommer kjennskap til internasjonal fiskekultur, språk og kunnskap om lokale forhold. Lokalkunnskap er særlig viktig for å kjenne til de ulike kvalitetene ved ulike fiskelokaliteter. I tillegg kommer kunnskap om lokal historie, kultur og mat til nytte i ulike guidesituasjoner. Ofte har fiskeguiden ansvar for å tilrettelegge et helhetlig opplegg som inkluderer overnatting, matservering og underholdning, i tillegg til selve fisket. Her kommer også evnen til mellommenneskelig kommunikasjon, forståelse og å yte service til anvendelse.

Graden av tilrettelegging styrer ofte hva gjestene forventer av produktet og fiskeguiden. Likevel kan man klare å styre forventningene dit man ønsker ved å presentere og styre informasjon på en gjennomtenkt måte. Forventningsavklaring er noe av det viktigste verktøyet man har i det første møtet med gjesten. Her er det viktig å tegne et realistisk bilde av produktet, samtidig som man sparer den beste informasjonen til gjesten har ankommet lokaliteten. Positive overraskelser i form av tilleggsprodukter, ukjente kvaliteter og ekstra service kan ofte være avgjørende for å innfri, eller aller helst overgå, gjestens forventninger. Å kunne tilby salg av fiskeutstyr som fluer, sener og annet mer eller mindre kostbart utstyr øker mersalget og gjestens oppfatning av ditt produkt som helhetlig og profesjonelt.

Har man i tillegg et nettverk av ressurspersoner man kan spille på, vakre bilder, lokale mat- og drikkespesialiteter og tilgang til et utvalg av tilleggstenester å spille på, da har man lagt grunnlaget for et vellykket produkt.

Tilrettelegging av guidet fiske handler mye om å minimere risiko. Planleggingsfasen skal inneholde alle elementer og aspekter knyttet til guidet og tilrettelagt fiske.

En-til-en-guiding krever mindre tilrettelegging enn større opplegg for et større antall gjester. Fordelen med en-til-en-guiding er at guiden kan

konsentrere seg fullt og helt om å innfri denne ene gjestens ønsker og behov, og gjesten opplever i så måte at han blir ivaretatt på en så god måte som mulig. Etter noen timer eller dager sammen med gjesten, vil guiden kunne oppnå et unikt forhold til gjesten og forstå hva som kreves for at nettopp denne gjesten skal lykkes.

Større guideopplegg for tre eller flere gjester krever et mer omfattende opplegg, og behovet for flere guider og andre hjelpere øker. Graden av tilrettelegging kan likevel være den samme som i en en-til-en -situasjon, men det er omfanget av det hele som øker.

Utdanning

Det finnes i dag noen utdanningsinstitusjoner og folkehøgskoler som tilbyr utdanning innenfor fiskeguiding.

Norges miljø- og biovitenskapelige universitet (NMBU), på Ås har et 10 studiepoengs kurs i fiskeforvaltning.

Høgskolen i Innlandet tilbyr årsstudium i jakt, fiske og naturveiledning som blant annet inneholder fiskeguiding med hovedvekt på fluefiske. Her er det fokus på fisketeknikk, guideteknikk, markedsføring og salg av tilrettelagt og guidet inn-

landsfiske. Utdanningen er både en teoretisk og praktisk innføring i fiskeguiding som profesjon. Godkjent årsstudium gir sertifisering som fluefiskeguide gjennom European Fly Fishing Association (EFFA), effa.org.

Skogn folkehøgskole tilbyr et år med jakt og fiske i Norge og USA. Her er fokuset på personlig utvikling og egne ferdigheter. Dette året kan legge grunnlaget for videre utdanning innenfor fiskeguiding.

I tillegg tilbyr stadig flere videregående skoler valgfag innenfor blant annet fiske. Dette kan også være et grunnlag for videre utdanning og satsing innenfor fiskeguiding.

I et område kan en også bli enige om en såkalt sertifisering av fiskeguidene, dvs. at de må ha gjennomgått en viss mengde kursing og fremvise spesielle fiskekunnskaper før de blir sertifisert. Det finnes i dag ikke noen slik sertifisering av guider, men dette kan gjøres lokalt der for eksempel en grunneier-sammenslutning bestemmer hvilke kriterier som skal fastsettes. I slike tilfeller kan en også foreta en viss uniformering av fiskeguidene, der fiskeguidene utstyres med et eget merke eller et eget antrekk. Dette vil i mange tilfeller virke positivt på gjesten(e).

Mjøsa. Foto: Kent Evenrud



Innlandsfiske - organisering

For å fiske i ferskvann må en innhente fiskerett, og det er grunneierne i et område som har fiskeretten. Det innebærer å innhente fisketillatelse fra grunneier, det vil i praksis si å kjøpe fiskekort. I elver og vann som grunneiere ikke har solgt kort eller gitt tillatelse til å fiske, er det ikke lov å fiske. Noen steder er det særregler, som f.eks. minstemål. Disse opplysningene kommer som regel frem av informasjon på fiskekortet. For barn under 16 år er det gratis å fiske i perioden 1. januar til 20. august. Ved fiske etter laks, ørret og sjørøye i elv må barn under 16 også kjøpe fiskekort, men de slipper å betale fiskeavgiften frem til de er 18 år.

Å tjene penger på fiske i innlandet har et stort potensial i Norge. For å få til et salgbart produkt med høy inntjening, kreves ofte en pakke som omfatter god service, oppfølging og oppvarting. Å kun selge fiskekort gir lav foredling av mulig inntjening. For å oppnå de store verdiene må en finne kunder som er villige til å betale for guiding, mat og husrom. Mange steder kan ikke en grunneier besørge alt selv, men med samarbeid er det mulig. Til eksempel: Mange tyskere er ivrige på gjeddefiske. En ivrig sportsfisker i bygda allierer seg derfor med en grunneier som har et godt gjeddevann og ei hytte nær vannet. Han allierer

seg også med en nabo som stiller båt til disposisjon. Mat og oppvarting får han et lokalt catering-firma til å stille med. Med dette samarbeidet har han sørget for at grunneier får inntjening på utmarksressursene og hytta. Naboen får noe for å låne bort båten. Det lokale catering-firmaet får en kunde, og han selv får inntekter for guiding. Om fisken kan selges som matfisk, er også dette et inntektsgrunnlag og noe som gir flere ledd i verdiskapningen. Om et område kan tilby ulike fiske, kan samarbeid med andre guider med spisset kompetanse være et alternativ, som for eksempel fluefiske. Samarbeid med allmenninger og Statskog kan være gode løsninger i områder der dette kan være aktuelt.

Et annet eksempel kan være at flere grunneiere ser med bekymring at tradisjonelt gode fiskevann som har, eller som potensielt kan trekke fisketurisme, begynner å forfalle ved at fisket blir dårligere og det er behov for å sette inn tiltak som kalking og tynningsfiske. Dette må organiseres og gjennomføres før en strategi om fisketurisme (igjen) kan startes. Dette arbeidet vil trolig forenkles og systematiseres med en god driftsplan. For å få til en god fiskeforvaltning bør samtlige grunneiere tilknyttet f.eks. ett vann med tilhørende elver, organisere seg.

Hvis salg av fiske og fiskeopplevelser har et visst omfang og varighet, der inntjeningen utgjør en viktig del av inntekten, bør registrering i Brønnøysundregisteret vurderes. Ofte er grunneiere registrert her fra før med

For barn under 16 år er mye av fisket gratis. Foto: Anna Lena Albertsen





Mange ønsker å overlate all planlegging og organisering til andre slik at de selv kan koble av med en aktivitet de liker.
Foto: Svein Knutsen

tanke på gårds og skogsdrift, men om inntektene fra fisketurismen innebærer utstrakt samarbeid med naboer og andre, bør eget foretak vurderes for å klargjøre roller og ansvar. Registrering kreves også for å søke tilskudd, for å få opprettet bankkonto, når det drives skattepliktig omsetning og ved lønnsutbetalinger (ansatte). Ofte vil organisering medføre et mer profesjonelt syn fra avtaleparter, samt at noen avtaleparter kan kreve det. Aktuelle organisasjonsformer er:

- Samvirkeforetak (SA): Anbefalt.
- Tingsrettslig sameie (hvert enkelt medlem har skatteplikt, samt at en har personlig ansvar).
- Forening (hvis det er lite samhandling og økonomisk virksomhet. Skal ikke arbeide for å ivareta rettigheter). Brønnøysundregisteret anbefaler ikke denne organisasjonsformen for utmarkslag.

For en som driver selve turismevirksomheten, kan enkeltpersonforetak og delt ansvar (DA) være aktu-

elle organisasjonsformer. En selvstendig kan drive guiding lovlig, så lenge øvrige lover og regler følges og det er kjøpt fiskekort. Skal det drives som næringsvirksomhet, må en registreres i foretaksregisteret. Andre lag og foreninger som velger å opprette et foretak i Brønnøysundregisteret, må registrere seg i enhetsregisteret. Om inntjeningen overstiger 50 000 kr over flere år, må laget registreres i MVA-registeret.

Organisering og samarbeid

En viktig grunn til å organisere seg er å skape profesjonelle miljøer for utvikling av produkter med guidet og tilrettelagt innlandsfiske. Andre viktige oppgaver er å ivareta felles interesse om god forvaltning av fiskeretten og fiskeressursene, samt sikre ordnede og tilrettede forhold for salg av fiskeopplevelser. Tilrettelegging og god forvaltning kan gi økt interesse for fiske i området, og dermed være viktig for å oppnå økt salg av fisketurisme. En god plass å ta pause kan bety mye for opplevelsen, men grunnforutsetningen for å selge fiskeprodukter er at fiskeressursen eksisterer. Da er det ofte snakk om at sannsynligheten for å få fisk er tilstede og at størrelsen på fisken innfrir annonserte forventninger.

En felles betegnelse for denne organiseringen av grunneiere kalles «utmarkslag», noen eksempler er grunneierlag, innsjølag, fiskelag og elvelag. Det er også mulig å ta for seg de fleste av «utmarkslagene oppgaver» gjennom for eksempel lokale jakt- og fiskeforeninger. Det er en lovbestemt plikt til å jobbe for å få en felles organisering der dette er hensiktsmessig. Loven oppfordrer til felles organisering av innlandsfiske (iht. §25 - første avsnitt), noe som først og fremst blir pålagt «forvaltningen» (jf. §6). I vassdrag med selvproduserende anadrom laksefisk er det plikt om felles organisering for fiskerettshaverne (§25 - andre avsnitt). Organiseringen kalles «elveeierlag». Øvrige vassdrag og vann i innlandet har ikke krav om obligatorisk organisering, men flertallet av fiskerettshaverne kan beslutte med bindende virkning at fiskeressursene skal forvaltes i fellesskap (jf. §25 - fjerde avsnitt).

«Elveeierlag, organisasjon av grunneiere med fiskerett i et vassdrag, ivaretar felles interesser i fiskestell og utnyttelse av fiske. Elveeierlag er organisert gjennom Norske lakseelver.» «Norske lakseelver, næringsorganisasjon for rettighetshavere til fiske i vassdrag med laks, sjørret og sjørøye.» (snl.no).



«Grunneierlag, sammenslutning av grunneiere som skal ivareta og drive felles interesser i utmark, særlig med henblikk på utnyttelse av jakt, fiske, hytteutleie, båtutleie m.m. Grunneierlagene er organisert gjennom Norges Bondelag og Norges Skogeierforbund.»

Der fiskerettshaverne plikter å gå sammen om felles organisering og forvaltning, er det krav om driftsplanlegging (§25a). For å lese mer om driftsplanlegging, se: Aas, Ø., Wang, Ø., Dervo, B. & Ødegård, F.E. 2010, i litteraturlisten. Her anbefales driftsplan for alle fiskeområder, også der det ikke er anadrom laksefisk. Driftsplanen er et viktig arbeidsverktøy for å oppnå det potensialet som ligger i fiskeressursene og det å legge til rette for utvikling av fisketurisme. Det er mulig å bestille «Driftsplan for innenlandsfiske» - en standard mal av Norges Bondelag. Om departementet ser det nødvendig kan de utarbeide en driftsplan på eget initiativ (iht. §25, siste ledd). Om organisering er vanskelig å få til pga. parters ulike interesser, er det mulig å benytte jordskifteretten til å avklare ulike forhold og ev. fremtvinge organisering (tingsrettslig sameie). Dette kan være hvis andelen av totalareal ikke overstiger 70 %, som er kravet for å opprette et utmarkslag.

I noen områder i landet er det opprettet fiskesoner.

Fiskesoner er soner som er opprettet for å regulere fiske og ikke-fiske i elver og vassdrag. Det er vanlig med et tak for antall fiskere/fiskedøgn i løpet av ett år. Ofte finnes fiskesoner i elver og vassdrag som er vernet, se lakseelver.no. Et eksempel på et område med sonebestemmelser er i nord, mot grensen til Finland, der en overenskomst mellom Norge og Finland sikrer fiskeforvaltning i vassdragene og elvene: <http://tanafisk.no/fiskekort/fiskesoner>. Andre steder kan grunneierlag eller elveeierlag opprette soner for å kunne selge ulike typer (pri-set) fiskekort, ofte etter et områdes popularitet og tilgjengelighet.

Organisering av fiskeguider

I områder der det vil være mest aktuelt for grunneiere eller reiselivsbedrifter å leie inn guider for kortere eller lengre perioder, og der det er flere guider som har sitt virke, kan det være aktuelt å organisere disse i såkalte fiskeguidebanker. Da må en ha et register over alle aktuelle guider som inneholder kontaktinfo, oversikt over fiskekunnskaper, hva slags fiske de kan guide i, hvilke områder de er lokalkjente på og lignende. Registeret kan for eksempel legges ut på en nettside der grunneiere, reiselivsbedrifter og fiskegjester kan gå inn og reservere guider for ønsket lokalitet og tidsrom.

Der det er flere guider som har sitt virke, kan det være aktuelt å organisere disse i såkalte fiskeguidebanker. Foto: Jørgen Henden



Lover og forskrifter

Lakse- og innlandsfiskeloven

Loven regulerer anadrome laksefisk (laks, sjøørret og sjørøye) og innlandsfisk. Med innlandsfisk menes all annen fisk i vassdrag enn anadrom laksefisk, dette gjelder også ål. Bestemmelsene om innlandsfisk gjelder som utgangspunkt også for kreps. Loven har som formål å sikre at naturlige bestander av anadrome laksefisk, innlandsfisk og deres leveområder samt andre ferskvannsorganismer, forvaltes slik at naturens mangfold og produktivitet bevares. Enkelte av lovens bestemmelser (blant annet importforbud og regler om kultiveringstiltak) er gjort gjeldende for alle ferskvannsorganismer.

Loven innfører fredningsprinsippet for anadrome laksefisk og for annen fisk i vassdrag eller deler av vassdrag hvor det går anadrome laksefisk. Dette innebærer at det er forbudt å fiske etter anadrome laksefisk med mindre det er åpnet for slikt fiske. I forskrifter til loven er det åpnet for fiske etter anadrome laksefisk i sjø og vassdrag til bestemte tider og med bestemte redskaper. Anadrome laksefisk som er fanget med redskap som er ulovlig til fangst av slik fisk eller utenfor lovlig fisketid for denne, skal straks kastes ut igjen.

Fredningsprinsippet gjelder ikke for innlandsfisk. Loven gir ingen generelle regler om fisketid for fiske etter innlandsfisk, men det kan være gitt lokale bestemmelser for kommuner, enkeltvassdrag eller andre områder. Disse bestemmelsene gis av fylkesmannen i det enkelte fylke.

Lakse- og innlandsfiskeloven oppstiller forbud mot import av levende anadrome laksefisk, innlandsfisk, rogn eller unger av slik fisk eller næringsdyr for fisk. Det er også forbudt å sette ut fisk eller iverksette kultiveringstiltak uten tillatelse. Loven setter forbud mot visse tiltak og fiske- og avlivningsmetoder, og gir regler om friløp i vassdrag og fiske og ferdsl ved faststående redskap.

Loven inneholder også bestemmelser om fiskerett, organisering og drift av vassdrag, kontroll og oppsyn, registrering av redskap og oppgaveplikt ved fiske.

Her følger en oversikt over sentrale forskrifter etter lov om laksefisk og innlandsfisk. Dette er forskrifter som gjelder for hele landet. I tillegg til de sentrale forskrifter, er det gitt mange lokale forskrifter som

gjelder for det enkelte fylke. Dette er blant annet forskrifter som angir fisketider i vassdrag og forskrifter om fiske etter innlandsfisk. De sentrale forskrifter etter Lov om laksefisk og innlandsfisk er under angitt i kronologisk rekkefølge, med de nyeste forskriftene først.

Forskrift om fysiske tiltak i vassdrag

Forskriften angir tiltak i vassdrag det er forbudt å iverksette uten tillatelse fra fylkesmannen, og gir fylkesmannen mulighet til å kreve at tiltak som er satt i verk i strid med bestemmelsene, blir fjernet slik at den naturlige tilstand blir gjenopprettet.

Forskrift om fisketider for fisket etter anadrome laksefisk i sjøen

Forskriften angir tillatt fisketid for de enkelte redskaper for fiske etter anadrome laksefisk i sjøen. Det er fastsatt ulike fisketider innenfor enkelte fylker og andre begrensede områder på bakgrunn av lokale bestandsvurderinger.

Forskrift om oppgaveplikt og om redskaper som er tillatt benyttet ved fiske etter anadrome laksefisk

Forskriften definerer de ulike redskapene som er tillatt for fiske etter anadrome laksefisk, og gir regler om registrering, merking, plassering og stenging av redskaper. I tillegg inneholder forskriften bestemmelser om fangstrapportering ved fiske i elv og sjø.

Forskrift om gjennomføring av flertallsvedtak vedrørende organisering og drift av vassdrag etter lov om laksefisk og innlandsfisk §25.

Forskriften regulerer bruk av flertallsvedtak til å oppnå tvungen organisering og drift av vassdrag. Forskriften angir fremgangsmåten ved bruk av flertallsvedtak og ved avholdelse av møte med sikte på å fatte slikt vedtak. Det fremgår av forskriften hvilke vedtak som kan fattes, krav til innhold i innkalling og i vedtaket, vedtakets gyldighet og bestemmelser om overprøving av vedtaket.

Forskrift om utsetting av fisk og andre ferskvannsorganismer for kultiveringsformål

Forskriften oppstiller et forbud mot utsetting av fiske i vassdrag, fjorder og havområder. Det gis regler om tilfeller der det kan gis tillatelse til utsetting fra fylkesmannen.



Forskrift om framleie av fiskerett

Forskriften setter forbud mot fremleie av fiskerett uten tillatelse fra fylkesmannen og oppstiller visse situasjoner der framleie kan skje uten særskilt tillatelse.

Forskrift om fiskeravgift

Forskriften regulerer i hvilke tilfeller det kreves fiskeravgift for fiske etter anadrome laksefisk og innlandsfisk. I tillegg oppstilles regler om dispensasjon fra kravet til betaling av avgift, og kontroll med betalt avgift ved salg av fiskekort.

Forskrift om etablering og drift av kultiveringsanlegg for fisk og kreps

Forskriften stiller krav om tillatelse for å etablere eller drive anlegg, dam eller innhegning for klekking, produksjon eller oppbevaring av anadrome laksefisk, innlandsfisk og kreps for senere utsetting i naturen. Forskriften oppstiller også vilkår for at tillatelse kan gis og angir tilfeller der tillatelse ikke skal gis. I tillegg gis regler om søknad og om tilbaketrekking av tillatelse.

Forskrift om jakt, felling, fangst og fiske på statsgrunn

Forskriften gir regler om forvaltning av fiske på statens grunn med unntak for fiske i statsallmenning som reguleres av fjelloven. Forskriften angir hvem som er forvaltningsmyndighet, og gir regler om blant annet utleie av fiske, begrensninger i fisket, redskapsbruk og bortforpaktning. Forskriften gjelder både fiske etter innlandsfisk og fiske etter anadrome laksefisk i sjø og vassdrag.

Forskrift om åpning for fiske etter anadrome laksefisk

Forskriften åpner for fiske etter anadrome laksefisk i sjøen og i vassdrag. Det følger av forskriften hvilke redskaper som er tillatt brukt i sjøen og i vassdrag, og minstemål for fiske etter anadrome laksefisk. Du kan også søke etter sentrale forskrifter på lovdata.no.

Laks fanget i Gaula. Foto: Tom Roy Sørensen





Bygdebaserte opplevelser

Bygdebaserte opplevelser – hva er det?

Med bygdebaserte opplevelser mener vi aktiviteter og opplevelser hvor naturgrunnlaget, det vil si fjellet, vannet, havet, skogen eller kulturlandskapet, generelt er en viktig ressurs for tilbudet.

Bygdebaserte opplevelser har et voksende marked med store utviklingsmuligheter. Kundegruppen faller inn under reiseliv. Stort sett er det turister som søker en opplevelse, men det kan også være lokale beboere eller lokale bedrifter som vil oppleve noe i nærmiljøet. Kvalitet og «value for money» er svært viktig for bevisste turister, og dette setter store krav til den som skal være leverandør av opplevelsene.

Reiselivet er i dag Norges tredje største eksportnæring, og er blant verdens største og raskest voksende næringer. Turistene blir stadig mer kresne og målbevisste i sine valg av feriemål.

Ifølge trendforskere er følgende parameterer viktige for å beskrive dagens turister:

- individualisme og selvrealisering
- helse og sunnhet
- det autentiske og ekte
- klimaendringer og miljøvern

Det er forventet mer reiseliv globalt, noe som trolig vil føre til økt turisme også til Norge. Mye av turismen i Norge er sesongbasert, og utfordringen ligger ofte i å skaffe kunder gjennom hele året.

Les mer om norsk reiseliv og turisme på norsk-reiseliv.no.

Kartlegging av tilgjengelige ressurser

I en tidlig fase i utviklingen av et aktivitetstilbud, er det nødvendig å gjøre en gjennomgang av hvilke ressurser som er tilgjengelige. Ved å gjøre en ressurskartlegging vil du kunne avdekke hvilke aktiviteter som allerede tilbys i dine omgivelser og hvilke samarbeidsmuligheter det finnes, samtidig som du ser hvor ditt potensial ligger. Ofte vil dette dreie seg om en eller to hovedaktiviteter og noen

støtteaktiviteter. Eieren av huset trenger ikke å eie eller drive alle aktivitetene selv, spesielt ikke støtteaktivitetene. Regelen er at hovedaktivitetene skal være godt utviklet og ha høy standard, og så kan støtteaktivitetene være noe mindre utviklet. Gjennom kommunikasjonen med gjesten bør du likevel være tydelig på hva din bedrift står ansvarlig for, og hva som driftes av andre.

Kartlegging

Ved å gjennomføre en situasjonsanalyse av ditt produkt/tjeneste i en såkalt SWOT-analyse (se figur), vil du kunne få fram interne styrker og svakheter og eksterne muligheter og trusler. En slik bevisstgjøring gjør det mulig å framstå med en klar identitet, som gjør det enkelt for kunden å forholde seg til produktet i fremtiden. SWOT-analyse (også kalt Soft-analyse) er et analyseverktøy som brukes av bedrifter for å analysere nåsituasjonen.

Kvanndalstinden, Romsdalen. Foto: Eva Skagestad



SWOT er en forkortelse for de engelske ordene Strengths, Weaknesses, Opportunities og Threats. Denne analysen kan ofte hjelpe til med å belyse problemer og muligheter ved virksomheten, som man kanskje ikke har sett eller vært oppmerksom på tidligere.

De to førstnevnte, styrker og svakheter, beskriver de interne forhold i bedriften som bedriften selv kan være med på å påvirke, dette være seg bedriftens økonomi, arbeidsstokk, innovasjonsgrad, personlig kompetanse osv.

De neste to elementene, muligheter og trusler, beskriver de eksterne forholdene som bedriften ikke kan påvirke, og dermed må ta hensyn- og tilpasse seg til. Dette kan dreie seg om ting som svingninger i verdensøkonomi, endringer i trender, naturgitte forhold osv.

Oppsettet er oftest utført som vist i figuren under, hvor man setter de ulike elementene inn i de forskjellige kolonnene. Ofte vil man se at enkelte elementer kan overlappe hverandre ved å være både en mulighet og en trussel, eller til og med alle fire punktene.

En grundig gjennomgang av SWOT-analysen vil derfor lette det videre arbeidet, siden det ofte kan utelukke enkelte produkter eller segmenter, før det legges ned arbeid i produktutvikling eller markeds-

føring. Dette arbeidet kan også føre til at man blir kjent med sider av seg selv og bedriften, som man kanskje ikke har vært klar over tidligere.

Hva bør vurderes?

Ved utvikling av bygdebaserte opplevelser med utgangspunkt i utmark, er det en rekke momenter som bør vurderes:

- **Areal:** Hvilke krav stilles til aktiviteten(e) du ønsker å tilby. Bør samarbeidsavtaler med f.eks. grunneiere, lag og foreninger gjøres for å sikre et godt tilbud?
- **Nettverk:** kan gi grunnlag for samarbeid eller inspirasjon. Ofte har noen andre prøvd å utvikle det samme som deg. Prøv å innhente kunnskap og erfaringer fra andre.
- **Geografisk plassering og beliggenhet:** Avstander fra byer og tettsteder samt viktige ferdselsårer, kan ha mye å si for hvor lett du kan forvente å få kunder. Dette har ofte sammenheng med andre opplevelser kunden kan forvente å finne i kort avstand til det du tilbyr.
- **Bygningsmasse:** Lønnsomheten øker gjerne med tilretteleggingsgraden. Kan du tilby overnatting og bespisning kan dette være positivt. Hva som kreves av lokalene avhenger i stor grad av forventet standard, årstid for aktivitetene og antall gjester. Tilgangen på gode sanitærløsninger som toaletter og vaskemuligheter, samt godkjent kjøkken dersom det tilberedes mat, er et krav uansett hvilken form for aktivitet som tilbys.
- **Driftsform og plassens historie:** Eiendommens basisaktiviteter kan danne grunnlaget for tilbudet av aktiviteter og opplevelser. Om eiendommen ikke produserer noe i dag, kan «historien» på eiendommen gi opplevelser og perspektiv for aktiviteten. Eksisterende virksomhet og arbeidsoppgaver vil også påvirke tilgjengelig tid til rådighet for den nye virksomheten. Det vil sannsynligvis ikke være mulig å bygge opp en ny arbeidsplass parallelt med full jobb ved siden av.
- **Tidsbehovet og arbeidskapasitet bør analyseres:**
 - Hva kan avsettes av tid? Forarbeid, planlegging og tilrettelegging.
 - Ulike tidsbehov til ulike årstider?
 - Helge- kveldsarbeid?

S	<ul style="list-style-type: none"> • Utadvendt personlighet • Relevant utdanning • God tilgang på aktuelle ressurser • Rett bygningsmasse
W	<ul style="list-style-type: none"> • Uerfaren som selvstendig næringsdrivende • Manglende kontaktnett • Økonomi
O	<ul style="list-style-type: none"> • Økt fokus på opplevelse • «Ren» natur • Økt reiseaktivitet
T	<ul style="list-style-type: none"> • Mange konkurrenter • Høyt kostnadsnivå i Norge • Global finanskris



- Må andre involveres for å løse noen av oppgavene? Hva og hvor mye?
- Menneskelig ressurser: Hvem blir involvert for å få gjennomført planlagte aktiviteter? På en eiendom kan det hende at hele familien blir involvert, kanskje flere generasjoner. Alle bør involveres i prosjektet for å utveksle erfaringer, kunnskap, kontaktnettverk, ønsker, begrensninger og ideer.
- Egenskaper til å være serviceinnstilt, være respektfull og evner til å omgås andre mennesker er nesten er forutsetning for de involverte. Dette kan læres.
- Andre viktige kompetanseområder kan være:
 - språk
 - økonomi
 - matlaging, bevertning og renhold
 - kunnskap om aktiviteten som tilbys
 - vedlikehold
 - naturkunnskap, stedskunnskap
 - sikkerhet

Det kan være til god hjelp å sette opp en liste over kompetansebehov og tilgjengelig kompetanse for deretter å spørre seg: hva er tilstrekkelig kompetanse, hva har vi og hva bør det fylles på med?

Andre aktiviteter og opplevelser

Hvilke aktiviteter og opplevelser man vil tilrettelegge for vil avhenge av ressursgrunnet, både areal og ikke minst egen kompetanse, eller tilgang på kompetanse. De fleste som satser på en form for bygdebasert opplevelsesturisme har husvære for utleie og tilbyr ulike aktiviteter som kunden kan delta i, i en viss avstand fra huset. Ofte vil dette dreie seg om en eller to hovedaktiviteter og noen støtteaktiviteter. Eieren av huset trenger ikke å eie eller drive alle aktivitetene selv, spesielt ikke støtteaktivitetene. Regelen er at hovedaktivitetene skal være godt utviklet og ha høy standard, og så kan støtteaktivitetene være noe mindre utviklet. Gjennom kommunikasjonen med gjesten bør du likevel være tydelig på hva din bedrift står ansvarlig for, og hva som driftes av andre.

Aktuelle tilleggsaktiviteter

Aktiviteter og opplevelser som man selv skal drifte og stå ansvarlig for, krever en stor grad av tilrettelegging. Husk at all tilrettelegging må tilpasses målgruppen man skal tilby produktet til, og hva slags kvalitet det er på aktiviteten. Denne tilpassningen mellom produkt og marked er det derfor viktig å være bevisst på fra starten.

Sandbaktjernet, Ringsaker. Foto: Anna Lena Albertsen



Aktivitetene som presenteres i dette kapitlet er:

- kajakk
- sykkel
- fotografering fra åteplass
- sopplukking

Sykkel og utstyr

Kjerneproduktet er veger og sykkelstier med beskrivelser, kart og merking. Til dette trengs sykler, hjelmer og kart merket med ruta og eventuelle steder av interesse. Merkingen skal gi god tilgjengelighet til ruta, og skal gjøre det enkelt både å finne startpunktet og ruta underveis.

- sats på solide sykler med erfart holdbarhet og enkelt vedlikehold.
- dersom sykkelrutene går i terrenget, på stier og bygdeveier, er det vanligste å velge en terrengsykkel. Hvis rutene har stort innslag av asfaltveger, er en hybridsykkel et alternativ da den har større hjul og triller lettere.
- de må være i god stand og med gode bremses
- de bør være enkle å justere, dette gjør det lettere å tilpasse størrelse til den enkelte bruker
- det kan det være lurt å ha sykler med ulik

setetype

- det bør være tilgang på reservedeler, vedlikehold og smårepresjoner må kunne utføres på stedet
- trygg sykkel plassering når syklene ikke er i bruk
- for noen målgrupper anbefales også barnesete og/eller sykkelvogn
- god merking av hele ruta
- kart som viser hele ruta med start og slutt, og med viktige attraksjoner mv underveis

Opplevelsesinnhold

Beskriv hva sykkelruta inneholder av opplevelser, natur, historie og kultur. Dette kan for eksempel være:

- rasteplasser
- kulturelle severdigheter ved eller nær sykkelruta
- naturopplevelser ved eller nær sykkelruta
- steder for å kjøpe mat, åpningstider, badeplasser etc.
- steder for bær og soppsanking
- bading

Kajakk

Kajakk er blitt en populær aktivitet og har du tilgang til sjø, vann eller elv kan dette være et attraktivt mersalg. Kajakkpadling krever fokus på sikkerhet. Er man selv uten erfaring med kajakkpadling bør man vurdere å ta et kurs, før man begynner med utleie.

Gode råd for valg av kajakk:

- enkelkajakk er mest vanlig
- dobbelkajakk gir større trygghet for uvante/utrente
- romslig cockpit
- romslig beinplass, fordi noen foretrekker å padle med sko/ fjellstøvler
- vanntette skott
- tau montert fra akter til baug
- plast eller glassfiber

Nødvendig utstyr:

- redningsvestvesten må være beregnet til bruk i kajakk og skal sitte stramt på



Ringebu fellet. Foto: Einar Stuve



- spruttrekk bør være i nylon da er det lettere å komme seg fri hvis en går rundt
- alle årer bør være delbare, vær oppmerksom på at Norge er eneste land med venstrevridde årer
- laminerte kart som lånes ut til kunden

Opplevelsesinnhold

Beskriv hva kajakkpadlingen kan inneholde av opplevelser og praktiske behov. Dette kan for eksempel være:

- kulturelle severdigheter ved eller nær padleruta
- spesielle naturopplevelser ved eller nær padleruta
- badeplasser
- rasteplasser

Krav til utleier

Utleier skal kunne instruere kunden i bruk av kajakken. Herunder bruk og innstilling av åre, ror, fot-pedaler, sete, redningsvest og spruttrekk, og vise hvordan man setter seg inn og kommer seg ut av kajakken. Krav til kajakkrutene:

- Beskrivelse av hver enkelt rute, markert på kart med GPS posisjoner. Det kan også merkes med tekst og bilder, og bør være tilgjengelig på hjemmesider og i gjesteperm.

Åtefotografering

Åtefotografering blir stadig mer populært blant både hobby- og profesjonelle fotografer. Det kan være en attraktiv tilleggsaktivitet, men det krever visse vilkår, og det er mange hensyn å ta for å etablere en god åteplass for fotografering av fugler og dyr.

Det pågår en debatt hvorvidt åtefotografering er bra eller ikke. Argumentene for at det ikke er bra går på at fuglene og dyrene ikke er «ville» og at deres naturlige instinkter svekkes. Noen kaller bildene uekte og at de er manipulert. Likevel er flere anerkjente fotografer positive til åtefotografering med begrunnelse at fuglene og dyrene fortsatt er ville selv om de spiser av åte, og at det gir optimale forhold for å ta bra bilder.

Valg av åte

Hva som kan brukes som åte, foruten det som er beregnet på menneskelig konsum, har blitt gjenstand for ulike reguleringer de siste årene.

Når det gjelder benyttelse av animalske biprodukter til åte mener Mattilsynet pr mars 2019 følgende:

Ordinært jaktavfall fra egen jakt i nærområde kan legges ut som åte uten nærmere beskjed til Mattilsynet, forutsatt at det er tatt CWD prøve og sykdommen ikke er påvist.

Padling på Begna, Aurdal. Foto: Anne Kristine Medhus



- Slakteavskjær i kategori 3 (blant annet deler av slaktede dyr som er erklært uegnet for konsum, men som ikke viser tegn til sykdommer som kan overføres til mennesker og dyr) kan hentes ut fra slakteri. Mottaker/bruker må registrere seg som spesiell bruker hos Mattilsynet, og slakteriet skal sende med handelsdokument med biproduktene.

Bruk av fallvilt krever at man må søke Mattilsynet om dispensasjon.

For en fullstendig oversikt se mattilsynet.no eller kontakt Mattilsynet i ditt område.



Fotoskjul. Foto: Arnold Halmstad

Kartlegging

Først må det gjøres en kartlegging for å kunne vurdere hvorvidt stedet er egnet:

Hvor finnes det interessante arter? Det er primært rovfugler som er etterspurt, noe som krever «sitte-plasser» i form av for eksempel tretopper.

Hvilken arter og hvor mange av hver kan forventes å se? Beskrivelsen bør også redegjøre for tid på døgnet og når i et kalenderår det er mest aktuelt.

Stedet må være godt egnet for fotografering med hensyn til lys, bakgrunn, forgrunn og fotoskjul. Fotografer ønsker muligheter for gode og varierte bilder.

Om man har anledning kan det være nyttig å prøve

ut flere plasser for å se hvilken som fungerer best.

Vurder om du vil ha kamera tilgjengelig for utlån/leie. Har du behov for viltkamera?

Opplevelsesinnhold

Beskriv hva åtefotografering kan inneholde av opplevelser og praktiske behov. Dette kan for eksempel være:

- Hvilken arter man kan forvente å se. Vis gjerne bilder som er tatt på den aktuelle åtestasjonen, disse bør også brukes i markedsføring, men husk at du alltid må ha tillatelse fra fotograf for å bruke bildene. Dette gjelder alt fra å ha bildene på veggen, i en trykksak eller på internett.

Kongeørn fotografert på åte av rødrev. Foto: Arnold Halmstad



- Hva som finnes av kamuflasjeutstyr.
- Hva slags fasiliteter som finnes. Er det lang vei å dra, ønsker man kanskje et sted å raste ikke så langt fra åtestasjonen.
- Andre spesielle naturopplevelser ved eller nær åtestasjonen.

Om man bygger et fotoskjul bør dette merkes med for eksempel "Fotokamuflasje, godkjent av grunneier. Kontakt telefon 12345678

Fôring av dyr og spesielt stor rovfugl betinger akt-somhet. Det er viktig å vite at man gjør ting på en måte som ikke er til fare for individer som kommer på åtet. Vær forsiktig med skarpe eller spisse gjenstander. Etter at åten er lagt ut bør ferdsele være minimal. Helst bør trafikken enten foregå før soloppgang eller etter mørkets frembrudd for å minimere unødvendig stress hos fugler og dyr.

Soppsanking

Gode sopper er attraktiv mat for både profesjonelle- og hobbykokker, og spesielt til viltkjøtt er sopp meget velegnet. Men, det er ikke bare å gå i skogen og plukke med seg den soppen man finner. Det er mange giftige sopper og man skal vite hva man gjør før en legger ut på tur.

Skal du tilby soppsanking må du ha kjennskap til sopp selv, eller at det finnes en soppkontrollør i nærheten. En giftig sopp i kurven vil føre til at all sopp må kastes.

Før du tilbyr soppsanking må du forvise deg om at det er matsopp i skogen. Det vil alltid finnes sopp, giftige sopper vokser overalt. Men matsoppen er litt mer kresen til sitt voksested.

Av utstyr trengs veldig lite, du kommer langt med en kniv og en kurv/nett eller tilsvarende. Soppen blir ødelagt om den blir «stengt inne» i plast.

Soppen bør foredles så fort som mulig, helst samme dag. Men om den står tørt og kjølig, kan den holde seg en dag eller to før den behandles. Om den ikke skal spises med en gang er det vanligste å fryse eller tørke soppen.

soppkontroll.no gir mye og god informasjon om soppsanking.

*Kantarell er en ettertraktet sopp i skogen.
Foto: Terje Johannessen*

Ulike typer aktiviteter som kan være aktuelle for bygdebaserte opplevelser

Tilgjengelige aktiviteter som driftes av andre

Det er viktig å oppdatere og sjekke ut at informasjonen om den/de gjeldende aktiviteter og opplevelser man formidler, er korrekt og stemmer overens med det gjesten faktisk opplever. Og som med alt annet man gjør, må også formidlingen av andres tjenester skje på en profesjonell måte. Dette innebærer blant annet at opplysninger om for eksempel tidspunkt, varighet og vanskelighetsgrad alltid må være oppdatert og korrekt. Videre må man kjenne til aktiviteten så godt at man kan formidle hva den innebærer, og kunne svare på eventuelle spørsmål. Dersom det er populære aktiviteter kan det være aktuelt å tilby for eksempel transport dit.

Gjør deg kjent med mulighetene i ditt nærmiljø og tenk gjennom hva du kan tilby.

Enkelte aktiviteter som ikke driftes direkte av deg, kan også regnes som hovedaktivitet. For eksempel dersom husværet ligger i kort avstand fra alpinsenterer o.l. Hovedaktiviteten krever at leverandøren kjenner, og kan aktiviteten bra. Man skal være i stand til å gi gode råd til kundene som spør. Ofte er kundene svært gode og erfarne utøvere av aktiviteten, så her nytter det ikke å bløffe. En må skaffe seg den kunnskap det er mulig å få tak i, og da spesielt lokalkunnskap slik at en er godt rustet til å veilede kundene.



Turer	Sportsaktiviteter	Aktiviteter i vann
<ul style="list-style-type: none"> • vandring • Riding • Hest og vogn /slede • Hundekjøring • Turer i telt/hytte - til hytte • Sykling • Skigåing 	<ul style="list-style-type: none"> • Orientering • Bueskyting • Luftgeværskyting • Økseasting • Juving • Fjellklatring • Aking • Tennis • Golf • Ballspill • Andre treningsaktiviteter 	<ul style="list-style-type: none"> • Bading/svømming • Rafting • Kano • Kajakk • Flåtetur • Båttur med fører • Båttutleie • Seiling • Dykking
Matauk	Fartsaktiviteter	Aktiviteter i luft
<ul style="list-style-type: none"> • sanking av bær • Sanking av sopp • Sanking av urter • Jakt • Fiske 	<ul style="list-style-type: none"> • Hundekjøring • Reinsdyrkjøring • Alpint ski/snowboard • Motorsport på bane (firhjuling/motorsykkkel) • Snøskuterkjøring • ATV-kjøring (firhjuling) 	<ul style="list-style-type: none"> • Småfly • Hanggliding • Paragliding • Kiting • Drageflyvning
Helse og velvære	Kulturelle aktiviteter	Kunnskaps- og opplevelsesaktiviteter
<ul style="list-style-type: none"> • grønn omsorg - «inn på tunet» • Spa • Avslappende ferier i landlege omgivelser • Samvær/bespising i eksotiske omgivelser (Lavvo, gamme, isslott/iglo mm) 	<ul style="list-style-type: none"> • Kulturminner/arkeologi • Musikk/teater • Kjøkken med tradisjonsmat • Historiske vandringer • Keramikk - skulptur (egenaktivitet) 	<ul style="list-style-type: none"> • Gårdsopplevelser • Naturguiding • Fugletitting (fotografering) • Blomstervandring • Dyresafari (elg, hjort, bever osv) • Hvalsafari • Fotosafari • Fossesafari • Guidet fjelltur/topptur • Nordlys
Leker		
<ul style="list-style-type: none"> • Skattejakt • Stylteløp • Sekkeløp 	<ul style="list-style-type: none"> • Potetløp • Balansering • Vedstabling 	



Markedsføring og salg

Du må til enhver tid kunne gi klare svar på følgende spørsmål:

- hvem er du? (bedriften din)
- hva leverer du?
- hvorfor skal jeg kjøpe av deg?

Det koster penger å hente inn ny trafikk. Da er det billigere å sikre seg gjenkjøp, fornøyde kunder vil være gode markedsførere til slekt/venner/kolleger. På denne måten bygger man opp et fast kundegrunnlag over tid. Godt markedsarbeid er når gjesten etter første opphold er så godt fornøyd at han foretar gjenkjøp, og er like fornøyd den andre gangen. Dette understreker at markedsføring/markedsarbeid er en kontinuerlig prosess. Du kan ikke slå deg til ro med at en fornøyd gjest i dag også vil være en fornøyd gjest om to år.

God behandling av «gamle gjester» er viktig. Send en hilsen, et julekort eller noen bilder fra besøket, og de gode minnene varer lenger.

Det lille ekstra

God markedsføring er når du/dere kan tilfredsstille de behov og ønsker som hver enkelt gjest har, slik at de blir tilfredse. Derfor er markedsføring også:

- Når vertskapet setter inn frukt eller blomster fra egen hage.
- Når vertskapet kan «trylle fram» en kvikkunnsj og noe å drikke, når gjesten begynner å bli sliten under turen.
- Når du prater med gjestene om løst og fast og får dem til å føle seg hjemme.
- Hvis dere føler at det er noe de liker godt eller har behov for – prøv å skaffe det eller gjør noe med det. Dette koster så lite, men betyr så mye for den enkelte gjest.

Kommunikasjonsråd

- Ta utgangspunkt i hva slags informasjon mottaker/kunde har behov for! Hva har kunden tro på? Hva drømmer han/hun om?
- Informer om hva kunden kan oppnå. Ikke skriv «Vi kan, vi skal, vi må». Bruk heller «Du kan få, du kan glede deg til» osv.
- Snakk MED kunden, -bruk et språk som er involverende og lettfattelig, ikke selvskryt og overfladisk.



Av og til spiller naturen på lag.

- Ikke bland salg og markedsføring med informasjon. Når kunden har gjort en bestilling og får tilsendt informasjon om produktet som er bestilt, skal dette være konkret og uten «overtalelser».
- Garanter kunden diskresjon. «– Hos oss kan du være anonym!» Interessant for kunder som ikke ønsker å bekjentgjøre sin aktivitet, dette gjelder spesielt de som retter seg mot bedriftsmarkedet.

Merkevarebygging

Det at forbrukeren skal kunne skille et produkt fra et annet er produktmerket, er en viktig faktor. Positive merkeassosiasjoner kan aldri bygges på et mangelfullt produkt.

Merkevarebygging går hånd i hånd med produktutvikling. Et godt produkt gir gjenkjøp. Merkevarebygging kan skje på flere nivåer. F.eks. kan Laksefiske i Norge være en «nasjonal» merkevare. Samtidig kan Laksefiske i Stjørdalselva, på gården Kjeldsbergnes være en spesifikk merkevare.

Inovasjon Norges slagord om Norge er: ekte, velskapt og velorganisert. Ved bygging av merkevaren Norge som turistmål, har Inovasjon Norge fokusert på følgende: miljø, natur, renhet og ektehet.



Tilsvarende kan du også sette opp en liste over hva du vil kunden skal forbinde med ditt produkt. Det å skape en god merkevare, som er kjent i markedet, vil derfor fungere som et konkurransefortrinn. Å skulle nå ut til markedet med en god merkevare kan nok for mange små reiselivsbedrifter virke som en umulig oppgave, siden det vil kreve en stor innsats i utviklings- og markedsføringsfasen. Dette kan nok stemme, men selv om fokuset ikke nødvendigvis trenger å ligge på å gjøre varen kjent for «alle», bør allikevel tanken på å utvikle et tydelig produkt med særpreget ligge i bakhodet.

Dersom du utvikler biprodukter, bør disse passe sammen med hovedproduktet slik at gjestenes forventninger til dine produkter blir innfridd. Hvis du for eksempel tilbyr overnatting og servering i gamle laftede trehus bør ikke tv-stua være designet i en minimalistisk stil. Dette gjør seg også gjeldende hvis du driver gårdsturisme og trenger et nybygg for en del av virksomheten. Det vil nok være best å bygge i noenlunde lik stil med resten av byggene på gården, for å skape et harmonisk preg som passer med miljøet nybygget skal inn i. Et annet eksempel er hvis du tilbyr et overdådig frokostbord så bør også middagen stå i stil med dette, siden gjesten ofte forventer at ting holder noenlunde like standard.



Lokale produkter er alltid populært.
Foto: Anna Lena Albertsen

Bedriftsprofil

Et begrep man ofte støter på ved markedsføring er bedriftsprofil. En profil skal gjenspeile målsetningen, visjonen eller «imaget» til bedriften. Innenfor små reiselivsbedrifter vil bedriften og produktet som tilbys ofte bli oppfattet som en enhet.

For å oppnå noe med merkevarebygging, er det viktig å gjøre bedriften lett gjenkjennelig. Det gjøres ved at bedriftens logo og eventuelle farger/skrifttyper går igjen i all informasjon og reklame. Logoen skal være bedriftens «ansikt utad» og gjenspeile bedriftens profil. I tillegg vil bedriftsprofilen uttrykke noe om hva som tilbys og hva som er produktet.

For små bedrifter vil det være kostbart å få profesjonelle til å utvikle en egen profil. Dersom dette virker interessant kan det være en idé å kontakte nærmeste videregående skole/høgskole som tilbyr utdanning innen markedsføring og media. Disse kan være interessert i å ta oppdrag for små bedrifter, for å lage prosjektoppgaver til studentene omkring tema og bedriftsprofil.

Hold det du lover

For å overleve i markedet er det helt avgjørende at man leverer det produktet som loves. Skal det være noen som helst mulighet for å oppnå gjenkjøp og «markedsføringshjelp» via fornøyde kunder, må det være samsvar mellom reklame og faktisk produkt.

I materiell og på Internett er det fristende å bruke flotte bilder som kan lokke kundene. Bruk gjerne bilder, men da av faktiske situasjoner, ikke skapte. Dette er helt grunnleggende for ikke å undergrave næringen for seg selv og andre. Lov om pakke-reiser omfatter bestemmelser om hva slags informasjon som skal gis ved markedsføring. Hvis det er gitt ut informasjon som på forhånd misleder kunden, gir dette klagerett. Markedsføringsloven har også slike bestemmelser. Hos en kjent norsk turoperatør har de benyttet en strategi hvor de senker kundens forventningsnivå for deretter å overraske positivt med standarden på produktet. Dette har også vist seg å være en vellykket satsing siden gjesten føler at de får litt mer enn de betaler for.

Markedsføringskanaler og verktøy

Små bedrifter/virksomheter har generelt liten økonomisk frihet, og dermed lite penger å bruke på markedsføring. Det er derfor viktig å velge gode markedsføringskanaler for akkurat den varen som

skal selges. Samarbeid og nettverk vil ofte være en forutsetning for å bli sett. Gjennom ulike organisasjoner er det mulig å oppnå felles markedsføring og fordeler som er vanskelig å oppnå alene. Eksempler på slike nettverk er Norsk Økoturisme, Hanen, skogeierandelslag og utmarkslag. Norsk Økoturisme og Hanen er organisasjoner for bedrifter som satser nettopp innen næringene bygdeturisme og gardsmat.

Internett

Internett er en rimelig markedsføringskanal, og stadig flere leter opp reisemål og produkter på egenhånd her. Det er viktig at sidene framstår ryddig og oversiktlig, og på flere språk. Engelsk og tysk er de viktigste, men det kan også være aktuelt med flere.

Trykket materiell

Trykket markedsføringsmateriell kan være nødvendig, spesielt dersom en ønsker å markedsføre seg mot bedrifter eller har planer om å delta på messer eller utstillinger. Det beste er å lage en enkel, delikat brosjyre med mange bilder og kort tekst. Husk at det bør være forskjell mellom informasjons- og markedsføringsmateriell.

Informasjonsmateriell vil være nødvendig i forbindelse med salgssamtaler og skal ikke forsøke å selge noe til kunden.

Annonsering

Det kan være aktuelt å annonsere med rubrikkannonser eller lignende i publikasjoner som benyttes av målgruppen. Det samme gjelder for internett der en kan annonsere på google, tema/fagportaler, aviser og tidsskrifter, samt benytte tilbud fra nettverksorganisasjoner for markedsføring for å få et større nedslagsfelt, spesielt i starten. Enkelte internettportaler fungerer både som markedsføringskanal og salgskanal der bestillinger kan gjøres direkte. Annonsering er kostbart og effekten bør vurderes nøye.

Redaksjonell omtale

En idé kan være å invitere journalister til gratis prøveopphold for å få redaksjonell omtale om tilbudet. Annonser er dyrt, men redaksjonell omtale er gratis. Det er viktig at du er sikker på at forholdene ligger til rette for at oppholdet til journalis-

ten skal bli vellykket, ellers blir omtalen deretter. Lokalpressen vil ofte si seg villig til å skrive om nye ting som skjer i nærmiljøet. Man kan derfor ta kontakt med lokalavis, lokale tv-programmer eller lignende, og nevne at noe nytt er i ferd med å skje i nærområdet. Dette er markedsføring som ikke koster noe.

Kundehenvendelser og praktisk salg

En tendens man ofte ser blant tilbydere av småskala reiseliv, er at de ofte føler seg utilstrekkelig på produktfronten samtidig som de ofte er veldig beskjedne i sin kontakt med markedet. Det ligger i den norske folkesjela at vi ikke skal skryte av oss selv, og hvis vi gjør det, så frykter vi hva naboen kan komme til å si og tro om oss. Det er derimot viktig å komme over dette stadiet, og innse at kunden velger nettopp deg fordi han/hun vil ha noe unikt og spennende. Det at du har noe unikt og spennende gjør også at du antakeligvis kan ta deg bedre betalt enn hva du kanskje allerede gjør.



Flotte turbilder er god markedsføring.

Salgssamtalen

Det er viktig å tenke igjennom hvordan du skal takle henvendelser fra kunder som er interessert i produktet ditt. Vær bevisst på hvordan du kan styre samtalen på telefonen og hvordan du ordlegger deg i eventuelt svar, på for eksempel e-post.



Før salget

Hans Egil Gjerde driver kurs- og veiledningsvirksomhet rundt omkring i landet på blant annet temaene vertskapsrollen og salgstrening. I sitt arbeid har han utviklet en modell for hvordan du bør beskrive ditt produkt for kunden, før du går inn på direkte salg. Metoden har navnet EFU-modellen hvor EFU er en forkortelse for ordene Egenskap, Fordel og Utbytte. Modellen går ut på at du først skal beskrive en egenskap ved ditt produkt som vekker interessen hos kunden, deretter en fordel som denne egenskapen vil ha overfor kunden og til slutt hvilket utbytte kunden får av egenskapen og fordelene. For eksempel: «*Det unike med vårt produkt er den usjenerte (Egenskap), men allikevel sentrale plasseringen på Østlandet (Fordel). Dette gjør at du sparer tid og penger (Utbytte) ved å velge oss som lokale for din neste bedriftsaktivitet/familieferie/50 årslag.*» Her har du altså tre ting som er med på å selge produktet ditt, og det er tre ting som kunden ofte kan identifisere seg bedre med enn «Vi gir deg 500 kroner avslag hvis du velger oss» hvor kunden ikke vet om den får det den ønsker.

Prisspørsmål

En ting som er vanskelig å forholde seg til er prissetting, og mange vegrer seg faktisk for å ta seg godt betalt. Prisspørsmålet dukker ofte opp etter at du har nevnt noen elementer med bakgrunn i EFU-modellen, og det er derfor viktig å være forberedt på det. Dersom kunden ikke spør etter pris er det ingen grunn til at du skal ta opp spørsmålet

heller. Dersom dere avtaler at du skal sende over et forslag til avtale, oppgir du der en pris som gir deg et utbytte som står i forhold til dine kalkyler.

Dersom du får et «ja» på alle kundehenvendelser du har, så betyr det at du ikke tar deg nok betalt. Være forsiktig med å gi avslag i prisen, men hvis kunden pruter og du gir etter, så gi også et avslag i hva du skal tilby. «Jeg kan gi deg den prisen du etterspør, og du kan få 30 kroner avslag per hode, mot at den tre-retters middagen blir byttet ut med buffet.» Ofte er dette en løsning kunden vil sette pris på, samtidig som du ikke trenger å tape penger.

Å svare på vanskelige spørsmål

Pris er bare ett av mange vanskelig spørsmål kunden kan komme med i en salgssituasjon. Ofte stiller kunden også spørsmål, eller har ønsker, som ditt produkt ikke kan oppfylle, da er det viktig å prøve å være behjelpelig med å løse det problemet.

Dersom det er mulig, kan du forsøke å styre samtalen tilbake til noen av fordelene dere har vært innom tidligere eller stille ledende spørsmål om ønsker som du kan innfri. På denne måten kan du få kunden tilbake under din «kontroll».

Det er viktig å være klar over at du kan få mange vanskelige spørsmål, og øv gjerne med et lite rollespill med en kollega hvor dere bytter på å være kunde/kjøper. Her får du praktisk læring, samtidig som du merker deg hvordan innvendinger kan arte seg, og dermed står du bedre skikket til å takle innvendinger, samtidig som du stiller sterkere i selve salgsfasen.

Lofoten. Foto: Anna Lena Albertsen



Service

Hva er service og hvorfor er service viktig?

Service betyr blant annet hjelp, tjeneste, håndrekning og ettersyn. God eller dårlig service avhenger av mengden av disse elementene, og måten gjesten oppfatter utførelsen på. Dette kan skyldes mange faktorer som kulturforskjeller, forventninger og gjestens dagsform. Disse forutsetningene tatt i betraktning gjør det vanskelig å skulle gi en definisjon, men faktaboksen til høyre kan gi en liten pekepinn på hvordan service kan defineres. Service er viktig da det ofte er graden av service som er med på å differensiere forholdsvis like produkter fra hverandre. Hvis to produkter som er like av oppbygning, selges av to forskjellige aktører til samme marked, vil den tilbyderen som gir beste service vinne konkurransen om størsteparten av kundene.

God service er når vertskapet hele tiden tenker at alt skal være til beste for gjesten både med hensyn til de tjenester som ytes og den hjelp som den enkelte gjest får. Som kunde/gjest ønsker man å bli behandlet som et menneske som betyr mer enn hurtig profitt. Service oppleves individuelt, og det som noen opplever som god service kan andre oppleve som dårlig service. Den samme servicen kan også oppleves forskjellig av samme person til forskjellig tidspunkt, alt etter det humør vedkommende er i. Et ordtak sier «Til lags åt alle kan

ingen gjera», og du vil nok oppleve at enkelte gjester vil klage uansett hvor godt produktet er eller hvor god service som ytes. Men dette er unntakene og må ikke brukes som unnskyldning for seg selv dersom gjester klager. Det er viktig å følge opp klagene og se på forbedringspotensialet selv om du føler at klagene er grunnløse. Et godt vertskap vil alltid stille seg kritiske til sin egen måte å gjøre ting på. Dette vil gjøre at produktet blir mer «elastisk» og tilpasningsdyktig og dermed også være i stand til å oppfylle flere kunders ønsker.

Service er

Det flertallet av kundene/gjestene regner for å være god service, er god service

Det som flertallet av kundene/gjestene regner for å være dårlig service, er dårlig service

Betjening av gjester og et samspill mellom gjest og vertskap

God kundekontakt

Sterkere konkurranse

En stadig sterkere konkurranse og priskrig er en del av hverdagen i alle næringer. Innen reiselivet er god kontakt mellom vertskap og kunde/gjest svært viktig for at kunden foretrekker å kjøpe ditt produkt framfor andres. I et marked med sterk konkurranse vil flere produkter ha forholdsvis like egenskaper, og graden av service som blir lagt ned i produktet kan derfor være avgjørende for om ditt produkt blir valgt, eller i verste fall, ikke valgt.



Hva er det så som skal til for at kunden skal velge ditt produkt? Kundene har forskjellige preferanser med tanke på hva de søker, men grunntanken med å selge noe som kunden ønsker er ganske enkelt «Gi kundene det de vil ha!».

Personlig kontakt

Et godt forhold til gjesten innbefatter mer enn fornøyde gjester. Godt forhold til gjesten oppnås ved stor grad av personlig kontakt slik at gjesten føler tilhørighet og et bånd til produktet og vertskapet.



Gjesten må føle seg velkommen. Foto: Øystein Syversen

Gjesten må føle seg betydningsfull. Undersøkelser tyder på at de fleste kunder mistes fordi de føler at vertskapet er likegyldig til om de kommer tilbake eller ikke. Reiselivsbedrifter som kan tilby skreddersydde løsninger for den enkelte gjests ønske er ofte vinnerne i markedet. Når det gjelder de større standardiserte turistattraksjonene er dette det største konkurransefortrinnet småbedrifter har. På et stort hotell er rutinene ved for eksempel matservering fastsatt. En liten bedrift har større mulighet for fleksibilitet, og kan lettere legge til rette for gjestens ønsker. Vertskapet er også tilstede mesteparten av tiden, noe som ikke nødvendigvis fører med seg merkostnader ved å måtte skaffe til veie ekstrapersonale ved programendringer.

«Kultur er det felles sett av ideer, verdier, normer og kommunikasjonsmedier som en gruppe mennesker føler seg assosiert med, og som inngår i – eller bidrar til – tradisjonsoverføring og sosialisering, mer eller mindre forandret over tid.»

Professor Arne M. Klausen

Kulturelle forskjeller

Reiseliv innebærer kontakt med mennesker på tvers av ulike kulturer. Et velutviklet transporttilbud og synkende reisekostnader medfører lavere terskel for å reise over landegrensene. Reiselivsmarkedet er blitt mer internasjonalt, og det er enda viktigere å sette seg inn i de problemer dette kan medføre i kommunikasjonsprosessen. Det er ikke bare mellom nasjoner vi finner kulturelle forskjeller, men også blant mennesker med ulik bakgrunn i Norge.

Arv og miljø

Vår personlighet blir til gjennom arv og miljø. Vi tilegner oss et felles språk, og ikke minst et felles mønster for tanker og atferd. Viktig markeds kunnskap er:

- språk
- religion
- etiske normer
- matkultur

Det som er viktig å huske på når vi har kontakt med mange forskjellige mennesker, er at kulturelle forskjeller og erfaringer kan bidra til forskjellig virkelighetsforståelse, dvs. at ulike mennesker kan oppfatte samme situasjon på totalt forskjellig måte.

Gjesten oppfatter det ofte som bra at du interesserer deg for vedkommedes kultur og historie. Men, det er viktig å huske på at hvis man for eksempel har gjester fra Tyskland, kan de være veldig vare overfor diskusjoner angående 2. verdenskrig. I slike tilfeller kan det være lurt å trå varsomt.

Informasjon

En viktig del av vertskapsrollen er å informere og svare på spørsmål fra gjesten. Dette er en jobb hvor det er viktig å være nøyaktig og oppdatert. Dersom gjesten ikke føler at informasjonen stemmer med virkeligheten vil dette føre til misnøye og mistenksomhet.

I tillegg til god kunnskap og informasjon om egen virksomhet må vertskapet gjøre seg kjent med, og informere om:

- aktiviteter/opplevelser i området
- type aktivitet
- pris

- åpningstider for spisesteder, butikker, bank, post m.m.
- turforslag til fots eller med bil (turmål og rundturer)
- natur, geografi og kultur i nærområdet
- eventuelt spesiell karakter ved geologi, flora og fauna

Kundebehandling

For å få fornøyde gjester må vertskapet ha som utgangspunkt at gjestene vil være forskjellige, med ulike interesser og behov, og at vertskapet må være fleksible for å kunne tilfredsstille disse. Alle kan ikke behandles likt.

Førsteintrykket

De fire første minuttene i kontakten med en kunde/gjest kalles sannhetens øyeblikk. Hver gang du treffer et menneske, kjent eller ukjent, så er det de første minuttene som er avgjørende for hva dere får ut av møtet. En avgjørende faktor for at kunden velger å utdype bekjentskapet videre etter de fire første minuttene, er positiv opptreden og et ærlig kroppsspråk.

Oppfølging av gjesten – ved ankomst

I tillegg til skriftlig informasjon er det svært viktig at gjestene også får en muntlig orientering så raskt som mulig etter ankomst. Dette gir også gjestene muligheter til å komme i kontakt med vertskapet. Dessuten kan vertskapet fange opp en del signaler om spesielle behov eller ønsker gjesten(e) måtte ha. Er det flere gjester som kommer på samme dag for å overnatte kan det med fordel arrangeres en fellesorientering med enkel servering. På denne måten kan også gjestene bli kjent med hverandre. Hvor det er snakk om kun dagsbesøk, må informasjonen gis løpende for hver gruppe av besøkende.

I en fellesorientering vil det være fornuftig å gi en mer generell informasjon om aktiviteten/produktet i tillegg til å ønske velkommen og si litt om gården. Som vertskap har du en viktig rolle som «historieforteller» ved at særegenheter ved ditt produkt kan framheves. For mange vil det å høre stedets historie og kanskje om noen spesielle hendelser gjennom tidens løp, skape nærhet og nysgjerrighet til produktet. Detaljert

informasjon og faktaopplysninger kan det henvises til i informasjonsmappen.

Oppfølging av gjesten – under oppholdet

For bedrifter som selger opplevelser i naturen er det helt nødvendig å følge opp den enkelte gjest når det gjelder erfaring, kunnskapsnivå og fysiske egenskaper. Hvordan denne oppfølgingen skjer, avhenger hva som tilbys og hvilken risiko produktet innebærer. Er det brevandring eller juving du selger, må informasjonen og opplæringen tilpasses den risikoen dette medfører, og hvilken erfaring gjesten har fra før av. Man tar for eksempel ikke med seg nybegynnere på de mest krevende traseene, samtidig som de mer erfarne vil prøve noe mer utfordrende.

Boende gjester

Dersom gjestene skal bo et annet sted enn på gården (på seter, i hytte, lavvo, skogshusvær eller lignende) er det viktig at stedet er lett å finne. Dersom vertskapet selv ikke kan følge gjestene til døra, må kart og skilting være svært detaljert. Nøkkelringen med nøkkel til inngangsdøra bør være merket. Husværet bør ha tydelig merking med samme navn, slik at det ikke er noen tvil om at gjesten har kommet rett.



Koie i Trysil. Foto: Trygve Øvergård

Det å ha en løpende oppfølging av gjesten hører også med i vertskapspliktene, og for de som har boende gjester kan det forventes at en tar daglig kontakt med gjestene for å høre om det er noen spørsmål, eller om det er noe de ikke er fornøyd med.



Det er viktig å være oppmerksom på at ikke alle ønsker like mye kontakt med vertskapet som andre. Deres behov må også respekteres. I denne sammenheng er det viktig med en dose menneskekunnskap. Vertskapet må være «psykologer» med hensyn til hvilken type-, og hvor mye oppfølging de skal gi den enkelte. Ved ankomst kan det opplyses om når vertskapet er best å treffe for å gi hjelp og informasjon.

Overnattingsalternativer, et par eksempler:

Airbnb

Airbnb tillater folk å leie ut private boenheter. Airbnb administrer transaksjonene. Nettstedet eller telefon-appen brukes til etablering av kontakt mellom vert og gjest og videre kommunikasjon.

Gjesten betaler når de bestiller og legger inn depositum, og du som utleier får betaling til din bankkonto etter første natten. Av dette trekkes det fra et overføringsgebyr til Airbnb på 6 – 12 %, som blant annet dekker forsikring for eventuelle skader påført av leietaker.

Analysetall for 2018 antyder en omsetning på 2,4 milliarder i Airbnb-inntekter.

Det er et skattefritt å leie ut for under 10 000 kroner per år. Beløp over dette har et standardfradrag på 15 %. Det vil si at du må skatte for 85 % av inntektene over 10 000 kroner.

Det er gratis å registrere seg og leie ut.

Tretoppfytter

Tretoppfytter er de siste årene blitt svært attraktive, og det kommer stadig nye aktører på markedet. Ved å se på booking-kalendre for å leie en tretoppfytte tyder det på at det fortsatt er større etterspørsel enn tilbydere per 2018, med opptil 3 måneders ventetid på de mest populære hyttene.

Denne typen hytter krever vakre omgivelser med rikt fugl- og dyreliv. Hyttene kan være enkelt innredet, men med stor grad av komfort i form av kjøleskap, kokemuligheter, dusjmuligheter og f.eks. biodo. Strøm kan erstattes med gass.

Per 2018 koster en 15 m² hytte for 6-8 personer i snitt ca. 3 000 kr per døgn i ukedagene og ca. 5 000 kr i helgene. Soveplassene varierer og om man er maks antall gjester kan det hende at noen må for eksempel sove på en sofa.

Oppfølging av gjesten – ved avreise

Ved gjestens avreise kan det være greit å ha en uformell samtale med gjesten. Denne samtalen kan skaffe til veie nyttig markedsinformasjon som:

- Har alt fungert som forventet eller er det noe gjestene har vært misfornøyd med?
- Er det noe gjestene har satt særlig pris på?
- Ønsker de å ta med seg informasjonsmateriell til slekt og venner?
- Kunne de tenke seg å komme tilbake?

En gjestebok kan være et viktig redskap i mange sammenhenger. De fleste gjestene skriver en hilsen, men det kan også dreie seg om nyttig markedsinformasjon.

Stress og frustrasjon

Alle har vi forskjellig utgangspunkt, erfaring og personlige evner og forutsetninger. Det er heller ikke til å legge skjul på at summen av arbeidet som vertskap, administrator, vaskehjelp, kokk og servitør, vaktmester, sjåfør og så videre, er svært ressurskrevende og slitsomt. Det er mange arbeidsoppgaver som skal gjøres av både gjesterelatert og ikke gjesterelatert karakter. Mangel på tid og pågangsmot og følelsen av oppgitthet vil oppleves fra tid til annen. Det er da viktig å beholde fokus på gjestens ve og vel, det er gjestene som gir inntekter. Skal en bygge opp en god kundekrets over tid, har en ikke råd til at eget stress og egen frustrasjon skal gå ut over dem.

Har man en dårlig dag, er det bedre at andre tar seg av direktekontakten med gjestene. En dårlig dag hvor en ikke klarer å beherske seg overfor gjestene, kan føre til svært negativ markedsføring for produktet og negative ringvirkninger som at gjesten aldri kommer tilbake eller forteller om sin negative opplevelse til andre.

Frustrasjon og stress er en del av livet, men for å redusere dette mest mulig er det viktig å ha det klart for seg hva en ønsker å drive med, hva en

ikke ønsker å drive med, og at man klarer å organisere virksomheten på en slik måte at arbeidet føles meningsfylt. Det er også viktig å ta seg fri fra tid til annen, hvor man trekker seg tilbake og kobler ut de arbeidsrelaterte oppgavene. Dette er å regne som en nødvendighet hvis man skal unngå å bli utbrent. Positive ringvirkninger skapes når vi liker arbeidet vårt, er opplagte og har en positiv holdning til våre medmennesker. Dersom du ikke trives kan det bety kroken på døra for din bedrift, hvis din mangel på entusiasme og humør smitter over på produktet, og dermed svekke det vesentlig.

Hvordan takle klager

Det å kunne takle misnøye og klager er en viktig del av servicen. Klarer du å takle dette på en riktig måte og rette opp det som gjesten er misfornøyd med, vil gjesten i de aller fleste tilfeller bli en god ambassadør for produktet. Dette forutsetter som oftest at gjesten er godt fornøyd med de øvrige forhold ved produktet.

Folk er redde for å klage for å havne i klammeri med «motparten», i dette tilfellet verten, men hvis klagen blir taklet på en god måte og gjesten føler at den kommer styrket ut av situasjonen, vil det ofte oppfattes som en positiv opplevelse. Gjesten føler med andre ord at han/hun blir hørt, og vertskapets positive måte å takle det på styrker gjestens inntrykk av at vedkommende sin mening faktisk teller. Ofte kan det å takle klager på en positiv og



bra måte faktisk være god markedsføring, siden det er et tegn på profesjonalitet og evnen til å tilpasse produktet etter kundens ønsker.

Ved småskala reiseliv hvor det ofte vil være god kontakt mellom vertskap og gjest kan det være vanskeligere for gjesten å klage, derfor vil det ofte være færre klager/misnøye som kommer fram. Det finnes eksempler på vertskap som påstår at «vi har aldri fått klager på dette» når det blir påpekt mangler ved produktet. Ved gjennomgang av gjestebøker i boenheten har derimot misnøyen kommet frem. Det er enklere å skrive om det, enn å si det direkte til vertskapet siden «konfrontasjoner» ansikt til ansikt oppfattes som mer personlig.

Gjennom en samtale får vertskapet muligheten til å rette opp det som gjesten er misfornøyd med der og da, enten i form av en beklagelse eller oppklaring av forholdet. Ikke unnskyld alle forhold eller prøv å bortforklare årsak, men se an situasjonen og foreta en vurdering ut fra din oppfattelse. Kanskje vil det være riktig å gi et avslag på prisen eller kompensere på annen måte.

Det koster fort 5–10 ganger så mye å skaffe seg nye kunder framfor å ta vare på dem en allerede har. Derfor vil god kundekontakt være viktig

Det er viktig at noen er villige til å høre på gjestens uttalelser om hvor misfornøyd han eller hun er. Dette bidrar til at gjesten reiser igjen med bedret humør og forhåpentligvis et fortsatt godt forhold til produktet og vertskapet. En utblåsning der gjesten føler seg hørt kan være tilstrekkelig

til å slette det dårlige inntrykket.

Korrigerings av gjesten

Et ordtak sier at «gjesten har alltid rett». Det er ikke alltid dette stemmer. Dersom dere føler at gjesten må snakkes til eller «settes på plass», må dette gjøres på en ordentlig måte og forklares hvorfor. Det er ofte mangel på kunnskap og forståelse som fører til at gjestene gjør ting som helst ikke burde gjøres. Dette kan for eksempel gjelde ved at gjestene ikke behandler dyrene på gården riktig, eller at de ikke respekterer reglene for oppholdet. For opplevelsbedrifter er det helt klart at gjesten ikke alltid har rett. Er det visse forhold som krever sikkerhetstiltak, er det viktig at gjesten retter seg etter dine instruksjoner, selv om gjesten har «hørt noe annet» fra andre. Dette er viktig både for gjestens

sikkerhet, og eventuelt senere hvis det oppstår forsikringssspørsmål i forbindelse skader og lignende. Bruk av alkohol i forbindelse med aktiviteter som medfører en viss risiko, er også et område hvor det lett kan oppstå konflikter. Ulike tradisjoner og kulturelle forskjeller for bruk av alkohol, kan være årsaken til at slike problemer oppstår. Dette er et område hvor vertskapet må informere godt på forhånd og praktisere strenge grenser.

Når noe går galt

Ved krisesituasjoner er det viktig å være forberedt og å ha gode rutiner for hva som skal gjøres. Hva som kan gå galt og hvilket omfang uhellet kan ha, vil variere mye fra aktivitet til aktivitet. Dersom personer blir skadet er det første prioritert å vurdere tilstanden og utføre førstehjelp. Førstehjelpsutstyr skal alltid være tilgjengelig. Dersom tilstanden tilsier det må ambulanse og sykehus varsles. Mobiltelefon eller annet kommunikasjonsutstyr er helt nødvendig ved utøvelse av aktiviteter ute i skog og mark. Dersom flere personer er involvert er det viktig at alle får fortelle om sin opplevelse av det som skjedde. Ved personskade må pårørende varsles. Dersom det er pårørende til stede må disse gis informasjon om situasjonen og eventuelt skaffes profesjonell hjelp etter behov.

Gode råd

- Lag gode rutiner for sikkerhet. For eksempel ved å sette maksimalt antall deltakere pr tur, krav til gjestens kondisjon og kunnskap, krav til sikkerhetsutstyr (redningsvest i båt, tausikring i ulendte partier, sykkelhjelm, og så videre), samt faste test- og kontrollrutiner av utstyr.
- Gjennomfør jevnlig førstehjelpskurs for alle som er engasjert i virksomheten.
- Ha alltid førstehjelpsutstyr tilgjengelig.
- Ha en liste over viktige telefonnummer tilgjengelig med blant annet nødnummer, legevakt, kontaktpersoner i Røde Kors, ansvarlig for kriseberedskap i kommunen, viltneemnda, politiet osv.
- Gode og oppdaterte bookinglister/gjestelister er nødvendig for å holde oversikten over hvem som er involvert og hvordan eventuelt pårørende kan kontaktes.
- Før gjerne loggbok for hver dag, hvor hendelser som kan være av betydning noteres.



Lover og forskrifter

Denne listen over lover og regler er ikke utfyllende for hva din virksomhet kan komme i kontakt med. Det er din oppgave og til enhver tid sette deg inn i gjeldende lover og regler. Det anbefales derfor at du tar kontakt med for eksempel kommunen, fylkeskommunen, Mattilsynet m.v. for å innhente riktig informasjon.

Lov om pakkereiser og reisegaranti

I tilfeller der reise, innkvartering og opplevelseshandlinger blir arrangert over 24 timer vil din næring som regel falle inn under kravene til denne loven. Herav krav om garanti.

Lov om matproduksjon og mattrygghet

Loven omfatter alle forhold i forbindelse med produksjon, bearbeiding og distribusjon av innsatsvarer og næringsmidler, herunder drikkevann. Loven omfatter også alle forhold i forbindelse med produksjon av materialer og gjenstander som er bestemt til å komme i kontakt med, eller kan ha innvirkning på innsatsvarer eller næringsmidler.

Forskrift om næringsmiddelhygiene

Konkrete bestemmelser om hygiene.

Forskrift om omsetning av akvakultur- dyr og produkter av akvakulturdyr, forebygging av smittsomme sykdommer hos akvatiske dyr

Viktig forskrift ved fiske.

Markedsføringsloven

Markedsføringsloven legger føringer for hva som er tillatt innen markedsføring. Loven fremhever at næringsdrivende ikke må foreta seg noe som strider mot god markedsføringsskikk.

Forskrift om prisopplysninger for varer og tjenester

Fastsetter bestemmelser for opplysning om priser.

Lov om utlendingers adgang til riket og deres opphold her

I utlendingsloven heter det i § 20 c. «Plikt til å gi melding følgende: «den som driver hotell, pensjonat, losjihus, leirplass o.l. skal føre fortegnelse over alle som overnatter og gi politiet melding om dem». Deltakere i gruppereiser er unntatt fra denne bestemmelsen.

Forskrift om utlendingers adgang til riket og deres opphold her

Hvilke opplysninger som skal innhentes spesifiseres her.

Lov om fritids- og småbåter

Denne loven gir bestemmelser for hvilke krav som gjelder for fritidsbåter og utrustningen av disse, krav til eiere og førere samt bestemmelser rundt forurensning. Per i dag er det ikke noe krav til båtførerbevis, men dette diskuteres. For å holde deg oppdatert om dette, se nettsidene til Sjøfartsdirektoratet sjofartsdir.no.

Plan- og bygningsloven

Forskrift om saksbehandling og kontroll i byggesaker

Andre relevante lover

Produktkontroll loven

Lov om friluftslivet

Lov om motorferdsel i utmark og vassdrag

Lov om merverdiavgift

Lov om dyrevelferd

Andre bestemmelser

På internettsidene til Mattilsynet og Norsk brannvernforening finnes det flere nyttige opplysninger om retningslinjer for reiselivsbedrifter.

Avtaleformular

På Norges Skogeierforbunds nettsider (skog.no) finner du blant annet følgende forslag til avtaler og kontrakter for leie og bruk av arealer:

- Avtale om skiløyper og turstier
- Avtale om tilrettelegging og merking av turstier
- Avtale om friluftsliv og ferdsel i kulturlandskapet
- Intensjonsavtale/forretningsavtale om kommersielle aktiviteter i utmark
- Avtaleformular for bruk av privat grunn til ridning
- Avtale om retningslinjer for O-idrettene i forhold til naturmiljø og rettighetshavere





Økonomi

Forsikringer

I dette kapitlet tar vi for oss noen av de vanligste forsikringene du som tilbyder av reiselivsaktiviteter i utmark bør ha. Hvilke forsikringer som er nødvendig, vil avhenge av hva du tilbyr og i hvilket omfang. Vi anbefaler deg å ta et møte med forsikringsselskapet, for å finne frem til hvilke forsikringer nettopp du trenger. Det vil også være variasjoner i både priser og vilkår fra forsikringsselskap til forsikringsselskap. Det kan derfor være lurt å undersøke med flere selskaper, for å finne den løsningen som passer best i nettopp ditt tilfelle.

Ansvarsforsikring

Alle som driver forretningsmessig virksomhet, kan komme i erstatningsansvar pga. skader som blir forvoldt av ansatte eller bedriftens produkter. En ansvarsforsikring har vanligvis to typer dekninger, bedriftsansvar og produktansvar. Bedriftsansvar er eksempelvis skade voldt av ansatte under utførelse av oppdrag for bedriften, og produktansvar er produsent eller selgers ansvar for skade forårsaket av skadevoldende egenskaper eller mangler ved produktet.

Alle som driver med reiseliv bør tegne en ansvarsforsikring. Ansvarsforsikringen gjelder for ulykker (skade på person eller ting) som skjer der utleier er skyld i det som har skjedd. Forsikringen gjelder ikke dersom en kan påvise at ulykken var gjestens egen feil. I det siste tilfellet vil en normalt ikke bli erstatningspliktig. Forsikringen gjelder også i utleiers forhold til turoperatører og reisebyrå, og ikke bare direkte overfor gjesten som er deltaker i aktivitetene.

Den som driver med aktiviteter forbundet med en viss risiko, som for eksempel jakt, må ofte legge fram dokumentasjon på sikkerhetsrutiner, gjennomføringen av jakten og kompetanse til ansvarshavende, for å få forsikring.

For grunneiere med gård som begynner med tilrettelagte aktiviteter, vil de vanlige landbruksforsikringene dekke ansvaret inntil utleien når en viss omsetning. Men dette er det viktig å avklare med eget forsikringsselskap før man setter i gang med tilrettelagte aktiviteter.



Når man bygger jakttårn skal de være greie å sitte i og skyte fra, men det er også viktig at de er sikre.

Ulykkes-/ reiseforsikring

Dersom en driver med aktiviteter som innebærer en viss form for risiko, bør en anbefale gjestene å tegne ulykkesforsikring og reiseforsikring, som kommer til anvendelse dersom gjesten selv er skyld i ulykken.

Yrkesskadeforsikring

Som arbeidsgiver er en etter norsk lov pålagt å ha yrkesskadeforsikring. Forsikringen gjelder uansett om en har lønnet eller ulønnet arbeidskraft.

Reisegarantifondet

Reisegarantifondets viktigste oppgaver er å sørge for at arrangører av pakkereiser stiller lovpålagt garanti og at de reisende får refundert sine forskuddsbetalinger og/eller en alternativ hjemreise når en arrangør går konkurs. Tilbydere av produkter i det naturbaserte reiselivet er ofte grunneiere som tilbyr pakker, men som samlet sett har en lav årlig

omsetning. Mange tilbyr for eksempel jakt, guide og husvære i en eller to uker. Tilbydere som tilbyr to av tre produkter innen kategoriene innkvartering, transport og andre turisttjenester, som inngår som en vesentlig del av arrangementet, må være medlem av Reisegarantifondet dersom produktet varer lenger enn 24 timer.

Årsgebyret til Reisegarantifondet og avgift til Reklamasjonsnemnda er delt opp i fire gebyrklasser. Den mest aktuelle for tilbydere av tilrettelagte opplevelser i Norge, vil trolig være gebyrklasse 1 for virksomheter som stiller garanti opptil kr 250 000. For gebyrklasse 1, er årsgebyret til Reisegarantifondet for 2019 på kr 2 000, samt en avgift til Reklamasjonsnemnda for pakkereiser på kr 1 250. Totalt er dette en årlig avgift på kr 3 250. Mer informasjon og fullstendig prisliste finner du på reisegarantifondet.no

Når man tilbyr jakt, guide og husvære utover 24 timer, må man være medlem av Reisegarantifondet.



Tilskudd, bistand og finansieringsmuligheter

Det finnes ulike tilskudds-, bistands- og låneordninger man kan prøve å få del av. I de fleste tilfeller vil det lønne seg å kontakte landbruksavdelingene både i kommunen og på fylket, for å få mere informasjon om de ulike ordningene.

Innovasjon Norge

Innovasjon Norge har en rekke regionkontorer som kan være hjelpelige med kursing, kunnskap og økonomisk støtte, i utviklingsfasen av nye produkter. Hvilke aktivitetsområder som er prioriterte og grenser for støtten, kan varieres fra år til år og fra sted til sted. For å finne den nyeste informasjonen bør man besøke Innovasjon Norge sin hjemmeside, eller ta kontakt med kommunen/Innovasjon Norge.

Innovasjon Norge beskriver alle sine aktuelle program på sine hjemmesider, og nedenfor har vi hentet informasjon fra noen av de viktigste for tilbydere av utmarksbasert næring.

Innovasjon Norges oppfordrer interesserte til å ta kontakt med distriktskontoret i det fylket hvor din bedrift holder til, for en uforpliktende samtale om ditt prosjekt, finansieringsmuligheter og prosessen videre.

Landbruk

Innovasjon Norge informerer på sine hjemmesider om tilskudd og lån til å hjelpe frem investeringer i tilleggsnæringer og nye næringer i landbruket. Pengene stilles bl.a. til disposisjon fra de fylkesvise Bygdeutviklingsmidlene. Bistanden kan gis som etablerertilskudd, til bedriftsutvikling, rene investeringer i bygningsmasse, og spesielt til unge etablerere i forbindelse med generasjonsskifte.

For «Etablererstipend» til bygdeutvikling er det mulig å få økonomisk drahjelp på inntil 75 % av kapitalbehovet (begrenset oppad til kr 300 000 pr fase), til både Idéavklaringsfasen (forretningsideen) og Etableringsfasen. Men ideen bør være spesiell i regional, eller helst nasjonal sammenheng for å komme høyt på lista over prioriterte prosjekt.

Forutsetningen for å søke om bygdeutviklingsmidler er at en er person, eller representerer et foretak, med tilknytning til landbrukseiendom. Kommunen er første instans for informasjon, og kan gi bistand i søknadsprosessen. En bør også

orientere seg om fylkesvise prioriteringer (for enkeltpersoner) og for bruk av pengene.

Mat

Administrerende direktør for Innovasjon Norge sa til Nationen 31.10.2012 at det er en sterk økning i etterspørselen etter mat og matspesialiteter basert på lokalt råstoff og tradisjoner. Matmerk, som administrerer flere merkeordninger for norsk mat, hevder at forbrukerne gjør et «opprør mot at saksa og ikkje kniven, er den viktigste kjøkkenreidskapen»

Investeringer til tilleggsnæring i landbruket:

Bedriftsutvikling

Det kan gis tilskudd til bedriftsutvikling med inntil 50 % av godkjent kostnadsoverslag. For foretak der majoriteten av eierandelene kontrolleres av personer under 35 år eller av kvinner kan det gis inntil 75 % tilskudd.

Investeringer

Det kan gis tilskudd til investeringer i faste anlegg og tilhørende produksjonsutstyr av varig karakter inntil 35 % av godkjent kostnadsoverslag. Øvre grense for tilskudd NOK 2 millioner per prosjekt. Det er ikke tak for tilskudd i Troms og Finnmark.

Generasjonsskifte:

Det kan gis tilskudd til personer under 35 år, som i forbindelse med overtagelse av landbrukseiendom trenger å gjennomføre mindre investeringer for å opprettholde produksjonen innen tradisjonell landbruksdrift eller bygdenæringer. Tilskuddet kan gis med inntil 50 % av godkjent kostnadsoverslag, for kvinner inntil 70 %.

Lokalmatprogrammet i regi av Landbruks- og matdepartementet og Innovasjon Norge, gir bistand til lokalmatprodusenter i landbruket som leverer råvarer, eller produserer mat av høy kvalitet, basert på tradisjonell kultur og tradisjon. Programmet gir bistand i form av kompetansetjenester og tilskudd (bedriftsutvikling, produsentsammenslutninger).



Disse kan få støtte:

- bønder (gårdsmatprodusenter og/eller råvareleverandører som samarbeider med foredlingsbedrift der råvarer går til produksjon av matspesialiteter)
- små og mellomstore næringsmiddelbedrifter og forpliktende produsentsammenslutninger med hovedmål å utvikle lokale matspesialiteter
- reiselivsbedrifter som har utviklingsprosjekter i samarbeid med lokalmatprodusenter

Norwegian Foodprints

Norwegian Foodprints er et nytt tilbud under visitnorway.no, etablert av Innovasjon Norge i samarbeid med Norges Bondelag og Landbruks- og matdepartementet.

Norwegian Foodprints er en uavhengig markedsføringskanal for gode norske spisesteder. En spiseguide der lokal kunnskap og vertskap er sentralt. Alle som fyller spesielle kvalitetskriterier dokumentert av uavhengige kontrollører kan bli med - gratis.



Det er en sterk økning i etterspørselen etter mat og matspesialiteter basert på lokalt råstoff og tradisjoner. Her serverer Helge Hagen rådyrlår stekt i kokegrop.

Landbruksbasert vekst og verdiskaping

Innovasjon Norge gir i dette programmet tilbydere av lokalmat- og drikke, matopplevelser med lokal identitet, reiselivsopplevelser, Inn på Tunet, Innlandsfiske og aktører innen reinnæringen, hjelp med å vokse, styrke kompetanse, bygge omdømme og danne nyttige nettverk.

Innovasjon Norge ønsker å gjøre aktører tilknyttet landbruket og reinnæringen mer konkurransedyktig, og vil derfor stimulere til at bedrifter vokser, skaffer seg større nettverk og orienterer seg sterkere mot kundenes behov.

Hvem kan få finansiering?

- Primærprodusenter i landbruket, reindriftsutøvere, innlandsfiske- og næringsmiddelbedrifter som utvikler, foredler og selger kvalitetsprodukter basert på lokale råvarer.
- Reiselivsbedrifter som ønsker å utvikle tilbud innen mat, overnatting, servering, natur- og kulturbaserte aktiviteter og opplevelser basert på landbrukets og reindriftens ressurser.
- Inn på tunet-tilbydere innenfor Matmerk sin godkjenningsordning.
- Programmet kan også tilbys andre utøvere av tilleggsnæringer basert på landbrukets og reindriftens ressurser som enten er i en vekstfase eller del av et nettverk.

Du kan få finansiert

- vekst
- bedriftsnettverk
- omdømmeaktiviteter

Les mer om programmet på innovasjonnorge.no.

Kommunale næringsfond (KNF)

Mange kommuner har kommunale næringsfond. KNF er en tilskuddsordning som gir kommuner og regionråd, midler til lokale næringsutviklings tiltak. Målet med kommunale næringsfond er at midlene skal hjelpe kommunene å legge til rette for økt vekst, verdiskaping og sysselsetting bygd på lokale fortrinn og muligheter.

Ta kontakt med din kommune for å finne ut hvilke muligheter som finnes der.

Lokale sparebankstiftelser og næringsfond

Mange lokale sparebanker har ulike fond eller stiftelser som støtter lokale initiativ. Her må man høre med bankene i sitt område for å orientere seg om hva som finnes og hva de gir støtte til.

Allmennyttige formål

Det er en rekke ordninger som støtter prosjekt fremmet av frivillige organisasjoner, andelslag etc. Felles for disse finansieringsmulighetene er at tiltak må være nyttig for allmenheten, og ikke være direkte fokusert på privat næringsvirksomhet. Eksempler på finansieringsmuligheter er tilskudd til tur(orienterings)kart, turløyper, skyteanlegg mv. som indirekte vil være med på å styrke et reisemåls attraktivitet. Etablerere av utmarksnæring bør inngå allianser med foreninger, idrettslag, turlag etc. for å nyte godt av ordningene.

Sparebankstiftelsen DnB NOR, ble etablert i 2002 som den første i sitt slag i Norge. Sparebankhistorien går tilbake til 1822 og innbefatter over hundre lokale sparebanker i Østlandsområdet, samtidig som landets største sparebank også drev finansiell virksomhet i resten av landet. Sparebankstiftelsen vil yte bidrag til et bredt spekter av allmennyttige formål. Frivillighet og dugnadsinnsats premieres. Tiltak må komme sluttbruker til nytte, og gis ikke til kommersielle aktører. Sparebankstiftelsen DNB gir ikke midler til næringsutvikling.

Gjensidigestiftelsen (gjensidigestiftelsen.no) kom-

mer også inn under kategorien finansieringsmuligheter som forutsetter en stor grad av frivillighet, og prosjekt for fremme av allmennyttige formål. Stiftelsen bistår organisasjoner, foreninger og lag som har prosjekt til fremme av trygghet og helse. Den forholder seg til juridiske enheter, og en bør være registrert i frivillighetsregisteret.

Det vil være aktuelt for utviklere av utmarksnæring å etablere et strategisk samarbeid med frivillige organisasjoner innen kultur, idrett og friluftsliv, for sammen å initiere tiltak som kan fremme et reise-mål. Eksempler på slike tiltak er turtier, idrettsarrangement, opplevelsessentre, med forankring i lokal tradisjon og kultur.

Tippemidler forvaltes av fylkeskommunen. Søkere om tilskudd av spillemidlenes overskudd til idrettsanlegg, kan være kommuner, fylkeskommuner, idrettslag, andelslag eller andre sammenslutninger. For «andre sammenslutninger» må vedtektene for-håndsgodkjennes av Kulturdepartementet. Det vil bli tillagt vekt om idretten og/eller det offentlige er med på eiersiden. For andelslag og aksjeselskap må vedtektene inneholde bestemmelser som sikrer idretten og/eller det offentlige sin kontroll med eierforhold og drift. Støtte i form av spillemidler skal ikke danne grunnlag for fortjenestebaserte eierformer, eller omdannes til fortjeneste for private eiere. Detaljerte bestemmelser om hvem som kan tildeles spillemidler er gitt i «Bestemmelser om tilskudd til anlegg for idrett og fysisk aktivitet (V-0732)».

Man kan søke om tilskudd som fremmer friluftsliv.



Skogbrukets verdiskapingsfond

Skogbrukets verdiskapingsfond er en stiftelse som støtter utviklingsarbeid i skognæringen med formål å utvikle skogbedrifter. Herunder spesielt å støtte utvikling av gode og lønnsomme arbeidsplasser i en seriøs bransje, gi tilskudd til utdanning og til arbeidsmiljøtiltak. Dette kan være både felles-tiltak (for flere bedrifter i fellesskap) og bedriftsvisetiltak. Fondet skal i hovedsak være orientert mot utviklingsprosjekter. Årlig støtte fra fondet er normalt i størrelsesorden 4-5 millioner kroner.

Ytterligere informasjon finnes på verdiskapingsfondet.no

Tilskotsordninger for 2019 fra Klima og miljødepartementet

Klima og miljødepartementet skriver følgende: «Miljøstyresmaktene set årleg i verk ei rad tiltak for å betre miljøtilstanden i Noreg. Det er oppnådd mykje i det nasjonale miljøvernarbeidet, men ein står framleis overfor betydelege utfordringar. For å lykkast i arbeidet må styresmaktene samarbeide med andre aktørar. Medverknad frå stat og kommune, private verksemdar, organisasjonar og einskildpersonar må til om ein skal løyse klima- og miljøutfordringane. For å stimulere til ein slik brei medverknad gir Klima- og miljødepartementet tilskot til ymse former for tiltak som blir sette i verk av organisasjonar, private verksemdar, kommunar og privatpersonar. Rundskrivet gir orientering om departementet sine tilskotsordningar som er opne for søknad frå desse.»

Derfor har de for 2019 lyst ut en rekke tilskudd:

- tilskot til naturforvaltningstiltak
- tilskot til friluftsliv
- tilskotsordningar på forureiningsområde
- tilskot til kulturminnetiltak
- tilskot til klimatiltak
- andre tilskotsordningar

Les mer om tilskuddene på regjeringen.no

Kommunalt viltfond

I en forskrift fastsatt av Direktoratet for naturforvaltning (nå Miljødirektoratet) 23. mai 2001, går det frem at formålet med kommunale viltfond er å skape økonomisk bakgrunn for å fremme viltforvaltningen i kommunen, og viltfondet skal

etableres i kommuner der det er adgang til jakt etter elg og/eller hjort.

Som inntekter til fondet skal regnes

- offentlig fellingsavgift for elg og hjort fastsatt av kommunen, jf. § 5
- tilskudd fra det statlige viltfondet
- fondets årlige avkastning

Som inntekter til fondet kan regnes

- inntekter fra omsetning av ulovlig felt vilt og fallvilt av hjortevilt og bever samt hjortevilt og bever som felles etter tillatelse gitt i medhold av viltloven § 13.
- eventuelle kommunale avsetninger
- eventuelt andre midler

Fondet kan brukes til

- tiltak for å fremme viltforvaltning, styrke kunnskapen om viltet, jaktorganisering m.m. i kommunen og nabokommuner gjennom samarbeid i regi av organisasjoner, enkeltpersoner eller kommunen selv
- å dekke kommunens utgifter til ettersøk og håndtering av skadd vilt og fallvilt i kommunen
- tiltak for å forebygge skader på landbruksnæring voldt av hjortevilt

Fondet kan ikke brukes til

- kommunal administrasjon av viltforvaltningen (faste utgifter til lønn, møtegodegjørelser, reiser mv.)
- å erstatte skader voldt av vilt
- skuddpremier



Kommunalt viltfond kan brukes for å dekke utgifter med påkjørt vilt.

Skatt og avgifter

I utgangspunktet er det ingen forskjell på merverdiavgiftsberegning og skatlegging av utmarksbaserte inntekter og andre næringsinntekter, men det er en del spesialregler som en bør kjenne til. Mva.-satsene og skattesatser er politisk bestemt og kan endre seg. Det er derfor viktig at man alltid orienterer seg via skatteetaten eller med sin regnskapsfører e.l. for å finne gjeldende satser.

Merverdiavgift (mva.)

Stortinget har vedtatt at det skal betales en avgift til Staten på omsetning av varer og tjenester i alle ledd og ved innførsel. Alle som omsetter utmarksbaserte tjenester regnes som næringsdrivende, og skal registreres i mva.-registeret hvis de har en omsetning på over kr 50 000 i en 12 måneders periode.

Det er bestemt i loven at omsetning av rett til jakt og fiske skal være merverdiavgiftspliktig. I Norge, med vår eiendomsstruktur og mangfold av grunneiere, er det mange ulike aktører som tilbyr de samme produktene innenfor samme geografiske område. Etter forvaltningspraksis er det over lang tid etablert så mange unntak fra dette utgangspunktet, at merverdiavgiftsplikten i dag hovedsakelig kun omfatter private grunneiere. Omsetning av jaktkort for fiske, småvilt- og villreinjakt fra bygdeallmenninger, statsallmenninger og annen statlig grunn, blir etter forvaltningspraksis med hjemmel i merverdiavgiftslovens § 70 ikke ilagt merverdiavgift. Norges Jeger- og Fiskerforbund har også fritak for merverdiavgift for den omsetning av jakt- og fiskekort som drives av lokalforeningene (jf. brev fra Finansdepartementet datert 1. februar 2005), med begrunnelse i at de ikke driver næringsvirksomhet.

Mva. skal beregnes ulikt av de ulike inntektene

Reglene for merverdiavgift i forbindelse med jakt, fiske og tilleggsprodukter kan være vanskelige å få oversikt over. Dagens lov med forskrifter er litt uoversiktlig og fremstår som lite brukervennlig. Noen produkter er mva.-pliktige med høyeste sats, andre har redusert sats, og andre igjen er helt fritatt for mva. Ofte er det vanskelig å skille mellom hvilke deler av et produkt som skal belastes med hvilken mva.-sats. Vi vil her prøve å forklare hvilke deler av et jakt- og fiskeprodukt som er mva.-pliktig og hva som er unntatt.

Jakt og fiske

I utgangspunktet er det 25 % mva. på salg/utleie

av jakt dersom ikke annet er bestemt av lov eller forskrift. Her er det et skille mellom private rettighetshaver som har 25 % mva., og statsgrunn og salg gjennom organisasjoner som har 0 % mva. Dette bør ses i sammenheng med forskrifter om maksimalpris på statsallmenninger og Statskog sin føring på at de ikke skal være markedsledende på pris.

Overnatting

Overnatting er mva.-pliktig med lav sats, fra 2018 er den på 12 %. Det gjelder all utleie av hytter, rom, areal til camping eller annen fritidseiendom så lenge det drives som næring. Eventuelle serveringstjenester er også avgiftspliktige. mva. på overnatting/hytteutleie kan derimot være greit for de som skal og har fått tillatelse til å bygge nytt eller har store oppgraderingsplaner, men kun en ekstra utgift for dem som allerede har en hytte som er av ønsket standard, eller som de ikke får lov til å oppgradere til høyere standard. Fordel/ulempe av mva. på utleie, er med andre ord avhengig av utgifter til vedlikehold/oppføring i forhold til leieinntekter.

Serveringstjenester og omsetning av næringsmidler

For omsetning av næringsmidler gjelder forskrift om redusert sats for merverdiavgift på slike varer. Hovedregelen er at det skal beregnes 15 % mva. i alle omsetningsledd. Som næringsmiddel anses «enhver mat- eller drikkevare og enhver annen vare som er bestemt for å konsumeres av mennesker». Alkoholholdige drikkevarer anses ikke som næringsmiddel og skal følgelig omsettes med 25 % mva. Når det gjelder næringsmidler som inngår i omsetning av serveringstjenester skal det beregnes 25 % mva. Serveringstjenester skal beregnes med 25 % mva. Det avgjørende er om stedet der serveringen foregår kan defineres som et serveringssted etter serveringsloven. Et serveringssted er, etter serveringsloven § 2, et sted hvor forholdene ligger til rette for fortæring på stedet. Dersom det ikke er et serveringssted kan mat og drikke omsettes med 15 % mva. Hvis det er et serveringssted må det skilles mellom mat og drikke som skal fortæres på stedet eller tas med.

Salg av viltkjøtt

Ordningen med kompetent jeger/feltkontrollør gir kjøtt som er kontrollert, en status som næringsmiddel, som igjen utløser «mat-moms». Merverdiavgiftsreglene ved salg av hjorteviltkjøtt er diskutert med skatteetaten, som er enig i denne



forståelsen av merverdiavgiftsloven med utfyllende bestemmelser.

Mange grunneiere priser hjorteviltjakt etter antall kilo felt hjortvilt. Dette er ikke det samme som å selge feltkontrollert og godkjent hjorteviltkjøtt.



For å kunne selge til redusert mva.-sats må kjøttet som selges være feltkontrollert og godkjent.

Hjorteviltkjøtt godkjent av feltkontrollør, kan selges med redusert mva./matmoms (15 %) fordi kjøttet endrer status til næringsmiddel da det er godkjent.

Dette betyr at mva.-satsen avgjøres av hva som selges. Jakt priset i kilo, kan derfor ikke selges til redusert mva.-sats. Et alternativ er å skille på kjøttverdi og opplevelsesverdien. Alt kjøtt må i så

fall tilfalle rettighetshaver som så selger det videre igjen. Rettighetshaver kan igjen sikre seg ved å avtalefeste at jaktlaget forplikter seg til å kjøpe det kjøttet de skyter, og at dette skal kontrolleres av feltkontrollør. Kjøtt som blir godkjent kan da selges med redusert mva., mens kjøtt som ikke blir godkjent ikke kan selges med redusert mva. Bakdelen med denne løsningen er at jaktlaget ikke kan selge kjøttet videre, fordi det blir et ledd for mye med tanke på mattilsynets krav til sporbarhet etc.

Persontransport

Loven stadfester at det skal beregnes mva. med redusert sats, ved omsetning og uttak av tjenester som gjelder persontransport og ved formidling av tjenester som gjelder persontransport. Per dags dato (2019) er denne satsen på 10 %.

Guidetjenester

Guidetjenester og formidling av slike tjenester innen reiseliv og kultur, er unntatt den generelle merverdiavgiftsplikten.

Beskatning av utmarksinntekter

Leieinntekter av jakt og fiske og inntekter av næringsfiske, samt andre inntekter fra utmarksbasert næring, føres til beskatning fratrukket direkte utgifter på samme måte som andre inntekter.

Formuesverdi av jakt, fiske og utmarksrettigheter

Jakt, fiske og utmarksrettigheter får en formuesverdi som inngår som en del av grunnlaget for beregning av eventuell formueskatt.

Leieinntekter av jakt føres til beskatning fratrukket direkte utgifter på samme måte som andre inntekter.



Kalkyler og budsjett

Før man setter i gang med utmarksbaserte aktiviteter må man analysere det produktet man ønsker å satse på grundig. Dette kan man gjøre gjennom utarbeidelse av en forretningsplan, der man får satt tankene sine ned på papiret og i system. Til dette arbeidet er det gode muligheter til å få hjelp fra Innovasjon Norge, kommunen og etablerersentrene.

Det viktigste å analysere, er økonomien i det man ønsker å satse på. Man må få en oversikt over kostnader og hvilken pris man må sette på produktene for at det skal være økonomisk bærekraftig.

Verdien av egne timer

Innen utmarksnæringen er veldig mye av innsatsen knyttet til egen tid og eget arbeid. Det er derfor viktig å sette en verdi på egne timer, ettersom dette ofte er «hovedkostnaden» ved et utmarksprodukt. Nettsiden timepriskalkulatoren.no kan være et nyttig hjelpemiddel for å finne ut verdien av egne timer. Her kan man legge inn en ønsket/forventet årslønn og informasjon om antall arbeidsdager, faste kostnader knyttet til driften av bedriften og ønsket fortjeneste. Kalkulatoren vil da regne ut hvilken timespris og dagspris du må sette på ditt eget arbeid.

Når man har oversikt over hvilken pris man må sette på egne timer for å dekke faste kostnader, må man legge til de variable kostnadene knyttet til produktet, for å se hva man må ta betalt fra kundene for det man tilbyr. Videre blir man da nødt til å vurdere denne prisen opp mot kundenes betalingsvillighet.

Dersom prisen er høyere enn betalingsvilligheten, har enten produktet ikke livets rett, eller man må gå tilbake å se om man kan kutte kostnader eller redusere avkastningskravet. I startfasen må man være villig til å sette litt lavere krav til inntjening, ettersom det ofte krever utrolig mye arbeid for å komme i gang. Men, det er utrolig viktig at man har en plan for at startfasen skal gå over i en driftsfase hvor bedriften er økonomisk bærekraftig.

Et punkt det kan være mye å spare på, er å jobbe med logistikken slik at man kan redusere arbeidstiden mest mulig. Innen reiselivet vil dette oftest være knyttet til transport av gjester og utstyr. Man må innarbeide rutiner og systemer, slik at transporten foregår på en mest mulig effektiv måte. Dersom det blir ekstraturer etter manglende utstyr eller lignende fordi man ikke har planlagt godt nok, løper timene og kostnadene fort.

Kostnader

Utgangspunktet for kalkylene er bedriftens inntekter og kostnader. For å kunne gjennomføre kalkylene er det nødvendig at en er i stand til å skille mellom

- faste kostnader
- variable kostnader

En må også være oppmerksom på at en del kostnader hverken er helt faste eller helt variable, men inneholder elementer av begge typer kostnader.

Timepriskalkulatoren.no kan være et nyttig hjelpemiddel for å finne ut verdien av egne timer.

Timepriskalkulator | Reg: X
Secure | <https://timepriskalkulatoren.no>

HJEM TIMEPRIS PRISSKOLEN NYHETER GRATIS FAKTURAPROGRAM

TIMEPRISKALKULATOREN 450000 REGN UT

Setter du pris på deg selv?

Dette er et verktøy for konsulenter, frilansere og andre næringsdrivende som baserer arbeidet sitt på timer. Kalkulatoren beregner hva du må ha i timen for at du skal sitte igjen med ønsket lønn og profit, etter at utgifter og dødtid er trukket fra. Begynn med å skrive inn en realistisk årslønn (før skatt) i feltet oppe til høyre.

Skriv inn ønsket årlig bruttoinntekt (inntekt før skatt) og start kalkulatoren!

653.50



Dette medfører at en må gjøre noen vurderinger som neppe blir helt korrekte. For tilbydere som akkurat har startet opp, kan det være et problem at en ikke har noen erfaringstall å bygge på. En må her prøve å bruke anslag som ikke er for optimistiske. Kalkylene vil være nyttige for å kunne finne frem til «riktig» pris ut i fra bedriftens kostnader, for så å vurdere dette opp mot markedspris. Da kan man se om man er konkurransedyktig hva priser angår, og en kan også se hvilke prisnivå man bør ligge på om man skal tjene penger. Eksempel:

1. Avgiftspliktige salgsinntekter	70 000
2. Avgiftsfrie inntekter	30 000
3. Sum inntekter (1+2)	100 000
4. Varekjøp	10 000
5. Lønninger	20 000
6. Fremmedytelser	2 500
7. Driftsmateriell	2 000
8. Elektrisitet	1 000
9. Vedlikehold/anskaffelser	13 000
10. Forsikring og leie	2 000
11. Administrasjon	1 600
12. Markedsføring	3 500
13. Avskrivninger	10 000
14. Sum driftskostnader (4-13)	75 600
15. Driftsresultat (3-14)	24 400
16. Rentekostnader	12 500
17. Resultat (15-16)	11 900

En sekshjuling med henger er en stor investering, men er et godt hjelpemiddel for uttransportering av elg.



Fordeling mellom variable og faste kostnader:

	Fordeling	Variable kostnader	Faste kostnader
Varekjøp	100/0	10 000	
Lønninger	10/90	2 000	18 000
Fremmedytelser	20/80	500	2 000
Driftsmateriell	10/90	1 200	10 800
Elektrisitet	10/90	100	900
Vedlikehold/ansk.	10/90	1 300	11 700
Forsikringer	0/100		2 000
Administrasjon	5/95	100	1 500
Markedsføring	0/100		3 500
Avskrivninger	0/100		10 000
Renter	0/100		12 500
SUM		15 200	72 900
Prosent		17,25 %	82,75 %

Dekningsbidrag

I forbindelse med kalkulasjon er det et annet begrep som er viktig, og det er dekningsbidrag.

Dekningsbidrag = driftsinntekter-variable kostnader

Dvs. det bidrag en har igjen til å dekke de faste kostnader, etter at alle variable kostnader er dekket inn.

A. Pris pr. enhet	Kr.
B. Materialer, forbruk o.l.	Kr.
C. Lønn, prod. + sos. kostnader	Kr.
D. Variable kostnader (b+c)	Kr.
E. Dekningsbidrag (a-d)	Kr.

Som et eksempel vises her budsjettkalkylen til en grunneier som skal selge gjestjeger elgjakt med kost og losji på gården. Det er kalkulert med 50 gjestjegerdøgn (10 jegere som jakter 5 dager)

Budsjetterte antall gjestjegerdøgn: 50	
1. Pris pr. gjestjegerdøgn hvis en skal ha full dekning for alle kostnader*	88 100/50 = 1 762
2. Virksomhetens dekningsbidrag	100 000 - 15.200 = 84 800
3. Dekningsbidrag pr. gjestjegerdøgn	84 800/50 = 1 696
4. Hvor langt ned i pris på gjestjegerdøgn kan en gå uten at en taper penger	15 200/50 = 304

*Tallet 88.100 = driftskostnader + rentekostnader

De beregningene som er gjort i eksempelet, kan oppnås på en rekke kombinasjoner mellom pris og gjestjegerdøgn.

Både utgifter og inntekter er konstruerte tall, men kalkyleoppsettet bør være interessant for den som er interessert i å starte opp med tilrettelagte aktiviteter som kan sette inn sine egne tall i kalkylen og få en viss oppfatning om lønnsomheten.



Dekningsbidragsanalyse

Etter hvert som man kommer i gang med utmarksnæring, vil man ofte tilby en rekke forskjellige produkter. Utvalget kan være bredt og da er det spesielt viktig at du som selger/tilbyder er bevisst på hvor du har den største fortjeneste, og at du jobber for å selge disse inn til kundene dine.

En god måte å skape en oversikt over hvilken fortjeneste du har på de ulike produktene, er å gjøre en dekningsbidragsanalyse og finne dekningsbidragsprosenten slik at det er mulig å sammenligne fortjenesten på de ulike produktene. Dekningsbidraget er prisen på produktet minus de variable kostnadene, mens dekningsbidragsprosenten er dekningsbidraget ganger 100 delt på prisen.

Eksempel

Her er et tenkt eksempel for å vise prinsippet med dekningsbidragsanalyse. En aktør tilbyr guidede båtturer. Varigheten på turen er to timer. I tillegg kreves det én times forberedelse per tur. Aktøren har regnet at han må ha 500 kr timen for det arbeidet han gjør. Prisen kunden betaler for turen er kr 3 000.

Dekningsbidragsanalyse båt	
Inntekter	3 000
Variable kostnader	
Arbeid 3 timer	-1 500
Drivstoff	-200
Enkel servering av kaffe og kake	-300
Dekningsbidrag/DB (Pris – Variable kostnader)	1 000
Dekningsbidragsprosent (Inntekter*100/DB)	33,33 %

Samme aktør tilbyr også guidede kajakkture. Turene varer i tre timer, men krever to timers forberedelse. Prisen for turen er kr 4 500.

Dekningsbidragsanalyse kajakk	
Inntekter	4 500
Variable kostnader	
Arbeid 5 timer	-2 500
Enkel servering av kaffe og kake	-300
Dekningsbidrag/DB (Pris – Variable kostnader)	1 700
Dekningsbidragsprosent (Inntekter*100/DB)	37,78 %

For å sammenligne fortjenesten sett opp mot innsatsen på disse to produktene, har grunneieren regnet ut dekningsbidragsprosenten. Vi kan her se at det er mer lønnsomt for grunneieren å arrangere kajakkture fremfor båttur.

Dette er et veldig forenklet eksempel men den viser prinsippene og man kan gjøre akkurat de samme analysene på mer omfattende produkter.



Produktprising

Det å sette en totalpris på et produkt er sikkert, men gir lite salg i privatmarkedet. Private kunder krever som regel pris pr. pers, og alternativet er da å sette minste gruppestørrelse for at arrangementet skal gjennomføres. Det bør kanskje poengteres at gruppestørrelsen er en meget viktig faktor for inntjeningen, da flere betalende i liten grad påvirker arbeidskostnadene og dermed de variable kostnadene. Det er mye det går an å selge, men det er ikke dermed sagt at en kan tjene penger på det. Viktige forutsetninger er betalingsvilje, gruppestørrelser som gjør at arbeidskraften blir godt utnyttet, lang nok sesong til å forsvare faste kostnader og et arbeidsmiljø som er tilfredsstillende over tid.

Råvareinnkjøp	Kr.
+ Driftskostnader	Kr.
+ Fortjeneste	Kr.
= Salgspris	Kr.

Eller

Markedspris eller konkurrentpris	Kr.
- Produksjonskostnader	Kr.
= Fortjeneste	Kr.

Budsjett og økonomistyring

Budsjettet er en oversikt over forventede inntekter og utgifter. Planlegging og gjennomarbeidede budsjetter er et viktig styringsverktøy for å vite hvordan man ligger an og hvor mye man må selge for at man skal dekke inn de faste utgiftene og få bedriften til å gå med overskudd.

Hovedgrunner til å sette opp og bruke et budsjett som styringsverktøy:

- Du vil ha mer kontroll på bedriftens økonomi og mindre «økonomisk stress».
- Du vil få bedre oversikt over bedriftens inntekter og hva som er tilgjengelig å bruke.
- Du vil enklere kunne oppdage sløsing og dermed kunne spare penger.
- Dersom man må låne penger, vil man stille mye sterkere i møter med banken og eventuelt andre investorer dersom man har et gjennomarbeidet budsjett som viser bedriftens potensiale.



Eksempel på budsjett (ett år)

A. Salg (pris pr. enhet x ant.)	Kr.
B. Materialforbruk	Kr.
C. Lønn inkl. sos. kostn. i produksjonen	Kr.
D. Variable kostnader (B+C)	Kr.
E. Dekningsbidrag (A-D)	Kr.
Faste kostnader:	
F. Lønn ledelse - administrasjon inkl. sos. kostn.	Kr.
G. Arbeidsgiveravgift	Kr.
H. Honorarer regnskap, revisor	Kr.
I. Husleie Kr.	
J. Elektrisitet	Kr.
K. Telefon, porto, kontorrekvisita	Kr.
L. Salg, reklame, markedsføring	Kr.
M. Driftskostnader - uavhengig av produksjon	Kr.
N. Reparasjon, vedlikehold	Kr.
O. Forsikringer	Kr.
P. Avskrivinger	Kr.
R. Renter	Kr.
S.	Kr.
T. Sum faste kostnader (sum F-S)	Kr.
U. Resultat (E-T)	Kr.

Anbefaling

Det er mange ting å tenke på når man skal i gang med utmarksnæring, men det er utrolig viktig å være klar over økonomien i det man driver med. Det er en grunn til at det heter næring og ikke hobby.

Ha kontroll på økonomien:

- sett en verdi på egne timer
- sett opp og bruk budsjett som et planleggingsverktøy
- analyser produktene så du vet hva som gir inntekter og hva som ikke gjør det

Sett en verdi på egne timer.





Lenker

Jakt

inatur.no

[miljodirektoratet.no jakt](http://miljodirektoratet.no/jakt)

Fiske

brreg.no

tanafisk.no

hmsetatene.no

effa.info

inn.no

utmarksavdelingen.no

snl.no - Norske_lakseelver

miljodirektoratet.no - Fritidsfiske

miljodirektoratet.no – Innlandsfiske

Bygdebaserte opplevelser

bedin.no

etablerer.no

spoross.no

naringsetaten.oslo.kommune.no

norsk-reiseliv.no

skattefunn.no

innovasjon norge.no

Økonomi

reisegarantifondet.no

verdiskapingsfondet.no

timepriskalkulatoren.no

sparebankstiftelsen.no

gjensidigestiftelsen.no

skatteetaten.no

Markedsføring

dintur.no

inatur.no

norgesmidtpunkt.no

wild-norway.com

fiskeinord.no

fiskinginorge.no

midtnorsknatur.no

hooked.no

biaton.no

nhoreiseliv.no

Litteratur

- Aas, Ø. & Dervo, B. 2010. Innlandsfisketurisme i Norge – muligheter og utfordringer. Temahefte. Norsk institutt for naturforskning.
- Aas, Ø., Wang, Æ., Dervo, B. & Ødegård, F.E. 2010. Driftsplanlegging for innlandsfiske – Veileder. Norsk institutt for naturforskning, Norges Bondelag, Norges Skogeierforening.
- Andersen, O. & Dervo, B.K. 2018. Jegerne og fiskernes forbruk av varer og tjenester i Norge i 2018. NINA Rapport 1605. Norsk institutt for naturforskning.
- Bakka, D. 2004. Jaktsalg. Kurshefte. Skogbrukets Kursinstitutt.
- Bakka, D. 2009. Jaktguiding. Kurshefte. Skogbrukets Kursinstitutt
- Bomann-Larsen, T. (red). 2005. Ferskvannsfiske, de andre artene. Naturforlaget
- Cavard, A. 2005. Foredrag på Sportsfiskekonferansen i Stockholm, World Predator Fishing.
- Dagbladet.no, 8 juli 2018. Satser for lite på skredersyde turer. – Går glipp av 26 milliarder årlig.
- Elmahdy, Y.M., Haukeland, J.V. & Fredman, P. 2017. Tourism megatrends, a literature review focused on nature-based tourism. Fagrapport 42. Norsk institutt for naturforskning.
- Eriksen, H., Bakka, D., Knutslid, B. 2005. Fiskeguiding. Kurshefte. Skogbrukets Kursinstitutt.
- Heum, I., Johansen, R., Ask, Y. 2005. Sportsfiskeleksikon, Vega forlag.
- Kjellmann, G. 2005. Markedet for jaktoplevelser. Rapport. Norges Bondelag og Norges Skogeierforbund.
- Knutsen, H., Milford, A. B. og Berger, M. (2016): Landbruksbasert reiseliv i Norge. NIBIO rapport nr. 152.
- Krogvold, P. 2009. Fluefiske fra A til X. Tun Forlag.
- Liberg, Å., S. 2018. Segmentering av fritidsfiskere basert på spesialiseringsgrad i Trysil, Hedmark: Undersøkelse av fiskevaner, preferanser og syn på forvaltning og tilrettelegging. NMBU
- Lilleheim, M. 2004. zzzzzap lær fluekasting, Naturforlaget.
- Lunde, K., Knutslid, B., Gjøvikli, B. Engen, M., Skagestad, E. 2008. Bygdebaserte Opplevelser. Skogbrukets Kursinstitutt og Din Tur.
- Meld.St.31. 2014-2015. Garden som ressurs – markeden som mål – Vekst og gründerskap innan landbruksbaserte næringer.
- Mjøsen og Glommen Skogeierforening, Hedmark og Oppland Bondelag. 2004. Prosjektet Fisketurisme i Innlandet.
- Norges Bondelag. 2015. Innlandsfiske - En veileder i grunneierorganisering og forvaltning. Norges Bondelag og Utmarksavdelingen for Akershus og Østfold.
- Norges Skogeierforbund, RBL. 2003. Utvikling av utmarksbaserte reiselivsbedrifter
- Norsk Turistutvikling AS. Vertskapsrollen.
- Reiselivsnæringens verdi, NHO Reiseliv 2018
- RBL & NSF. 2004. Forprosjekt om utvikling av utmarksbaserte reiselivsbedrifter - Markedsmuligheter, mål, strategier og forslag til verdiskapingsprogram. Norges Skogeierforbund.
- Skagestad, E. & Liberg, L. 2006. Utmarksbasert Reiseliv. Kurshefte. Skogbrukets Kursinstitutt.
- Skurdal, J., Dervo, B., Taugbøl, T. 1997. Storørret, Landbruksforlaget A/S
- Stensland, S., Fossgard, K., Hansen, B.B., Fredman, B., Morken, I-B., Thyrrerstrup, G & Haukeland J.V. 2018. NINA fagrapport 52.
- Naturbaserte reiselivsbedrifter i Norge. Statusoversikt, resultater og metode fra en nasjonal spørreundersøkelse. NMBU.
- Tilrettelegging for fritidsfiske – Veileder. DN-håndbok 10-1995.
- UNWTO (United Nations World Tourism Organization). 2015. Annual Report 2014



