

NOTAT

EVALUERING

Fisketuren går til Limfjorden

Projektperiode 2018-2020

Limfjordsrådets Sekretariat

2. april 2020



JOHANNEBUGGE
EXPERIENCE CONSULT

Indholdsfortegnelse

Indledning	3
Projektets deltagere	3
Metode	3
Projektets aktiviteter	4
Hovedkonklusioner	5
Overblik målepunkter	8
Overblik markedsføringstiltag	10
Sammenfatning interviews	13
Anbefalinger	14
Forsøgsområder	15
Forsøgsområde 1: Fur	16
Forsøgsområde 2: Venø	17
Forsøgsområde 3: Glyngøre	18
Forsøgsområde 4: Hals	19
Forsøgsområde 5: Hvalpsund	20
Forsøgsområde 6: Vilsund	21
Bilag 1 – Interviewguides	24
Bilag 2 – Certificerede erhvervspartnerne	32



Den Europæiske Landbrugsfond
for Udvikling af Landdistrikterne:
Europa investerer i landdistrikterne



Den Europæiske Union
Den Europæiske
Hav- og Fiskerifond



Indledning

Formålet med denne evaluering er at skabe overblik over de foreløbige resultater af projektet Fisketuren går til Limfjorden, som afsluttes juni 2020. Projektet har i perioden januar 2018 – marts 2020 haft fokus på at igangsætte initiativer, der understøtter Limfjorden som lystfiskerdestination. Eftersom projektet er et destinations- og erhvervsudviklingsprojekt vil de fulde effekter af projektet først kunne måles om 3-5 år.

Projektet er finansieret af midler fra Landdistriktspuljen, LAG Småøerne, FLAG Thy-Mors, LAG Jammerbugt-Vesthimmerland, LAG Skive-Viborg, BRN og Aalborg Kommune, Jammerbugt Kommune, Vesthimmerlands Kommune, Viborg Kommune, Skive Kommune, Morsø Kommune, Lemvig Kommune og Thisted Kommune.

Projektets og destinationens udgangspunkt blev kortlagt og analyseret i en Markedsundersøgelse i vinteren 2018/2019. Markedsundersøgelsen var primært bygget op om 65 interviews. De samme aktører er i videst mulige omfang blevet interviewet igen for at kunne sammenholde, hvorvidt der på en række parametre er sket en udvikling i projektperioden.

Denne evaluering vil således forsøge at afdække resultaterne af projektet for henholdsvis seks indsatsområder (Fur-Venø, Glyngøre, Hals, Hvalpsund og Vilsund) og overordnet set for hele Limfjorden. De seks indsatsområder er formelt set fem delprojekter i det samlede projekt. Afslutningsvist vil der blive præsenteret anbefalinger til, hvordan der fremtidigt kan arbejdes med at udvikle lystfiskerturisme i Limfjordsområdet.

Projektets deltagere

Projektet er en del af Limfjordsrådets indsatsområder og udføres af sekretariatet. Evalueringen består af interviews med 62 interessenter fra en bred vifte af overnatningssteder, bådudlejninger, lystfiskerguides og grejbutikker fordelt på de seks indsatsområder. Alle de interviewede interessenter har været involveret i projektet, men ikke alle har valgt at satse på lystfiskerturisme. Efter interviewperioden har flere nye projektdeltagere engageret sig i projektet. Evalueringen kan derfor ikke give et endegyldigt billede af projektets resultater, men et billede af hvordan det ser ud pr. 1. april 2020. Områdets turismeorganisationer (Enjoy Limfjorden, VisitVesthimmerland, Skiveegnens Erhvervs- og Turistcenter og VisitAalborg) har desuden deltaget i en sparrings- og markedsføringsgruppe. Disse er også blevet interviewet, ligesom Limfjordsrådets Sekretariat er som projektejer.

Metode

Evalueringen er foretaget ved telefoninterviews i perioden januar og februar 2020. Deltagerne har svaret på spørgsmål om, hvilket arbejde de har lagt i projektet, mens de har deltaget, hvad de forventer at gøre fremover for at få

flere lystfiskerturister, hvad deres udbytte af projektet har været indtil videre, og hvad deres anbefalinger er til projektet fremover (se interviewguide i bilag 1).

Kategori	Antal deltagere	Antal interviewede deltagere
Overnatningssteder	40 (heraf 10 nye)	36
Bådudlejning	4	2 (1 overnatningssted)
Grejbutikker	9	3
Guider	6	4
Turismeorganisation	4	3
Total	63	48

Det har ikke været muligt at komme i kontakt med alle deltagere trods ihærdige forsøg. Svarprocenten har været 76 %, hvilket er godt i forhold til at kunne give nogle gode indikationer af, hvorledes projektet er blevet taget i mod og opfattes relevant.

En overordnet sammenfatning og en nærmere gennemgang af deltagernes svar fordelt på områderne præsenteres i det følgende.

Projektets aktiviteter

Projektet har det seneste år gennemført en række aktiviteter for at understøtte Limfjorden som lystfiskerdestination. Blandt andet kan nævnes:

Netværk og destinationsfællesskab

- Workshops og virksomhedsbesøg i de 6 forsøgsområder
- Studietur til Fyn med 43 deltagere fra de 6 forsøgsområder
- Identificering og hvervning af virksomheder til erhvervsnetværk
- Etablering af erhvervsnetværk. Pr. 31. marts 2020 er 56 erhvervsaktører certificeret som lystfiskervenlige og en del af et nyetableret netværk (bilag 2).
- Etablering af lukket facebook-gruppe for erhvervsnetværket.

Branding og markedsføring

- Videreudvikling af www.havorredlimfjorden.dk, så den samler alt information om lystfiskeri og er projektets kanal til slutbrugeren (lystfiskeren)
- Etablering af facebook-side med relevant indhold til lystfiskere
- Etablering af Instagram-side med relevant indhold til lystfiskere
- Etablering af tværkommunal markedsføringsgruppe

- Online kampagne i Dk og De (Seo, SoMe, annoncer) målrettet lystfiskere
- Branding og markedsføring på de lokale visitororganisationernes kanaler målrettet lystfiskere
- Pressemeddelelser
- Influencer kampagne – afholdes forår 2020
- Produktion af en række mindre film til støttepunkter (skilte)

Produktudvikling

- Etablering af certificeringsordning til overnatningssteder, grejbutikker, båd- og kajakudlejere og lystfiskerguider (jf. Erhvervsnetværket)
- Rådgivningsbesøg hos erhvervsdeltagere
- Udvikling af infopakke til certificerede aktører (pjece, fiskekalender, klistermærker, partnerskilte, beskrivelse af fiskemuligheder i nærområde, fotobank mv.
- Etablering af støttepunkter (skilte) – arbejdet er ikke afsluttet endnu.

Hovedkonklusioner

Projekt "Fisketuren går til Limfjorden" har i marts 2020 været i gang i godt 2 år og i juni 2020 afsluttes projektet. Ved evalueringens afslutning er langt de fleste af projektets planlagte aktiviteter gennemført, og de sidste er på vej til at blive afsluttet. Herunder er en række af projektets hovedresultater og -konklusioner oplyst.

God overordnet tilfredshed og engagement fra erhvervet

Projektet har alt i alt arbejdet med og bidraget til fundamentet i destinationsudviklingen af Limfjordsområdet som en relevant destination for lystfiskere.

Deltagerne i projektet har generelt været tilfredse med at være en del af arbejdet med at udvikle Limfjordsområdet som lystfiskerdestination.

Projektet har generelt bidraget til:

- Øget kendskab til lystfiskerturisme hos projektdeltagerne
- Flere relevante faciliteter hos erhvervet, der imødekommer lystfiskerturisters behov
- Øget kendskab samt netværksopbygning til relevante samarbejdspartnere
- Udbygning af relevante markedsførings- og informationsplatforme.

Der er i projektet etableret et erhvervsnetværk, som pr. 31. marts 2020 består af 56 deltagere. De har fået kendskab til lystfiskerturisme, flere af dem har etableret målgrupperelevante faciliteter og services og har fået et øget netværk til fremtidig forretningsudvikling.

Erhvervets øget fokus på lystfiskerturisme og faciliteter

Lystfiskere fisker især i skuldæsoner, hvorfor de er et interessant forretningsområde for turisterhvervet. Blandt overnatningsstederne har et stort antal af deltagerne ikke før projektet "Fisketuren går til Limfjorden" været klar over, at lystfiskere er en målgruppe, som de forretningsmæssigt kan være opmærksomme på, ej heller hvordan de hver især kunne arbejde på at tiltrække målgruppen. Det har projektet bidraget til at skabe klarhed over.

Projektet har medvirket til, at flere overnatningssteder har etableret faciliteter, som specifikt er møntet på lystfiskere. Der er fortsat mulighed for at få endnu flere overnatningssteder til at etablere faciliteter. Det vil samlet styrke destinationen.

Samtidigt er der i projektperioden lavet udviklingsarbejde på hjemmesiden havorredlimfjorden.dk, der har en database over, hvor faciliteterne er, hvilket giver større synlighed for potentielle turister.

Behov for mere (sam)arbejde for vækst

Størstedelen af projektdeltagerne er generelt optimistiske omkring potentialet for vækst i lystfiskerturisme ved Limfjorden. Håbet om vækst kan være en mulighed for projektdeltagerne for at få del i markedet og derfor øge deres egen omsætning på baggrund af lystfiskere.

Interviewene peger på, at Limfjordsområdet primært besøges af danske og tyske lystfiskere. Projektdeltagerne nævner dog også hollændere, belgiere og nordmænd som nogle af de nationaliteter, der besøger området.

Der har dog ikke været en reel målbar vækst i antallet af lystfiskerturister i Limfjordsområdet i 2019 i forhold til tidligere år. Der har heller ikke været nogle umiddelbare ansættelser som følge af ekstra lystfiskerkunder. Men kigger man på aktørernes optimisme omkring vækst, så kan det stadig opnås i løbet af de kommende år, hvis markedet udvikler sig i den rigtige retning og samarbejdet fortsætter om at udvikle Limfjorden som destination.

Samarbejde er nødvendigt både mellem turismeorganisationer, Limfjordsrådets Sekretariat og erhvervet og i høj grad også erhvervet imellem for at kunne udvikle interessante og relevante lystfisker-oplevelser på destinationen. Enkelte erhvervspartnerne har etableret begyndende nye samarbejder i projektperioden i fx Vilsund, Hals og på Fur og Venø. Flere af projektdeltagerne er optimistiske omkring idéen med at få flere samarbejdspartnere, men har endnu ikke etableret dem. Det tyder på, at der fortsat er behov for at facilitere de første erhvervssamarbejder indtil, det er blevet en gængs aktivitet blandt overnatningssteder, guider, grejbutikker, m.fl., og de har gjort sig nogle gode erfaringer. Næste skridt vil derfor være at inspirere erhvervet til at kommercialisere på Limfjorden som lystfiskerdestination, blandt andet ved at tilbyde skræddersyede pakkeprodukter til havørred-lystfiskere på tværs af erhvervspartnerne.

Mange virksomheder har understreget vigtigheden af, at projektet fortsætter. De fleste begrundet det med, at det ikke er muligt at skabe

mærkbar vækst på en enkelt sæson eller to, men at det kræver flere års arbejde, som de ikke har kapacitet til at forankre hos sig selv. Det kræver, at der løftes i flok og på tværs af aktører.

Formidling, information og markedsføring

Generelt udtrykker de medvirkende virksomheder en forhåbning om, at projektet kan fortsættes og have fokus på øget markedsføringsarbejde af destinationen. Det vil potentielt give flere turister og dermed skabe yderligere turismeomsætning i området.

Projektet har i projektperioden udviklet en ny forbedret hjemmeside, der samler alt nødvendig information for slutbrugerne. Alle lokale turismeorganisationer henviser til hjemmesiden, så den fungerer som én indgang til lystfisker-destinationen i og omkring Limfjorden. Den er et planlægningsredskab for lystfiskerne og et vigtigt redskab for erhvervet at kunne henvise gæster til.

Hjemmesiden har haft en stor stigning af besøgende de sidste to år. Samtidigt er der arbejdet med en målrettet facebook- og instagramprofil. Alle kanaler har oplevet en støt stigende vækst i projektperioden, hvilket vidner om, at dedikeret markedsføringsarbejde skaber øget synlighed for målgruppen. Især synes det populært hos slutbrugerne at følge opslag om Limfjordens miljøprojekter.

Endnu mere målrettet markedsføringsarbejde – og eventuelt med endnu mere fokus på vores nabolande - er næste vigtige skridt i destinationsudviklingen, hvor både erhverv og destinationsselskaber omkring Limfjorden og Limfjordsrådets Sekretariatet skal arbejde sammen om at skabe synlighed og gennemslagskraft på turismemarkedet. Det kræver en ambitiøs markedsføringsstrategi for de kommende sæsoner for at udvide kendskabsgraden til Limfjorden som lystfiskerdestination. Næste skridt er også at forsøge at dokumentere, hvorvidt de besøgende på de forskellige platform konverteres til bookinger hos erhvervspartnerne.

Det er også vigtigt at fortsætte formidling om fx køb af fiskekort for udenlandske gæster samt arbejde med formidling *on location* i form af skilte m.m. langs hele Limfjorden. Nærværende projekt etablerer støttepunkter på udvalgte steder i de seks forsøgsområder, som skal informere lokale og tilrejsende gæster om muligheder. Skilte opsættes først umiddelbart før projektets afslutning.

Forslag til nye initiativer

Projektet har skabt værdi for projektdeltagerne, men de peger samtidigt på, at det fortsat er et langt sejt træk, hvis området skal se væksttal som fx Havørred Fyn.

De adspurgte aktører nævner ikke konkrete ideer til nye initiativer, men opfordrer til at fortsætte og øge indsatsen på de initiativer, der allerede er sat i gang. Der vil i en kommende projektperiode være behov for at styrke formidling, markedsføring, netværk og produktudvikling yderligere.

Samtidigt vil det være nødvendigt at bede projektpartnere om at registrere antal lystfiskerturister blandt deres kunder for at kunne følge udviklingen.

Fremtidig forankring

Projektet har arbejdet på en lang række væsentlige parametre i destinationsudviklingen af Limfjorden som lystfiskerdestination. Opgaven er nu at finde en så optimal model som muligt at forankre og videreudvikle destinationen på. Det kræver dialog og et visionært *mindset* fra alle aktører. I disse måneder er dansk turisme under omstrukturering, og der etableres fire nye destinationsselskaber rundt om Limfjorden, som er ved at finde frem til deres strategi og opgaveportefølje. Der er behov for at indlede en dialog om projektets fremtid.

Det synes uomtvisteligt, at destinationsudviklingen kun vil blomstre yderligere, hvis der fremover fortsat arbejdes på tværs af kompetencer og aktører. Destinationsudviklingen vil fremover nemlig kræve:

- Specialviden om fisk, fiskeri og målgruppen
- Viden om markedsføring og destinationsudvikling
- En række lokale ambassadører som kan tiltrække, produktudvikle og servicere gæsterne (erhvervsnetværket)

De certificerede erhvervsaktører er først lige begyndt at arbejde med lystfiskere som en ny målgruppe. Det må forventes, at erhvervsnetværket skal hjælpes yderligere, før de for alvor bliver selvkørende i forhold til produktudvikling og markedsføring direkte mod målgruppen.

Der er derfor behov for at finde en fremtidssikret model, hvor der søges finansiering til projektaktiviteter og markedsføringstiltag, samtidig med at rolle- og opgavefordelingen omkring destinationsudviklingen findes blandt aktørerne.

I forhold til finansiering kunne det være en model at arbejde med et partnerskab, hvor også de nuværende projektpartnere bidrager. Over halvdelen af de interviewede erhvervsvirksomheder bidrager gerne til økonomisk til, at projektet kan fortsætte fx i form af et partnerskab. Flest nævner beløbet 1000-2000 kr. om året som realistisk.

Overblik målepunkter

Projektet opstillede til en start en række målepunkter for hver af de 5 delprojekter, som vist herunder. Grønt betyder, at målet er opnået, gult at det er delvist opnået og rødt, at det endnu ikke er opnået. Det kan endnu ikke ses, at projektets aktiviteter har slået igennem på jobskabelse og overnatningstal, men det er heller ikke forventeligt på så kort tid. I destinationsudviklingsprojekter tager det typisk nogle år at inspirere erhvervet til at fokusere på en ny målgruppe og opnå en så stor kendskabsgrad hos målgruppen, der betyder, at de tilvælger at besøge destinationen.

Mål	Resultat
Forventet antal nye fuldtidsarbejdspladser skabt umiddelbart efter projekts ophør: 2	1 (elev hos grejbutik)
Forventet antal nye fuldtidsarbejdspladser i alt skabt 2 år efter projekts ophør [NB. tallet skal være inklusiv de arbejdspladser, der er skabt umiddelbart efter projektets ophør]: 4	Det er ikke på de forhåndenværende data muligt at sige noget om antallet.
Forventet antal fuldtidsarbejdspladser bibeholdt, som ellers ville være blevet nedlagt (1720 timer pr år): 1	(2 overnatningssteder er gået ud og har lukket virksomhed. 2 af de nyere partnere er forholdsvis nye virksomheder)
Forventet antal flere overnatninger: 1.000	Få samarbejdspartnere melder om flere overnatninger fra lystfiskere, men ingen registrerer specifikt, hvorfor data ikke er tilgængelig.
Forventet antal flere dagsturister per år: 1.000	Grejbutikker og guider melder samlet umiddelbart om lille vækst.
Læsere af hvert skilt pr år: 10.000	Skiltene er det sidste, der etableres i projektet, så ved evalueringen var skiltene endnu ikke opsat.
Er de deltagende erhvervsaktører blevet klogere på målgruppen lystfiskere gennem projektet?	Ja
Er der kommet nye services/produkter hos aktørerne?	Ja
Er de blevet en del af en større markedsføring målrettet lystfiskere?	Ud over havørredlimfjorden.dk er der lavet markedsføring med støttet fra LAG og BRN. Der har været gennemført en onlinekampagne og de lokale turismeorganisationer har markedsført lystfiskerturisme via deres kanaler.
Har de øget informationen og markedsføringen på deres egne kanaler som følge af projektet?	Ja – det er et krav i certificeringen. Kun få har dog lavet aktiv markedsføring.

Har de registreret en vækst eller tror de på vækst i lystfiskerturismen ved Limfjorden?	Få har registreret mindre vækst, men næsten alle tror på vækst.
Har de fået indfriet deres forventninger til projektet?	Ja
Er der øget medieomtale af lystfiskeri og lystfiskerturisme?	Projektet har udsendt pressemeddelelser, været i radioen og har været nævnt i danske fiskemagasiner.

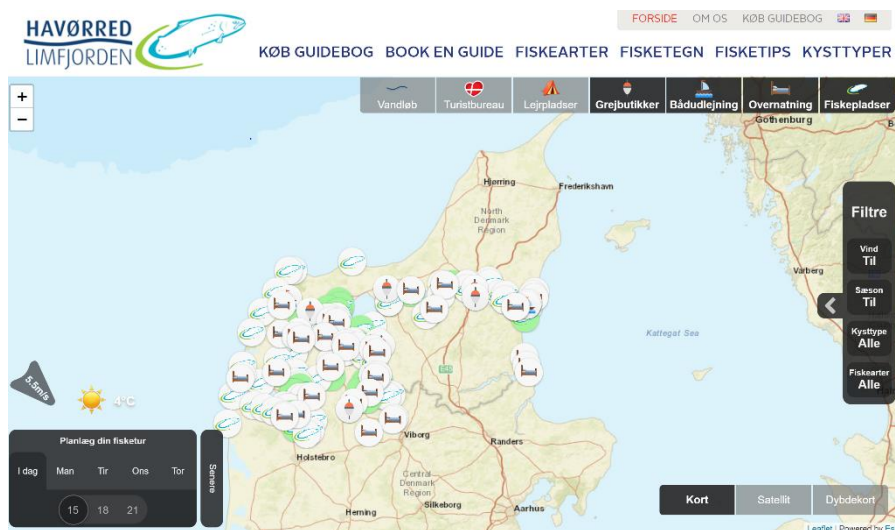
Overblik markedsføringstiltag

Projektet har arbejdet målrettet på at opstarte en decideret markedsføring af Limfjorden som lystfiskerdestination i samarbejde med nøglepersoner fra VisitAalborg, VisitVesthimmerland, Skiveegnens Erhvervs- og Turistcenter, og Enjoy Limfjorden.

Der er lavet søgemaskineoptimering, online-annoncer, onlinekampagne og de lokale visitorganisationer har formidlet og markedsført på deres kanaler og online dirigeret lystfiskere over på havorredlimfjorden.dk, så slutbrugeren bliver samlet på én platform, hvor der er målgruppespecifik kommunikation og relevant viden for målgruppen. Der planlægges en influencerkampagne i foråret 2020.

Hjemmeside

Havorredlimfjorden.dk blev opdateret d. 20. maj 2019 med nye funktioner og kort over certificerede virksomheder; overnatningssteder, bådudlejere, grejbutikker mv. Hjemmesiden er tilgængelig på dansk, tysk og engelsk.



Screenshot af hjemmesiden

Antal besøgende fra 20. maj 2019 til 20. marts 2020 er **36.547**. Det svarer til i gennemsnit til 3.655 besøgende pr. måned. De besøgende har en gennemsnitlig besøgstid på 1 min. og 33 sek., hvilket indikerer, at de besøgende opholder sig på siden for at søge information om fiskermuligheder m.m. I 2018 havde hjemmesiden ca. 5.000 besøg årlig - det er en stigning på 800%.

De besøgende fordeler sig geografisk således:

- Danmark 74,6 % (27.260)
- Storbritannien 6,4 % (2.332)
- Tyskland 4,9 % (1.797)
- USA 2,7 % (973)
- Saudi-Arabien 1,5 % (552)

Meget af kommunikationen og markedsføringen har foregået på dansk og i Danmark, hvilket besøgstallet også understøtter. Nationalt fordeler de besøgende i Danmark således:

- Midtjylland 23,8 % (8.692)
- Hovedstaden 21,2 % (7.746)
- Nordjylland 17,2 % (6.295)
- Syddanmark 7,4 % (2.688)
- Ukendt 6,1 % (2.235)

Hvordan kommer brugerne ind på siden?

En afgørende faktor for hjemmesiden er, at der kommer brugere ind og ser indholdet. Særligt så virksomhedernes produkter bliver promoveret. Projektet har lavet en indsats på at optimere søgemaskinen google, sociale netværk og link fra andre hjemmesider, samt kampagner/ads på google, som tilsammen står for over halvdelen af den trafik, der kommer på hjemmesiden, svarende til 18.420 besøg.

- Direkte trafik 18.127
- Søgemaskiner 8.633
- Sociale netværk 5.361
- Hjemmesider 3.212
- Kampagner 1.214

Sociale medier

I 2019 lancerede projektet en facebookside og instagram-profil for at gøre opmærksom på projektets aktiviteter til lystfiskermålgruppen.

Facebook

Facebooksiden har pr. 20. marts 2020 612 organiske følgere og har lavet 84 opslag med forskelligt indhold.

Der er både indhold, der handler om fiskeriet efter havørreder og deling af lystfiskeres oplevelser for at få flere personer ind på hjemmesiden, hvor de kan læse om de produkter, projektet tilbyder. Det er væsentligt, at lystfiskerne bliver fanget dér, hvor de søger information, og det er blandt andet på facebook. Det er en indsats, der kan udvides med mere annoncering.

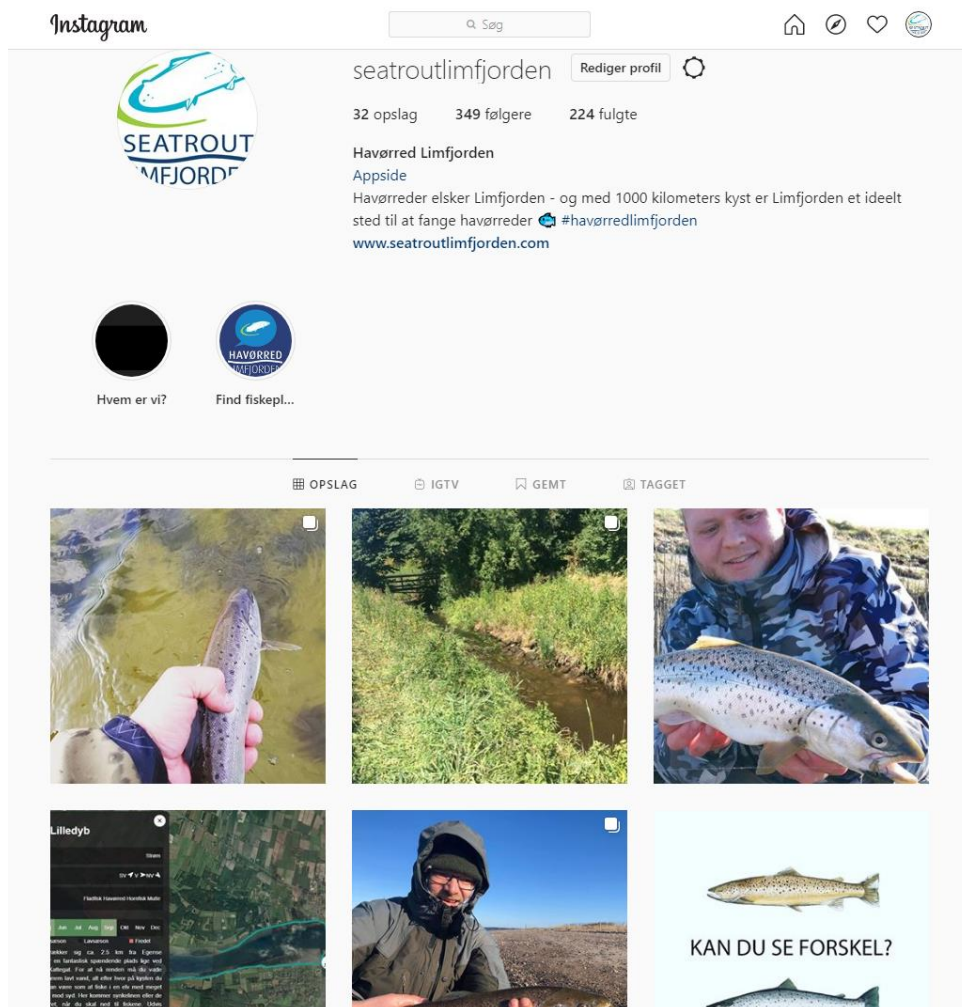
Sekretariatet har lavet en del opslag omkring kommunernes vandløbsvedligeholdelse, og det er et tema, der bliver taget godt imod. Opslagene deles og virker som en god synliggørelse af kommunernes og foreningerne vandløbsindsats. Her er et område, hvor der er potentiale for at synliggøre kommunernes miljøindsats endnu mere.



Screenshot af facebookside

Instagram

Instagram-profilen blev oprettet i februar 2020 og har pr. 20. marts 2020 343 følgere. Der er lavet 31 opslag. Erfaringen er, at Instagram er et godt medie til at fange lystfiskerne, da det er et meget visuelt medie, hvor det er godt at dele billeder – og det vil målgruppen for det meste gerne. Der er varierende resultater (likes) på billederne, hvorfor det er svært at konkludere på indsatsen.



Screenshot af Instagramprofil

Sammenfatning interviews

En kort opsummering af interviewene kan sammenfattes således. Det er ikke muligt med en decideret sammenligning med markedsundersøgelsen, da nogle projektdeltagere har lukket ned, mens andre er kommet til. Dog indikerer tallene, at der har været en udvikling i de parametre, som projektet gerne har ville understøtte.

- 56 erhvervsaktører er certificeret pr. 31. marts 2020 og flere er på vej til at blive det.
- 11 af de interviewede projektdeltagere har i løbet af 2019 etableret nye faciliteter eller fået nye produkter til lystfiskere.
- 27 af de interviewede er fremover interesserede i at bidrage økonomisk til projektet i en eller anden form. Mange dog med det

forbehold, at der også skal være en tydelig gevinst ved at bidrage til det, ellers kan de ikke forsvare udgiften.

- En anbefaling fra markedsundersøgelsen fra 2018 var at oprette en certificeringsordning. Flere af de interviewede nævner, at certificering er godt, fordi det er et kvalitetsstempel.
- 44 interviewede samarbejdspartnere tror på vækst i lystfiskerturismen ved Limfjorden. Langt størstedelen af dem er optimistiske og tror på stor vækst i området, men de har generelt svært ved at sætte konkrete tal på det.
- 5 interviewede har registreret flere lystfiskere i 2019 end tidligere år. Mange har dog ikke registreret specifikt på lystfiskere, eller har ikke mulighed for at registrere specifikt på lystfiskere, og har derfor ikke nogen baggrund for at oplyse antallet.
- 30 af de adspurgte overnatningssteder oplever, at de er blevet klogere på lystfiskere og deres behov som følge af projektet. Derudover har 3 af grejbutikker og guider også givet udtryk for et klart løft i deres niveau af viden.
- 33 af de adspurgte samarbejdspartnere har oplevet, at de har fået noget ud af projektet, fx øget viden om målgruppen. Derudover har mange stadig forventninger til, at der vil være udbytte af projektet på længere sigt, selvom de ikke har indtryk af udbytte indtil videre, nogle fordi de først for nyligt er kommet ind i projektet.
- 26 af de adspurgte laver aktiv markedsføring overfor lystfiskere. Derudover overvejer de, som ikke gør, at begynde.

Anbefalinger

Der er tidligere opstillet 27 anbefalinger til Limfjordsrådets Sekretariat i Markedsundersøgelsen fra vinteren 2018-2019. Anbefalingerne er stadig relevante. Derudover er anbefalingerne på baggrund af evalueringen:

1) Stærk forankring og næste skridt

Projektet bør fortsættes og forankres, da mange af samarbejdspartnerne fra projektet har et ønske om, at det fortsætter. De er overbeviste om, at det vil skabe vækst på længere sigt. Derudover er der, ud fra et turismefagligt synspunkt, arbejdet på en lang række parametre i destinationsudvikling som disciplin i projektet og skabt resultater, som med fordel kan udbygges og understøttes for at sikre øgede besøgstal i årene fremover.

Der er behov for at finde en fremtidssikret model, hvor der søges finansiering til projektaktiviteter og markedsføringstiltag samtidig med, at rolle- og opgavefordelingen omkring destinationsudviklingen findes blandt aktørerne.

Det er i den forbindelse vigtigt at sikre, at alle de kompetencer, som er nødvendige for at udvikle destinationen, indtænkes.

Destinationsudviklingen vil fremover kræve:

- Specialviden om fisk, fiskeri og målgruppen
- Viden om markedsføring og destinationsudvikling
- En række lokale ambassadører som kan tiltrække, produktudvikle og servicere gæsterne (jf. erhvervsnetværket)
- Fundraisingkompetencer

Næste skridt er at formulere formål og aktiviteter i en ny projektperiode, som vil stimulere destinationsudviklingen. Samtidigt skal der igangsættes en dialog med destinationsselskaberne rundt omkring Limfjorden for at afklare den mest hensigtsmæssige forankring og videreførelse af projektet.

2) Fokus på branding og image

Limfjordssekretariatet er meget optaget af at få erhvervsnetværket til at forstå lystfiskeriet efter havørred. Det er i høj grad en sport, hvor der langt fra er garanti for at fange fisk, som ved andre typer fiskeri. Der er dog fortsat erhvervsvirksomheder, der tror, der er for få fisk i Limfjorden. Denne opfattelse er der behov for at arbejde med, blandt andet ved fortsat at oplyse omkring Limfjordens miljøtilstand i forhold til lystfiskeri.

Der forestår dertil et stort og vedholdende branding- og markedsføringsarbejde af Limfjorden som lystfiskerdestination. Det skal sandsynligvis gennemføres i et partnerskab mellem Limfjordsrådet, destinationsselskaberne, erhvervsnetværket, Visitdenmark, Center for Kyst- og lystfiskerturisme, m.fl. Det handler blandt andet om markedsføringssamarbejde, co-branding og events.

3) Produktudvikling er alfa og omega

Relevante produkter til lystfiskere skal hele tiden udvikles og i højere grad på markedet. Der er fortsat behov for at styrke netværk og facilitere relationer og produktudvikling mellem erhverv, guider, grejbutikker m.fl. for at sikre en stærk, attraktiv destination. Det vil blandt andet skabe mulighed for relevant salg af basissortiment hos overnatningssteder fra grejbutikker.

Certificeringsordningen er med til at give synlighed og skabe destinationsfællesskab. Der kan eventuelt understøttes med events og PR-arrangementer.

Forsøgsområder

Projektet har taget udgangspunkt i 6 forsøgsområder Fur/Venø, Glyngøre, Hals, Hvalpsund, og Vilsund. I det følgende er projektdeltagernes input præsenteret under det område, de hører til, og under følgende overskrifter:

- Arbejde lagt i projektet
- Udbytte af projektet
- Fremtidsperspektiver
- Forslag til udviklingspunkter

Forsøgsområde 1: Fur

Udviklingsområde Fur består i evalueringen af 7 samarbejdspartnere, heraf 5 overnatningssteder, 1 guide og 1 grejbutik. I Fur området er det lykkedes at interviewe alle projektdeltagere.

Arbejde lagt i projektet

- Pr. 31.3.2020 er 5 partnere på Fur certificeret i projektet (4 overnatningssteder og én lokal guide) og oplyser nu om det lokale fiskeri på egne sider.
- I Fur-området er der ikke blevet etableret nogle nye lystfiskerspecifikke faciliteter eller produkter.
- Nogle af områdets projektdeltagere har dog gjort mere for at markedsføre sig som følge af projektet, fordi de har fundet ud af, at der en ny målgruppe, som de ikke har haft stort fokus på før.

Udbytte af projektet

- En projektdeltager nævner, at vedkommende har haft flere lystfiskerkunder i 2019 end førhen, hvorvidt de kan allokeres til projektet, kan vedkommende ikke sige, men vedkommende forventer yderligere vækst i 2020.
- Flere projektdeltagere nævner, at de er blevet klogere på lystfiskere gennem projektet. Det giver dem værdi både i forhold til at vejlede deres kunder og give dem en god oplevelse, men også i forhold til at markedsføre sig bedre over for lystfiskere som målgruppe.
- Deltagerne i Fur området har ikke umiddelbart nogle nye samarbejdspartnere som resultat af projektet ud over en lokal lystfiskerguide, men flere af dem ønsker at have nogen, de kan henvende sig til, når de bliver stillet en opgave, de ikke selv kan løse.

Fremtidsperspektiver

- 3 af deltagerne i projektet fra Fur området er positive omkring idéen om at skulle bidrage økonomisk til projektet i fremtiden. To er indstillet op at give mellem 500-1000 kroner, og 1 vil give mellem 1000-2000 kroner.
- Deltagerne fra Fur området er generelt overbevist om, at der er mulighed for vækst i lystfiskerturismen i Limfjordsområdet.
- Generelt forventer deltagerne fra Fur området, at hvis der kommer mere opmærksomhed omkring lystfiskeriet i Limfjorden, så vil de se et afkast af det, derfor vurderes det vigtigt, at der bliver lavet en eller anden form for markedsføringsindsats på området.

Udviklingsperspektiver

- De fem certificerede partneres produkter kan i fremtiden kombineres på forskellige vis til kommercielle produkter.
- I Fur området har en enkelt aktør (Fur Fægekro som dog ikke er partner i projektet) udvidet antallet af værelser. Derudover er der ikke sket nogen fornyelse i faciliteter eller overnatning.
- Der er et ønske om at se flere fisk i vandet, enten gennem udsætning eller mere gennemgribende undersøgelse af, hvor

fiskene er, hvis de er der, så man kan sikre sig, at der er fisk at fange, inden fiskerne kommer.

- Der er blevet foreslået noget mere permanent information i stil med Skov- og Naturstyrelsens guides til dyr og planter i området, så informationen altid er tilgængelig.

Forsøgsområde 2: Venø

Forsøgsområde Venø består i evalueringen af 7 samarbejdspartnere, hvoraf det er lykkedes at interviewe 5. De 7 samarbejdspartnere er 5 overnatningssteder, og 2 grejbutikker. På selve Venø er der ganske få erhvervsaktører, hvorfor enkelte aktører i umiddelbar nærhed indgår i evalueringen, da de oplagt kan samarbejde og hjælpe hinanden med at tiltrække og servicere en ny målgruppe.

Arbejde lagt i projektet

- Pr. 31.3.2020 er 2 overnatningssteder på Venø certificeret i projektet og oplyser nu om det lokale fiskeri på øens hjemmeside. Yderligere ét overnatningssteder har ytret interesse for certificering.
- Deltagerne i Venø-området har ikke fået yderligere faciliteter eller produkter til lystfiskerne i løbet af det sidste år.
- Der er i forbindelse med projektet endnu ikke gjort det store markedsføringsarbejde af Limfjorden som lystfiskerdestination blandt samarbejdspartnerne.

Udbytte af projektet

- De fleste samarbejdspartnere fra området mener, at de er blevet klogere på lystfiskere som målgruppe og er blevet bedre i stand til at vejlede dem ved at have deltaget i projektet.
- Deltagerne fra området har ikke fået nye samarbejdspartnere som følge af projektet, men de er optimistiske over for muligheden for at få det. (Efter interviewrunden har der været gennemført en planlagt workshop på Venø, hvor der deltog en guide, som gav nye begyndende samarbejder).
- I Venø-området er der delte meninger om, hvorvidt projektet har styrket destinationen, men det er overvejende i retning af, at det har styrket destinationen.
- Deltagerne i området mener dog ikke umiddelbart, at de endnu har fået flere kunder ud af at være en del af projektet.

Fremtidsperspektiver

- I Venø-området er der udtrykt et ønske om flere fisk eller bedre viden om, hvor fiskene er henne, så der er mulighed for at give bedre vejledning.
- Også i Venø området er der opbakning omkring at bidrage økonomisk til projektet fra 4 ud af 5 interviewede. To ville give 500-1000 kroner, en ville give 1000-2000 kroner og en ville ikke nævne nærmere beløb, men de nævnte beløb i interviewguiden var ikke afskrækkende. Her er holdningen dog endnu en gang, at der skal være en form for synligt resultat af bidraget.

Udviklingsperspektiver

- De certificerede partners produkter kan i fremtiden kombineres på forskellige vis til kommercielle produkter – oplagt sammen med fx grejbutikker eller guider på fastlandet.
- En deltager nævner, at det måske vil give mening at bringe projektet ud til andre fokusområder end havørredfiskeri, hvis det bliver en succes på længere sigt, f.eks. østerssamling.
- I området vil udvikling skulle være fokuseret på at gøre det tydeligt, at der er fisk at fange i fjorden, så vil resten komme af sig selv, er vurderingen.

Forsøgsområde 3: Glyngøre

Forsøgsområde Glyngøre består i evalueringen af 7 deltagere fordelt på 5 overnatningssteder, 1 grejbutik og Skiveegnens erhvervs- og turismecenter. Alle deltagere er blevet interviewet. En samarbejdspartner har frasolgt deres sommerhuse og deltager derfor ikke yderligere i projektet.

Arbejde lagt i projektet

- Pr. 31.3.2020 er 10 partnere fra LAG-området certificeret i projektet (9 overnatningssteder og én grejbutik) og oplyser nu om det lokale fiskeri på egne sider.
- Af de interviewede deltagerne har én lavet nye pakker til lystfiskere i løbet af det sidste år. Derudover har ingen fået nye services i løbet af det sidste år.
- 4 af 6 deltagere i projektet fra Glyngøre området markedsfører sig aktivt overfor lystfiskere på flere platforme.

Udbytte af projektet

- To af overnatningsstederne fra Glyngøre området har i 2019 haft flere lystfiskergæster end tidligere. Fordelt på nationalitet er det primært danskere og tyskere, der besøger området.
- Overnatningsstederne har alle fået væsentligt mere viden om lystfiskere som målgruppe og har derfor bedre mulighed for at give vejledning og gode oplevelser til lystfiskere, der besøger dem.
- En af deltagerne har deres egen fiskekonkurrence.

Fremtidsperspektiver

- Deltagerne fra Glyngøre området håber projektet fortsætter, da de mener, det er vigtigt, at arbejdet fortsætter for at sikre den fremtidige effekt.
- 4 ud af 6 virksomheder kan forestille sig at bidrage økonomisk til projektet. En kan forestille sig at betale 500 kr. 3 andre kan forestille sig at give mellem 1000-2000 kroner alt efter hvor stor effekt, det fremtidige arbejde kan forventes at give.
- De fleste virksomheder i området er overbeviste om, at der er plads til vækst i lystfiskerturisme i Limfjordsområdet, og det håb om vækst var en del af deres overvejelser i forhold til at deltage i projektet.

Udviklingsperspektiver

- De 10 certificerede partners produkter kan i fremtiden kombineres på forskellige vis til kommercielle produkter og gerne i samarbejde med aktører fra andre områder.
- Deltagerne oplever, at de allerede har gjort meget for selv at forsøge at skabe vækst i området og kan på nuværende tidspunkt ikke længere løfte yderligere arbejde uden, at større kræfter løfter med og foreslår derfor, at Limfjordsrådet eller lignende også fremadrettet bidrager til udviklingen.
- For deltagerne i området er det vigtigt, at projektet fortsætter med at skabe synlighed omkring mulighederne for lystfiskeri i Limfjordsområdet, da de mener, det er en mulighed for at skabe mere vækst.

Forsøgsområde 4: Hals

Forsøgsområde Hals består i evalueringen af 16 projektdeltagere, fordelt på 7 overnatningssteder, 2 grejbutikker, 3 bådudlejninger, 2 lystfiskerguides og VisitAalborg. Det er lykkedes at interviewe 10 af de 16 samarbejdspartnere.

Arbejde lagt i projektet

- Pr. 31.3.2020 er 12 partnere fra området certificeret i projektet (5 overnatningssteder, 2 grejbutikker, 2 bådudlejere og 3 lokale guider og oplyser nu om det lokale fiskeri på egne sider.
- En enkelt af projektdeltagerne fra Hals området har fået nye faciliteter, som lystfiskere kan gøre brug af i 2019, som giver 8 nye pladser i overnatningskapacitet i form af 2-personers hytter. En enkelt af de nytilkomne projektdeltagere udtaler, at de også vil lave en ny facilitet hurtigst muligt.
- Fire af deltagerne fra Hals-området har allerede på nuværende tidspunkt lavet mere specifikt markedsføringsarbejde i forhold til lystfiskere. Flere forventer også at lave en større indsats i begyndelsen af 2020, blandt andet på facebook, egne hjemmesider og i magasiner.
- En lille gruppe i Hals-området har som resultat af projektet skabt et lokalt netværk med fokus på lystfiskeriet, for at styrke samarbejdet på området.

Udbytte af projektet

- Næsten alle de adspurgte deltagere oplever, at de har fået noget ud af projektet. Det konkrete udbytte har primært været viden, som deltagerne har kunne gøre brug af i forhold til at forbedre deres egen forretning og målrette den mod lystfiskere på en måde, de ikke har kunnet gøre før.
- Generelt føler de sig også bedre rustet til at kunne vejlede lystfiskere eller lede dem i en retning, hvor de kan få kompetent vejledning, hvis der dukker spørgsmål op, de ikke selv kan svare på.

- Flere samarbejdspartnere har givet udtryk for at have et bredere udvalg af andre virksomheder at referere til, hvis de ikke selv kan give den service, en kunde ønsker.
- Deltagerne fra Hals-området har ikke umiddelbart oplevet nogen ændring i antallet af kunder i 2019 som følge af projektet. Flere forventer dog at se kunder i løbet af 2020-sæsonen blandt andet fordi, at de vil selv vil lægge arbejde i markedsføring i løbet af det næste stykke tid.

Fremtidsperspektiver

- Samarbejdspartnerne ser alle mulighed for vækst i antallet af lystfiskerturister ved Limfjorden, de fleste ser faktisk potentiale for forholdsvis stor vækst blandt andet fordi, de ikke har indtryk af, at der er mange lystfiskerturister på nuværende tidspunkt.
- Enkelte er bekymrede for, at for meget lystfiskerturisme kan være destruktivt for de lokale fiskeres oplevelse.
- Flere projektdeltagere fra Hals-området mener, at et intensiveret markedsføringsarbejde for havørredfiskeri i Limfjorden vil være nødvendigt for at mindske uvidenheden om Limfjorden, som et godt område for fiskeri.
- 6 af de 9 virksomheder adspurgt i området er positive over for at ville bidrage økonomisk til at sikre projektets fremtid. De fleste vil være indstillet på at give mellem 500 og 1000 kroner, nærmere beløb afhænger dog af, hvilke resultater de forventer at kunne se for deres bidrag, da det skal give mening økonomisk.

Forslag til udviklingspunkter

- De 12 certificerede partners produkter kan i fremtiden kombineres på forskellige vis til kommercielle produkter og gerne i samarbejde med aktører fra andre områder.
- Mere markedsføringsarbejde ønskes.
- Der stilles forslag om at få et større perspektiv på projektet. Det kan dække mere end bare havørred, da der er flere typer fisk i specielt deres område nær østkysten.
- Udsæt flere fisk, så de fiskere, der kommer til Limfjorden, ikke kommer forgæves og tager hjem med en dårlig oplevelse.

Forsøgsområde 5: Hvalpsund

Forsøgsområde Hvalpsund består i evalueringen af 6 samarbejdspartnere fordelt på 5 overnatningssteder og 1 grejbutik. Heraf er det lykkedes at interviewe 4 af overnatningsstederne. 3 af disse overnatningssteder er en del af den seneste bølge af nye deltagere i projektet, som er kommet til i løbet af de sidste måneder.

Arbejde lagt i projektet

- Pr. 31.3.2020 er 11 partnere fra LAG-området certificeret i projektet (8 overnatningssteder, 2 grejbutikker og 1 lokal guide m. båd) og oplyser nu om det lokale fiskeri på egne sider.
-

- Tre af de fire interviewede har eller er i gang med at etablere nye faciliteter eller produkter specifikt til lystfiskere. Heraf er der blevet oprettet lystfiskerpakker hos en aktør, to andre har etableret nye lystfiskerspecifikke faciliteter.
- Alle samarbejdspartnere i området er klar over, at mere markedsføring vil være noget, de selv kan gøre for at tiltrække lystfiskere til området, og de har planer om at begynde markedsføringsarbejde, så de kan få fat i lystfiskerne som målgruppe. Markedsføringsarbejdet forventes at foregå på flere forskellige platforme, blandt andet SoMe og i magasiner.

Udbytte af projektet

- Der er enighed blandt deltagerne i Hvalpsund-området om, at projektet har givet dem mere viden om lystfiskeri og om lystfiskere som målgruppe. Derudover har de nu tilgængelige referencepunkter og materialer til eventuelle spørgsmål, som de ikke selv har mulighed for at svare på.
- Deltagerne fra Hvalpsund-området har på nuværende tidspunkt ikke fået nogle faste samarbejdspartnere gennem projektet, men er positivt stemt overfor muligheden for at få flere.
- Deltagerne fra Hvalpsund-området har ikke umiddelbart haft flere lystfiskergæster i 2019 som følge af projektet. Et af de nye deltagersteder har dog nævnt, at de, inden de blev en del af projektet, har oplevet en lille stigning
- De tre nye deltagere i projektet fra dette område oplever at have fået øjnene op for en ny målgruppe og glæder sig til at arbejde videre med projektet.

Fremtidsperspektiver

- 3 af de interviewede tror på vækst i lystfiskeriet i Limfjordsområdet. En sammenligner med Fyn og noterer, at med den vækst de har set på Fyn, må det være muligt at skabe samme positive udvikling i Limfjordsområdet.
- De fire interviewede deltagere var alle positive overfor at bidrage økonomisk til sikring af projektets fremtid. Én ville bidrage med 500-1000 kroner, to med 1000-2000 og én med mere end 2000 kroner, hvis konceptet og return of investment er stort nok.

Forslag til udviklingspunkter

- De 11 certificerede partners produkter kan i fremtiden kombineres på forskellige vis til kommercielle produkter og gerne i samarbejde med aktører fra andre områder.
- Mere markedsføring er nødvendig for at udbrede kendskabet til de gode fiskemuligheder i Limfjordsområdet.
- En nævner, at muligheden for udenlandske gæster for at købe fisketegn, skal forbedres.

Forsøgsområde 6: Vilsund

Forsøgsområde Vilsund består i evalueringen af 15 projektdeltagere, heraf 12 overnatningssteder (+1 bådudlejning) og 3 grejbutikker, det er lykkedes

at interviewe 13 deltagere. 1 projektdeltager har solgt virksomheden, en anden er ved at sælge på nuværende tidspunkt, men de har dog begge bidraget til evalueringen.

Arbejde lagt i projektet

- Pr. 31.3.2020 er 10 partnere fra LAG-området certificeret i projektet (8 overnatningssteder, én grejbutik og én lokal guide) og oplyser nu om det lokale fiskeri på egne sider.
-
- Flere af samarbejdspartnerne i dette område har fået etableret nye faciliteter eller tilbud til lystfiskere i løbet af det seneste år. Herunder har 3 etableret nye rensepladser, 3 har fået tørreskabe/ rum, 1 har fået fryser, og 2 har udvidet deres kapacitet for bådudlejning. Nogle af disse samarbejdspartnerne er fra den nye gruppe, der er kommet til projektet det seneste år, andre har deltaget fra projektets start.
- Deltagerne fra området har endnu ikke øget markedsføringen som følge af projektet.

Udbytte af projektet

- Samarbejdspartnerne fra dette område er blevet mere klogere på lystfiskere og lystfiskerturister, end de var i forvejen. Derfor føler deltagerne sig også bedre klædt på til at kunne vejlede lystfiskere, hvis der skulle komme nogen forbi.
- Projektet har i Vilsund-området også skabt enkelte lokale samarbejder mellem virksomheder og givet et udgangspunkt for et lokalt netværk.
- Deltagerne i området har også fundet ud af, at målgruppen er til stede. De er dog ikke alle lige interesserede i at arbejde hårdere for at tiltrække flere lystfiskere.
- Deltagerne er dog blevet klar over, at denne målgruppe vil kunne afdække skuldæsonen og dermed skabe øget indkomst.
- Enkelte deltagere fra området har haft lidt flere lystfiskere end tidligere.

Fremtidsperspektiver

- Deltagerne fra Vilsund-området er overvejende for at skabe større markedsføringsarbejde omkring lystfiskeri i Limfjorden, da de tror på, at det vil kunne bidrage til øget opmærksomhed om området, og dermed vil kunne tiltrække flere turister.
- 9 af de interviewede virksomheder er interesserede i at bidrage økonomisk til projektet, hvis det kan skabe værdi for dem. Heraf vil 6 bidrage med mellem 500-1000 kroner og 3 vil bidrage med mellem 1000-2000 kroner.
- Umiddelbart tror deltagerne i området også på, at der er mulighed for vækst i antallet af lystfisketurister i Limfjordsområdet, hvilket hænger godt sammen med deres ønske om at sikre, at der fortsat bliver arbejdet med udvikling på området.

Udviklingsperspektiver

- De 10 certificerede partners produkter kan i fremtiden kombineres på forskellige vis til kommercielle produkter og gerne i samarbejde med aktører fra andre områder.
- Et par stykke foreslår, at det bør overvejes at lave projekt-"certificerede"-aktiviteter, som kan bruges som events til at trække nye lystfiskere til området.
- En nævner, at der måske skal gøres noget for nogle af de mindre tilløb til fjorden for at etablere ny gydepladser og dermed skabe et større antal fisk i fjorden.

Bilag 1 – Interviewguides

Overnatningssteder

Faciliteter/Produkter
<p>Har du det sidste år fået nye faciliteter eller tilbud til lystfiskere, der kommer besøger dig?</p> <ul style="list-style-type: none">- Hvis ja, hvilke?<ul style="list-style-type: none">o Guideserviceo Pakketilbudo Samarbejdero Guidebog fra Havørred Limfjordeno Frysero Rense og fileteringsbordo Tørreskab/tørrerum (til vaders og andet vådt grej)o Aflåst rumo Andet?- Hvordan er de nye tilbud blevet modtaget af lystfiskere?- Har gæsterne efterspurgt flere nye produkter, faciliteter eller services udover det, du har etableret, så det kunne være mere attraktivt at besøge dig igen?- Hvis nej, har du et ønske om at etablere nye faciliteter eller tilbud?- Er der i det sidste års tid sket en ændring i antallet af medarbejdere ansat hos dig, der er ansat på basis af jeres lystfisker-kunder?
<p>Hvad vurderer du skal mere i fokus for at tiltrække flere lystfiskere til Limfjordsområdet?</p> <p>Hvad kan du selv gøre?</p> <p>Hvad kan projektet gøre?</p>
<p>Har du på grund af vores projekt følt dig bedre klædt på til at vejlede lystfiskere? Fx ved at referere til Havørredlimfjorden.dk?</p> <p>Har det skabt nye faste samarbejdspartnere at være en del af projektet?</p> <p>Synes du, projektet har været med til at styrke destinationen? Hvordan?</p>
Information og markedsføring
<p>Hvordan markedsfører I jer over for lystfiskere?</p> <ul style="list-style-type: none">- Underside på hjemmeside- Nyhedsbrev- Facebookopslag- Havørredlimfjorden.dk- Andet

Har I gjort mere for at markedsføre jer overfor lystfiskere efter, I er blevet en del af projektet?

Hvis ja, hvordan, og har det haft nogen effekt?

Hvis nej, hvorfor ikke?

Har du oplevet at hjemmesiden <https://www.havorredlimfjorden.dk/> har været en kundes udgangspunkt for at besøge dig?

Er du blevet certificeret? [Nicolai tjekker skema inden interview og tilpasser spørgsmål]

Eller er du i gang med at etablere faciliteter som kan give dig mulighed for at blive certificeret?

Hvorfor, Hvorfor ikke?

Udbytte

I hvilken grad oplever du, at du gennem projektet er blevet (kan blive) klogere på lystfiskere som målgruppe?

- I mindre grad, I nogen grad, i høj grad, slet ikke?
Hvad synes du, du er blevet klogere på?

Har du oplevet en stigning eller fald i antal af lystfiskergæster hos dig i år? Trafik på hjemmeside, facebook, mail eller andet? Hvis ja, hvor mange? Hvis Nej, begrund. Hvor mange?

- 1-25, 25-50, 50-75,75-100.

Hvordan vurderer du, at de fordeles procentvis på danskere, tyskere nordmænd, hollændere, svenskere, øvrige?

Tror du, at der er mulighed for mere vækst i antallet af lystfiskerturister ved Limfjorden? Hvis ja, hvor meget i %? Hvis ikke, hvorfor?

Oplever du, at du har fået noget ud af projektet indtil nu? Hvad?

Har projektet givet dig bedre indblik i lystfiskerturisme? Hvis ja, hvordan? Hvis nej, hvorfor ikke?

Har din deltagelse i projektet betydet, at du er begyndt at have mere opmærksomhed på, hvordan du kan arbejde for at få flere lystfiskere? Hvis ja, hvordan? Hvis nej, hvorfor ikke?

Har din deltagelse i projekt betydet, at du har fået nye samarbejdspartnere? Hvis ja, hvem?

Fremtidsperspektiv
Har du nogen forslag eller idéer til hvordan der fremover skal arbejdes med at udvikle lystfiskerturismen i Limfjordsområdet?
Oplever du udfordringer eller barrierer i forhold til at udvikle lystfiskerturismen langs Limfjorden? Hvilke?
I forhold til forankringen og den videre drift vil du da være indstillet på at bidrage økonomisk til projektet, evt. som foreningsstruktur. Bidrag kunne f.eks. dække en fælles markedsføringsindsats? Ja, nej, ved ikke. Hvis ja: hvor meget: 500-1000, 1000-2000, mere. Hvis nej: Begrund

Guider

Faciliteter/Produkter
Har du i 2019 fået nye faciliteter eller tilbud til lystfiskere, der kontakter dig? Hvis ja, hvilke? Hvordan er de nye tilbud blevet modtaget af lystfiskere? Har gæsterne efterspurgt flere nye produkter udover det, du har etableret? - Hvis ja, hvilke? - Hvis nej, har du et ønske om at etablere nye faciliteter eller tilbud?
Hvilke produkter, faciliteter eller services efterspørger de? Hvilke services vurderer du er vigtige for at tiltrække flere lystfiskere til limfjordsområdet? Oplever du, at lystfiskere efterspørger bestemte for eksempel overnatningssteder, grejbutikker eller bådudlejning oftere end andre? (Hvilke?)
Har lystfiskerturisterne givet forslag til forbedringer, der kunne gøre det mere attraktivt for lystfiskere at benytte dig igen? Hvis ja, hvilke?
Information og markedsføring
Hvordan markedsfører du din virksomhed overfor målgruppen lystfiskere?

<p>Har du gjort mere for at markedsføre dig efter, at du er blevet en del af projektet? Hvis ja, hvad, og har det haft nogen effekt?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Underside på egen hjemmeside - Nyhedsbrev - Facebookopslag - Andet? <p>Hvis nej: begrund</p>
<p>Har du oplevet at hjemmesiden https://www.havorredlimfjorden.dk/ har været en kundes udgangspunkt for at kontakte dig?</p>
<p>Har du oplevet mere opmærksomhed på lystfiskeri og lystfiskerturisme i medierne som følge af projektet? Lystfiskerfora på SoMe, fiskemagasiner, avisartikler o.l.</p>
<p>Udbytte</p>
<p>I hvilken grad oplever du, at du gennem projektet er blevet klogere på lystfiskerturisters behov? I mindre grad, I nogen grad, i høj grad, slet ikke?</p>
<p>Hvor mange lystfiskere har kontaktet dig?</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1-5, 5-10, 10-20, 20-30, 30-50 <p>Hvordan vurderer du, at de fordeles procentvis på danskere, tyskere nordmænd, hollændere, svenskere, øvrige?</p> <ul style="list-style-type: none"> - mere eller mindre end 25%, 50%, 75%, 100%. <p>Har du indtryk af, at projektet har givet flere henvendelser? Trafik på hjemmeside, facebook, mail eller andet?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hvis ja, hvor stor vækst i procent vil du sige det er? - Hvis Nej, begrund. <p>Tror du, at der er mulighed for mere vækst i antallet af lystfiskerturister ved Limfjorden? Hvis ja, hvor meget? (I procent)</p> <p>Hvis Nej, begrund.</p>
<p>Har din deltagelse i projektet betydet, at du er begyndt at have mere opmærksomhed på, hvornår der ankommer lystfiskere? Hvis ja, hvordan registrerer du det? Hvis Nej, hvorfor ikke?</p>
<p>Oplever du, at du har fået noget ud af projektet indtil nu? Hvad?</p> <p>Har du følt dig bedre klædt på til at vejlede lystfiskere? Fx ved at referere til https://www.havorredlimfjorden.dk/ eller andre samarbejdspartnere?</p>

<p>Har det skabt nye faste samarbejdspartnere at være en del af projektet? Hvis ja, med hvem?</p> <p>Synes du, projektet har været med til at styrke destinationen? Hvis ja, hvordan? Hvis Nej, hvorfor ikke?</p> <p>Oplever du, at du har et bredere udvalg af andre services at henvise til på grund af projektet?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Overnatningssteder - Bådudlejning - Grejbutikker - Andet
Har projektet givet dig bedre indblik i lystfiskerturisme?
Fremtidsperspektiv
Har du nogen forslag eller idéer til, hvordan der fremover skal arbejdes med at udvikle lystfiskerturismen i limfjordsområdet? Hvilke fokusområder er vigtige for projektet?
Oplever du nogen udfordringer i forhold til at udvikle lystfiskerturismen langs Limfjorden, Hvilke?
<p>I forhold til forankringen og den videre drift vil du da være indstillet på at bidrage økonomisk til projektet, evt. som foreningsstruktur. Bidrag kunne f.eks. dække en fælles markedsføringsindsats?</p> <p>Ja, nej, ved ikke.</p> <p>Hvis ja: hvor meget: 500-1000, 1000-2000, mere.</p> <p>Hvis nej: Begrund</p>

Grejbutikker/Bådudlejning

Faciliteter/Produkter
<p>Har du i det sidste år lavet nye faciliteter eller tilbud til lystfiskere?</p> <p>Hvis ja, hvilke?</p> <p>Hvordan er de nye tilbud blevet modtaget af lystfiskere?</p> <p>Har gæsterne efterspurgt flere nye produkter udover det, du har etableret?</p> <p>Hvis nej, har du et ønske om at etablere nye faciliteter eller tilbud?</p>

<p>Hvilke produkter, faciliteter eller services, efterspørger de? (Som ikke omhandler fiskegrej i grejbutikken)</p> <p>Hvad, vurderer du, skal mere i fokus for at tiltrække flere lystfiskere til Limfjordsområdet? Oplever du, at lystfiskere efterspørger bestemte services hos dig? Hvilke?</p>
<p>Har I eller jeres kunder givet forslag til forbedringer, der kunne gøre det mere attraktivt for lystfiskere at besøge dig eller Limfjordsområdet igen?</p>
<p>Har I følt jer bedre klædt på til at vejlede lystfiskere i Limfjordsområdet fx ved at referere til Havørredlimfjorden.dk som også findes på tysk og engelsk?</p> <p>- I mindre grad, I nogen grad, i høj grad, slet ikke</p>
<p>Har det skabt nye faste samarbejdspartnere for dig at være en del af projektet?</p>
<p>Information og markedsføring</p>
<p>Hvordan markedsfører I jer?</p> <p>Har I gjort mere for at markedsføre jer efter, at I er blevet en del af projektet? Hvis ja, hvordan, og har det haft nogen effekt?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Underside på hjemmeside - Nyhedsbrev - Facebookopslag - Andet?
<p>Er du blevet certificeret og oprettet på hjemmesiden? [Nicolai tjekker i skemaet, om de er certificeret]</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hvorfor, hvorfor ikke? - Hvis ja, har du oplevet kunder, der har fundet dig på baggrund af hjemmesiden?
<p>Udbytte</p>
<p>I hvilken grad oplever du, at du gennem projektet er blevet klogere på lystfiskerturisters behov? I mindre grad, I nogen grad, i høj grad, slet ikke?</p>
<p>Har I haft flere lystfiskerturister som kunder i 2019?</p> <p>Hvordan vurderer du, at de fordeles procentvis på danskere, tyskere nordmænd, hollændere, svenskere, øvrige?</p> <p>Har du indtryk af at projektet har givet flere kunder?</p>

Tror du, at der er mulighed for vækst i antallet af lystfiskerturister ved Limfjorden?
Har projektet givet dig bedre indblik i lystfiskerturisme?
Synes du projektet har været med til at styrke destinationen? Hvorfor?
Oplever du, at i har fået noget ud af projektet indtil nu? hvad? Oplever du, at du har et bredere udvalg af andre services at henvise til på grund af projektet? (Overnatningssteder, bådudlejning/grejbutikker, guider eller andet) - I mindre grad, I nogen grad, i høj grad, slet ikke?
Fremtidsperspektiv
Har du nogen forslag eller idéer til, hvordan der fremover skal arbejdes med at udvikle lystfiskerturismen i Limfjordsområdet?
Oplever du nogen udfordringer i forhold til at udvikle lystfiskerturismen langs Limfjorden? Hvilke?
I forhold til forankringen og den videre drift vil du da være indstillet på at bidrage økonomisk til projektet, evt. som foreningsstruktur. Bidrag kunne f.eks. dække en fælles markedsføringsindsats? Ja, nej, ved ikke. Hvis ja: hvor meget: 500-1000, 1000-2000, mere. Hvis nej: Begrund

Markedsføringsgruppe

Udbytte - Information og markedsføring
Hvilke tiltag har I gjort brug af for at markedsføre lystfiskeri i Limfjorden i forbindelse med projektet? Hvad har resultatet af markedsføringsarbejdet været? - Google analytics data - Flere henvendelser fra turister om lystfiskeri i området? - Andet?
Har du oplevet mere opmærksomhed på lystfiskeri og lystfiskerturisme i medierne? SoMe, lystfiskermagasiner, Avisartikler o.l.

<p>Har I selv bidraget til øget opmærksomhed i medierne gennem pressemeddelelser eller markedsføringsarbejde, som har skabt omtale? (ud over det som har været en del af projektopgaven)</p>
<p>Udbytte – I øvrigt</p>
<p>Oplever du, at du har et bredere udvalg at henvise til på grund af projektet? (Overnatningssteder, bådudlejning, guider eller andet)</p>
<p>Har projektet givet dig et bedre indblik i lystfiskerturisme?</p> <ul style="list-style-type: none"> - I mindre grad, I nogen grad, i høj grad, slet ikke? - Og hvordan har du brugt til i dagligdagen? Eventuelt til markedsføringsarbejdet? - I mindre grad, I nogen grad, i høj grad, slet ikke?
<p>I hvilken grad oplever du, at du gennem projektet er blevet klogere på lystfiskerturisters behov? I mindre grad, I nogen grad, i høj grad, slet ikke?</p>
<p>Har I haft flere henvendelser fra lystfiskere, eller større interesse i lystfiskerprodukter end før projektet? (fx gennem jeres samabrydspartnere/virksomheder eller på turistkontoret, jeres mail eller sociale medier)</p> <p>Hvordan vurderer du, at de fordeles procentvis på danskere, tyskere nordmænd, hollændere, svenskere, øvrige?</p> <p>Har du indtryk af, at projektet har skabt større interesse for lystfiskerturisme?</p> <p>Tror du, at der er mulighed for vækst i antallet af lystfiskerturister ved Limfjorden? Hvis ja hvor meget? (% eller antal)</p>
<p>Fremtidsperspektiv</p>
<p>Hvad har projektet og processen i "Fisketuren går til Limfjorden" lært os? Hvad er gået godt, og hvad er gået mindre godt?</p> <p>Hvad har du lært af dette projekt i forhold til at skabe destinationsudvikling?</p> <p>Hvad synes du, at vi skal bygge videre på på baggrund af den læring, vi har opnået?</p>
<p>Synes du, at der fremover skal arbejdes med at udvikle lystfiskerturismen ved Limfjorden?</p> <p>Hvorfor/hvorfor ikke?</p> <p>Hvis ja, har du nogen forslag eller idéer til, hvordan der fremover skal arbejdes med at udvikle lystfiskerturismen i Limfjordsområdet?</p>
<p>Oplever du nogen udfordringer i forhold til at udvikle lystfiskerturismen langs Limfjorden? Hvilke?</p>

Hvor synes du projektet skal forankres? Hos Visit? Hos LIMF? Andre forslag?

Bilag 2 – Certificerede erhvervspartnere

Listen er opdateret pr. 31. marts 2020. Der kommer ifølge sekretariatet løbende nye partnere til.

Projekt	Navn	Type virksomhed
Fur	Arved Michaelson	Lystfiskerguide
Fur	Fur Camping	Overnatning
Fur	Furfarm Vest	Overnatning
Fur	Skovgården på Fur	Overnatning
Fur	Sommerhus Fur - Novasol	Overnatning
Glyngøre	Jagt og Fiskeri	Grejbutik
Glyngøre	Glyngøre Camping	Overnatning
Glyngøre	Hjarbæk Bed & Breakfast	Overnatning
Glyngøre	Hjarbæk Fjord Camping	Overnatning
Glyngøre	Limfjords Camping og Vandland	Overnatning
Glyngøre	Lundø Strand Camping	Overnatning
Glyngøre	Salling Camping	Overnatning
Glyngøre	Skivefjord Camping	Overnatning
Glyngøre	Stoholm Vandrehjem	Overnatning
Glyngøre	Brænderiet Limfjorden	Overnatning
Hals	GC Boats	Bådudlejning
Hals	Lodsens Datter	Bådudlejning
Hals	Almas - Aalborg	Grejbutik
Hals	Jægeren og Lystfiskeren - Aalborg	Grejbutik
Hals	Let's go fishing	Lystfiskerguide
Hals	Lystfiskerguide	Lystfiskerguide
Hals	Lystfiskerguide	Lystfiskerguide
Hals	Feriepartner Kattegat	Overnatning
Hals	Frydenstrand Camping	Overnatning
Hals	Hals Hotel	Overnatning
Hals	Hals Strand Camping	Overnatning
Hals	Nibe Camping	Overnatning
Hvalpsund	Lystfiskerguide	Bådudlejning
Hvalpsund	Gunderup Fiskesø	Grejbutik
Hvalpsund	Kraghs fiskeriartikler	Grejbutik
Hvalpsund	Attrup Camping	Overnatning
Hvalpsund	Breddamgård B&B	Overnatning
Hvalpsund	Ertebølle Strand Camping	Overnatning
Hvalpsund	Glenholm Vingårdholm	Overnatning
Hvalpsund	Hvalpsund Familie Camping	Overnatning
Hvalpsund	Hvalpsund Fægekro	Overnatning

Hvalpsund	Myrhøj Camping	Overnatning
Hvalpsund	Troldbakken Camping	Overnatning
Venø	Emmaline grej	Grejbutik
Venø	Northwest Fishing Guides	Lystfiskerguide
Venø	Lemvig Camping	Overnatning
Venø	Thyborøn Camping Hotel & Hytteby	Overnatning
Venø	Thyborøn Hotel	Overnatning
Venø	Toftum Bjerger Camping	Overnatning
Venø	Venø Bed & Breakfast	Overnatning
Venø	Venø Klit Camping	Overnatning
Vilsund	Thy Outdoor	Grejbutik
Vilsund	Appel Adventure	Lystfiskerguide
Vilsund	Aldershvile B&B	Overnatning
Vilsund	B&B4U	Overnatning
Vilsund	Doverodde B&B	overnatning
Vilsund	Langbjerggaard	Overnatning
Vilsund	Morsø Friluftscenter	Overnatning
Vilsund	Rosengave	Overnatning
Vilsund	Sommerhus v/Jesper Appel	Overnatning
Vilsund	Tvillinggaard Thy	Overnatning