



Markaðssetning á silungsveiði fyrir erlenda ferðamenn

Fannar Freyr Helgason



**Líf- og umhverfisvísindadeild
Háskóli Íslands
2012**

Markaðssetning á silungsveiði fyrir erlenda ferðamenn

Fannar Freyr Helgason

10 eininga ritgerð sem er hluti af
Baccalaureus Scientiarum gráðu í ferðamálafræði

Leiðbeinandi
Karl Benediktsson

Líf- og umhverfisvísindadeild
Verkfræði- og náttúruvísindasvið
Háskóli Íslands
Reykjavík, júní 201

Markaðssetning á silungsveiði fyrir erlenda ferðamenn

10 eininga ritgerð sem er hluti af *Baccalaureus Scientiarum* gráðu í ferðamálafræði
Höfundarréttur © 2012 Fannar Freyr Helgason
Öll réttindi áskilin

Líf- og umhverfisvísindadeild
Verkfræði- og náttúruvísindasvið
Háskóli Íslands
Askja, Sturlugötu 7
107 Reykjavík
Sími: 525 4000

Skráningarupplýsingar:
Fannar Freyr Helgason, 2012, *Markaðssetning á silungsveiði fyrir erlenda ferðamenn*, BS
ritgerð, Líf og umhverfisvísindadeild, Háskóli Íslands, 30 bls.

Prentun: Háskólaprent
Reykjavík, maí 2012

Yfirlýsing höfundar

Hér með lýsi ég því yfir að þessi ritgerð er samín af mér og hún hefur hvorki að hluta til né í heild verið lögð fram áður til hærri prófgráðu.

Fannar Freyr Helgason

Útdráttur

Ritgerð þessi fjallar um markaðssetningu á silungsveiði á Íslandi. Eftir hrun íslensku krónunnar í kjölfar efnahagshrunsins hefur Íslensk ferðaþjónusta verið í mikilli sókn. Þetta á einnig við um íslensk stangveiðisvæði. Fjallað er um stangveiði sem vistvæna ferðaþjónustu og gerð er grein fyrir nokkrum af helstu silungsveiðisvæðum landsins. Einnig er stangveiðiferðaþjónusta tengd við nokkrar af helstu kenningum markaðssetningu á þjónustu. Niðurstöður ritgerðarinnar eru þær að helstu tækifæri í markaðssetningu á silungsveiði sé í fáförnum silungsveiðisvæðum sem eru úr alfara leið. Þar sem lítil þjónusta yrði fyrir veiðimanninn og áhersla yrði lögð á tengls veiðimannsins við náttúruna. Einnig getur verið nytsamlegt fyrir landeigendur og veiðileyfasala að fá vistvæna vottun á veiðisvæði sín. Helstu markaðssvæðin fyrir Íslensk stangveiðisvæði eru Bandaríkin og Skandinavía.

Abstract

This thesis focuses on marketing angling of Brown Trout and Arctic Char in Iceland. After the collapse of the Icelandic Krona in the wake of the economic collapse in 2008, Iceland's tourism has been blooming. This also applies to Icelandic angling areas. It will be discussed how angling tourism can be eco-tourism. It will also be explained how angling tourism can be associated with some basic service marketing theories. The Results of the thesis are that the major opportunities are in the rural areas where transportation is the biggest obstacle, in these kinds of fishing trips the emphasis would be on nature rather than luxury. Another conclusion is that it may be useful for landowners and the companies selling the fishing permits to focus on eco-tourism in their lodges. The main market areas for the Icelandic fishing lodges are the United States and Scandinavia.

Myndaskrá

Mynd 1. Íslandskort	12
Mynd 2. SVÓT greining	25

Efnisyfirlit

Efnisyfirlit	vii
Þakkir	viii
1. Inngangur	1
2. Stangveiði og ferðamennska.....	3
2.1 Markaðssetning á ferðaþjónustu almennt	3
2.2 Stangveiðiferðamennska.....	6
2.3 Stangveiði sem vistvæn ferðaþjónusta	7
2.3.1 Umhverfissvottanir	8
2.4 Samantekt	9
3. Silungsveiði á Íslandi.....	10
3.1 Tegundir og dreifing.....	10
3.1.1 Bleikja	10
3.1.2 Urriði	10
3.2 Helstu veiðisvæðin	11
3.3 Vestur- Skaftafellssýsla - sjóbirtingur	12
3.3.1 Tungulækur í Landbroti.....	12
3.3.2 Tungufljót í Skaftártungu	13
3.3.3 Grenlækur	14
3.4 Veiðivötn – urriði og bleikja.....	14
3.5 Vestfirðir – sjóbleikja.....	15
3.5.1 Gufudalsá og Gufudalsvatn	15
3.5.2 Djúpadalsá	16
3.5.3 Bjarnafjarðará	16
3.6 Norðurland- Laxá í Suður Þingeyjarsýslu	16
3.7 Arnarvatnsheiði.....	17
3.8 Þingvallavatn	18
3.9 Samantekt	18
4. Markaðsmál.....	20
4.1.1 Samantekt	22
5. Niðurstöður/Umræður	23
5.1 Markaðsfræðikenningar - Íslensk veiðisvæði.....	23
5.1.1 Fimm einkenni þjónustu	23
5.1.2 Markaðsblandan	24
5.1.3 Svót greining.....	25
5.2 Vistvæn stangveiði	26
5.3 Minna er oft meira.....	27
5.4 Markaðssvæði	28
6. Lokaorð.....	30
Heimildaskrá.....	31

Þakkir

Höfundur vill þakka leiðbeinanda sínum, Karli Benediktssyni, fyrir aðstoð sína og jákvætt viðmót. Einnig þakka Eygló Hlín Stefánsdóttur, fyrir yfirlestur. Síðast en ekki síst vil þakka ég unnustu minni, Sigríði Rún Steinarsdóttur fyrir stuðning, þolinmæði og hjálp á meðan á verkefninu stóð.

1. Inngangur

Ísland hefur lengi verið þekkt sem mikið stangveiðiland, einkum þó vegna fjölda góðra laxveiðiaá sem þykja vera á meðal þeirra bestu í heiminum. Mun minna hefur verið fjallað um þann fjölda silungsveiðivatna og áa sem landið hefur upp á að bjóða. Í velflestum vötnum á Íslandi má finna vatnasilung, bæði urriða og bleikju og það sama má segja um flestar ár landsins (Guðmundur Guðjónsson, 2006). Í minni og kaldari ánum er silungurinn ráðandi og þá er hann sjógenginn, sjóbirtingur og sjóbleikja (Veiðimálastofnun, e.d.a). Hér á landi hefur lax- og silungsveiði líklega verið stunduð frá fyrstu tíð. Landnámsmenn hafa líklega notfært sér þau hlunnindi sem fylgdu góðum veiðiám og vötnum. Fyrstu lög um veiðiskap eru frá árinu 930 en tilgangur þeirra var að tryggja jafnrétti um veiðirétt og fyrirbyggja yfiringang (Sveinn Agnarsson, 2002). Stangveiði hefur náð miklum vinsældum meðal Íslendinga, en landið hentar einkar vel til veiða. Fjölmargir ferðamenn koma einnig hingað árlega gagnert til þess að stunda stangveiði. Flestir þeirra koma hingað til að stunda laxveiði en það hefur færst í aukana að erlendir gestir komi til þess að veiða silung.

Markmið þessarar ritgerðar er að kanna hvort hægt sé að markaðssetja silungsveiði á Íslandi betur fyrir erlenda ferðamenn og gera upplifun þeirra á veru sinni hér betri. Einnig mun höfundur reyna að útlista hvaða kostir séu hér í boði í silungsveiði. Til þess að ná þessum markmiðum verður leitast við að svara eftirfarandi rannsóknarspurningum.

- Hvaða möguleikar eru í boði í silungsveiði fyrir erlenda ferðamenn á Íslandi, eftir landshlutum?
- Hvernig er hægt að markaðssetja silungsveiði á Íslandi betur fyrir erlenda ferðamenn?

Í upphafi verður fjallað um markaðssetningu á ferðapjónustu. Þar verður farið yfir nokkrar kenningar í markaðssetningu þjónustu. Því næst verður fjallað um stangveiðiferðamennsku, á eftir því verður gerð grein fyrir vistvænni ferðamennsku og hvernig stangveiði getur verið flokkuð sem slík. Þar á eftir verður fjallað um Ísland sem silungsveiðiland, hvaða tegundir hér eru í boði og nokkur silungsveiðisvæði kynnt. Í þessari ritgerð er notast við viðtöl sem höfundur tók við Pál Ármann fyrrverandi

framkvæmdastjóra Stangveiðifélags Reykjavíkur, Þröst Elliðason framkvæmdastjóra Strengja, Ingimund Bergsson framkvæmdastjóra og stofnanda Veiðikortsins og Örn Óskarsson umsjónarmann Veiðivatna. Í lokin mun höfundur tengja fræðilega umfjöllun við viðtöl og settar verða fram vangaveltur um framtíð silungsveiða í ferðaþjónustu á Íslandi.

2. Stangveiði og ferðamennska

2.1 Markaðssetning á ferðapjónustu almennt

Þegar markaðssetja á stangveiði er verið að markaðssetja ferðapjónustu. Mikilvægt er að hafa það í huga að ferðamennska er þjónusta og þjónustu ber að nálgast á annan hátt í markaðssetningu heldur en vöru (Kotler, Bowen & Makens, 1998). Meginmunurinn á þjónustu og vöru er að vörur eru framleiddar en þjónusta er framkvæmd. Þegar neytandi kaupir vöru getur hann farið með hana heim og notað hana þegar honum hentar, en ef hann kaupir þjónustu, t.d. hótélherbergi, verður að neyta hennar samstundis. Alla veru hans á hótelinu er hann í mikilli snertingu við hótelið og starfsfólk þess. Hann tekur sjálfur þátt í þjónustunni þegar hann fær sér mat á morgunverðarhlaðborðinu, heldur á sínum eigin töskum og gerir sitt eigið te. Þjónusta er ekki hægt að geyma. Ef hennar er ekki neytt þá tapast hún. Ef neytandinn fæst ekki til að kaupa vöruna á þeim tíma sem hún er í boði þá missir fyrirtækið af þeim tekjum sem það hefði annars fengið fyrir vöruna. Þjónusta er óaðskiljanleg, það þýðir að framleiðsla þjónustunnar og neysla hennar á sér stað samtímis. Því er sá sem veitir þjónustuna í mjög nánu sambandi við þann sem neytir hennar. Frammistaða starfsmannsins sem veitir þjónustuna skiptir því miklu máli og getur haft mikil áhrif á upplifun neytandans á henni (Kotler, Bowen & Makens, 1998).

Markaðsblandan: Í allri markaðssetningu er nauðsynlegt að hafa markaðsblönduna eða samval söluráða eins og hún er einnig kölluð í huga. Markaðsblandan inniheldur allt sem getur haft áhrif á eftirspurn á vöru eða þjónustu. Hún samanstendur af fjórum stórum breytum sem markaðsstjórar hafa stjórn á þegar vara er sett á markað. Þessar fjórar breytur eru vara, verð, vettvangur, og vegsauki. Hér að neðan v-in (p-in á ensku) fjögur útskýrð nánar (Kotler, Bowen & Makens, 1998).

- Varan (e.Product): Varan eða þjónustan sem boðin er neytandanum.
- Verð (e.Price): Þegar vara er verðlögð er mikilvægt að taka með í reikninginn hvernig aðrar vörur á markaðnum eru verðlagðar, fyrir hverja er varan ætluð og hvað þarf hún að kosta til að hún geti skilað hagnaði.
- Vettvangur (e.place): Staðsetning vörunnar og dreifileiðir hennar eru mjög mikilvægar, hún þarf að vera aðgengileg viðskiptavininum.

- Vegsauki (e.Promotion): Vegsaukinn nær yfir það hvernig á að ná til viðskiptavinanna. Þetta er einn mikilvægasti þáttur markaðsblöndunnar því viðskiptavinurinn þarf að vita af vörinni til að geta keypt hana

Þessum fjórum P-um var svo fjölgað í sjö. Þau þrjú atriði sem bættust við eru fólk (e.people), ferli (e.process) og upplifun (e. physical evidence) (Kotler, Keller, Brady, Goodman & Hansen, 2009)

- Fólk (e.People): Það er fólk sem starfar í ferðaþjónustu. Mjög mikilvægt er að fólk sem starfar í ferðaþjónustu komi vel fyrir og sé með ríka þjónustulund. Sá sem veitir þjónustuna getur haft mjög mikil áhrif á upplifun neytandans á henni.
- Ferli (e.Process): Þar er átt við ferlið í kringum kaup á þjónustu á netinu. Mjög mikilvægt er að það ferli sé öruggt og sem einfaldast, t.d. er auðvelt fyrir viðskiptavininn að leita á aðrar vefsíður ef þeim finnst vefsíðan þín ekki nógu aðgengileg.
- Upplifun (e.Physical evidence): Það er margt sem getur haft áhrif á upplifun ferðamannsins á þjónustunni, t.d. geta skítug klósett á hótél herbergi skemmt upplifun hans af hótelinu eða mikill hávaði á veitingastað upplifun hans af kvöldverðinum

Þar sem stangveiðiferðaþjónusta er markaðssett verður að hafa í huga hin 5 einkenni þjónustu:

1. Þjónusta er ekki hægt að eignast líkt og vöru. Þegar vara er keypt þá getur kaupandinn tekið hana með sér en ef einstaklingur kaupir þjónustu þá er hann í raun að leigja hana í ákveðin tíma. Veiðimaður fer og veiðir í á þá leigir hann í raun leyfi til þess að veiða í henni og alla aðra hliðar þjónustu sem fylgir ánni, t.d. veiðihús, fæði og jafnvel bíl.
2. Óápreifanleiki: Það er ekki hægt að snerta þjónustu þess vegna er mikilvægt að gera þjónustuna sem ápreifanlegasta t.d með fallegu umhverfi eða öðru sem er ápreifanlegt (dæmi um þetta væri t.d. að taka myndir af veiðimönnum með þá fiska sem þeir veiða, þá eru þeir sendir heim með eitthvað í höndunum sem minnir þá á þessa upplifun sem þeir áttu).

3. Óaðskiljanleiki það er ekki hægt að aðskilja þjónustuna frá þeim sem veitir hana. Ef vara er keypt er hægt að taka hana burt frá framleiðandanum og neyta hennar á öðrum stað. Þetta á ekki við um þjónustu sá sem framleiðir þjónustuna, veitir hana og er í raun hluti af henni og hefur því mjög mikil áhrif á upplifun neytandans á þjónustunni. Ef leiðsögumaður í veiðiferð á vandan dag getur það haft áhrif á þjónustulund hans sem síðan hefur áhrif á upplifun neytandans á þjónustunni.

4. Þjónustu er ekki hægt að geyma. Það verður að neyta hennar á sama tíma og hún er framleidd ef hennar er ekki neytt þá skemmist hún. T.d. ef dagar í stangveiðia seljast ekki þá missir veiðileyfasalinn af þeim tekjum sem hann hefði annars fengið, hann getur ekki geymt dagana og selt þá seinna.

5. Þjónusta er breytileg. Þjónusta er aldrei nákvæmlega eins. Upplifun fólks á ákveðnum hlutum getur verið mjög mismunandi. Það munu alltaf koma upp mismunandi aðstæður í samskiptum fólks sem geta haft áhrif á upplifun neytandans á þjónustunni. Líðan neytandans getur einnig haft mikil áhrif á upplifun hans á þjónustunni (Kotler, Bowen & Makens, 1998).

SVÓT greining: SVÓT stendur fyrir styrkleikar, veikleikar, ógnanir og tækifæri. Mikilvægt er fyrir fyrirtæki sem ætla að setja vöru eða þjónustu á markað að framkvæma SVÓT greiningu. Hægt er að skipta greiningunni upp í ytri og innri greiningu. Í innri greiningunni eru kannaðir styrkleikar og veikleikar fyrirtækisins en í ytri greiningunni eru kannaðar ógnanir og tækifæri á markaðnum. Greiningin hjálpar fyrirtækjum að átta sig á styrkleikum sínum og veikleikum. Einnig hjálpar það fyrirtækjum við undirbúa sig undir þær breytingar sem geta orðið á markaði, bæði sóknarlega og varnarlega (Hooley, Piercy og Nicoulaud 2008).

Þegar fyrirtæki í ferðaþjónustu fer í markaðsátak eru nokkrar leiðir oftast notaðar til að ná til neytenda. Þær geta verið í formi auglýsinga í fjölmiðlum svo sem í dagblöðum, sjónvarpi, og dreifingu ferðabæklinga. Internetið er einnig góð leið til að koma skilaboðum á framfæri til kaupenda. Þar er algengt að settir séu upp auglýsingatenglar á vinsælar vefsíður þar sem tengillinn vísar neytandanum ýmist inná vefsíðu fyrirtækjanna eða þá á sérstaka síðu sem gerð var fyrir átakið. Í ferðaþjónustu er algengt að ferðasalar sækji ferðasýningar til að koma þjónustu sinni á framfæri einnig er mikið um persónulega sölu.

Dæmi um persónulega sölu væri að funda með heildsöluaðilum með það fyrir augum að þeir myndu selja vöruna (Middleton, Fyall, Morgan & Ranchhod, 2009).

2.2 Stangveiðiferðamennska

Það að veiða fisk með línu og krók á sér langa sögu meðal mannkynsins. Upphaflega var þessi iðja aðeins stunduð til fæðuöflunar, en á seinni tímum eru stangveiðar meira stundaðar í afþreyingarskyni. Stangveiði í afþreyingarskyni er ein vinsælasta tómstundaiðja heims. Að meðaltali stunda 10% íbúa í ríkari löndum stangveiðar sér til skemmtunar (Danylchuck og Cookie, 2010). Stangveiði er sérstaklega vinsæl á Norðurlöndum. Rúmlega fjórðungur stangveiðimanna í Evrópu kemur frá Norðurlöndum, þrátt fyrir að þar búi aðeins 5% af íbúum Evrópu (Landssamband veiðifélaga, 2004). Stangveiði er einnig mjög vinsælt form útivistar í Bandaríkjunum. Tæplega 30 milljónir Bandaríkjamanna keyptu sér veiðileyfi árið 1999 (Ditton, Holland og Anderson, 2002). Í Minnesotaríki í Bandaríkjunum voru 23,6 milljónir ferðamanna árið 1999 en það voru bæði heimamenn að ferðast innan fylkisins sem og ferðamenn að koma utan fylkisins. Af þessum fjölda stundaði um það bil einn þriðji þeirra veiðar (stangveiði eða skotveiði) á ferðum sínum um fylkið (Gartner, Love og Erkkila 2002). Stangveiðimenn greiða oft háar fjárhæðir í áhugamál sitt en í Minnesotafylki greiddu veiðimenn 1,8 milljarð dollara á ári í veiðitengda þjónustu (Gartner ofl. 2002).

Flestir stangveiðimenn veiða aðeins í sínu heimalandi en fleiri eru þó farnir að leita út fyrir landsteinana til að renna fyrir fisk í fjarlægari ám og vötnum. Þessi þróun skapar sóknar möguleika fyrir lönd eins og Ísland, þar sem aðstæður til stangveiða eru mjög góðar. Erlendir veiðimenn eru í mörgum tilfellum tekjuháir einstaklingar og því kaupgeta þeirra meiri en hins almenna ferðamanns (Landssamband veiðifélaga, 2004). Veiðisvæðin sem þessir veiðimenn sækja á eru í flestum tilfellum á strjálbýlum svæðum þar sem þörf er á auknum tekjum og því eru þessi veiðisvæði og uppbygging í kringum þau afar mikilvæg fyrir samfélögin í kringum þau (Arlinghaus og Mehner, 2004).

Í næsta undirkafla verður fjallað um stangveiði sem vistvæna ferðaþjónustu. Í undirkafla 2.3.1 verður fjallað um umhverfisvottanir og þá sérstaklega EarthCheck umhverfisvottunina sem er í boði fyrir ferðaþjónustu fyrirtæki.

2.3 Stangveiði sem vistvæn ferðapjónusta

Samkvæmt skýrslu eftir Önnu Dóru Sæþórsdóttur o.fl. frá árinu 1998 er vistvæn ferðamennska skilgreind á eftirfarandi hátt:

Ferðamennska sem stunduð er í náttúrulegu umhverfi og á að vera í sátt við náttúru, menningu og íbúa ferðamannastaða. Hún á að vera sjálfbær, hafa lítil áhrif á umhverfið, vera fræðandi og hafa jákvæð hagræn áhrif þar sem hún er stunduð.

Stangveiði má flokka sem vistvæna ferðamennsku, en til þess að hún falli undir þá skilgreiningu þarf hún að uppfylla tvö skilyrði. Hún þarf að stuðla að frekari náttúruvernd á svæðinu og gefa tekjur til samfélagsins á ferðamannastaðnum (Zwirn, Pinsky og Rahr, 2005). Það sem hefur aðskilið stangveiðiferðamennsku frá vistvænni ferðamennsku í gegnum tíðina er að það hefur ekki legið fyrir nógu mikil vitneskja um umhverfisáhrif hennar til lengri tíma. Einnig hefur veiði verið talin vera neysluathöfn þar sem veiðimaðurinn er að „neyta“ náttúrunnar með því að veiða fiskinn og hirða hann (Zwirn, Pinsky og Rahr, 2005). Hinsvegar má færa rök fyrir því að stangveiði sé vistvæn náttúruferðamennska þegar veiðimenn veiða og sleppa fisknum. Þá er einnig spurning hvort stangveiði sé neysluathöfn yfir höfuð.

Að veiða og sleppa fiskum hefur verið stundað lengi en hefur verið að aukast mikið á seinni árum. Þessi aukning hefur aðallega verið af tveimur ástæðum. Í fyrsta lagi gera veiðimenn þetta til að vernda fiskistofna og halda uppi veiðigæðum á svæðinu. Í öðru lagi vegna þess að veiðimenn eru með betri veiðitæki en áður var. Þekking á veiðum hefur einnig aukist á meðan að veiðistofnarnir hafa ekki stækkað. Því eru veiðileyfasalar farnir að setja kvóta á veiðimenn og jafnvel leyfa mönnum aðeins að veiða og sleppa (Wilde, 2002).

Vistvæn ferðamennska eins og stangveiði getur haft mikil efnahagsleg áhrif á lítil samfélög. Þessi tegund ferðamennsku skapar oft miklar gjaldeyrstekjur, fjölbreyttari störf verða til, uppbygging í innviðum á sér oft stað, efnahagslegur stöðugleiki og fjölbreytileiki verður meiri (He, Chen, Lin, Bearer, Cheng, o.fl. 2008). Veiðimenn eru oft tilbúnir til að borga háar fjárhæðir fyrir veiðileyfi í góðum ám og vötum. Tekjur af veiðimönnum skapast ekki eingöngu við sölu veiðileyfa því þeir nýta sér oft ýmsa aðra þjónustu á svæðinu sem þeir veiða á. T.d greiða þeir oft aukalega fyrir gistingu og fæði. Margir vilja lifa við talsverðan munað og borga því háar fjárhæðir fyrir réttu þjónustuna. Einnig nýta

Þessir veiðimenn sér oft þjónustu leiðsögumanns. Því skapar það störf fyrir vana stangveiðimenn frá veiðisvæðinu (Zwirn, Pinsky og Rahr, 2005). Þó eru ekki allir stangveiðimenn í leit að miklum þægindum og þjónustu á veiðistað. Í rannsókn sem gerð var í Virginíuríki í Bandaríkjunum sem gerð var meðal veiðimanna sem veiddu á einkaveiðisvæðum, þar sem þeir þurftu að greiða landeigendum fyrir veiðileyfin, kom fram að stór hluti þeirra völdu svæðin til þess að komast í sem mesta snertingu við náttúruna. Þeir vildu fara á fáfarin svæði og geta notið náttúrunnar til fullnustu (Schuett og Pierskalla, 2006). Í rannsókn sem gerð var í Tékklandi þar sem rannsakað var hvaða hvatir voru á bakvið það að stangveiðimenn héldu til veiða kom í ljós að flestir sögðu að afslöppun með því að njóta náttúrunnar væri helsti áhrifaþátturinn í því að þeir héldu til veiða (Navrátil, Martinát og Kallabová, 2009).

2.3.1 Umhverfissvottanir

Mikil hagur er í því fyrir fyrirtæki að fjárfesta í umhverfissvottunum. Það eykur trúverðugleika þar sem árangur er metin af óháðum aðila, fyrirtækið þarf að standast ákveðna staðla og viðmið til að fá vottunina. Úttekt vottunaraðila tryggir svo eftirfylgni þannig að kerfið ætti að skila árangri. Þegar fyrirtæki tekur þátt í vottunarferli eykur það gegnsæi upplýsinga, bætir verkferla og fær betra yfirlit yfir nýtingu náttúruauðlinda. Að auki er umhverfissvottun gott markaðstæki sem fyrirtækið getur nýtt sér í sínum markaðsmálum (Schmalensee & Róbert A. Stefánsson, 2009). Til eru þó nokkrar umhverfissvottanir sem eru í boði og í notkun á meðal íslenskra fyrirtækja. Hér að neðan verður fjallað sérstaklega um eina umhverfissvottun en það er EarthCheck vottunin.

EarthCheck áður Green Globe 21 er alþjóðleg umhverfissvottun fyrir ferðaþjónustu. EarthCheck vottunin er byggð á Dagskrá 21 eða Agenda 21 og hugmyndarfærði sjálfbærar þróunar. Dagskrá 21 er yfirgríps mikil áætlun sem nær yfir öll ríki innan sameinuðu þjóðanna, hún nær yfir stjórnvöld og helstu þrýstihópa á hverju svæði sem hafa mannleg áhrif á umhverfið (United nations, e.d.). EarthCheck er með staðla og viðmið til að votta um það bil 30 undirgreinar ferðaþjónustunnar (Umhverfissráðgjöf Íslands, 2010). Styrkleikar EarthCheck vottunarinnar eru að merkið nýtist vel við markaðssetningu og tryggir stöðugar umbætur í umhverfisstarfi. Veikleikar vottunarinnar felast í takmarkaðri útbreiðslu á norðurhveli jarðar og að hún einskordast við ferðaþjónustu og samfélög. Til

Þess að fá vottun EarthCheck vottun þarf viðkomandi að byggja upp umhverfis vottunnar kerfi sem tekur mið af ISO 14001 staðlinum. Auk þess að uppfylla tilteknar viðmiðunnar kröfur um umhverfislega framviðstöðu (Nesvottun, e.d.).

2.4 Samantekt

Þar sem stangveiði er þjónusta eiga kenningar markaðsfræðinnar vel við um markaðssetningu á stangveiði. Mjög mikilvægt er að hafa í huga hin fimm einkenni þjónustu þegar hverskyns ferðaþjónusta er markaðssett. Dreifileiðirnar eru líka einn mikilvægasti þátturinn í markaðssetningu því ef viðskiptavinurinn veit ekki af vörunni/þjónustunni þá kaupir hann hana ekki. Stangveiði og náttúruvernd fara vel saman og mikilvægt er að huga að náttúruvernd til að varðveita svæðin sem best. Umhverfisvottanir eru gott aðhaldstæki fyrir ferðaþjónustu fyrirtæki til að stuðla að frekari náttúruvernd og sjálfbærni. Stangveiðiferðamennska er mjög mikilvæg fyrir strjálbýl svæði þar sem lítil fjölbreytni er í atvinnulífi. Hún skapar auknar tekjur og störf fyrir svæðið. Stór hluti stangveiðimanna segjast fara til veiða til þess að komast í tengsl við náttúruna og njóta hennar. Eins og fram kom hér að ofan eru tengslin við náttúruna stangveiðimönnum mikilvæg.

Í næsta kafla verður fjallað um hvaða tegundir silungs finnast hér á landi og jafnframt verður fjallað um nokkur af helstu silungsveiðisvæðum landsins.

3. Silungsveiði á Íslandi

3.1 Tegundir og dreifing

Lax og silung er að finna um allt land bæði í ám og vötnum. Þær silungstegundir sem veiðast hér á landi eru bleikja (*Salvelinus alpinus*) og urriði (*Salmo trutta*). Silungsveiði hefur notið vaxandi vinsælda hér á landi. Mikið er af góðum ám og vötnum þar sem veiða má silung á stöng. Silungsveiðar í straumvatni er mjög vinsælar og eru sumar ár hér á landi taldar vera í hópi með bestu silungsveiði ám í heimi. Silung er að finna um allt land en þó skiptast tegundirnar meira niður á landshlutana t.d. er mest sjóbleikju (bleikja sem gengur til sjávar) veiði á Vestfjörðum og á Norðurlandi þó eru einnig ágæt svæði á austanverðu landinu. Sjóbirtingur (urriði sem gengur til sjávar) heldur sig hinsvegar mest á sunnanverðu landinu. Staðbundinn silung er að finna um allt land.

3.1.1 Bleikja

Bleikjan er hánorræn tegund og er hún útbreidd um allt norðurhvel jarðar. Útbreiðsla hennar nær norðar en nokkurrar annarrar ferskvatnsfisktegundar (Veiðimálastofnun, e.d.). Bleikjan er með mjög mikla aðlögunarhæfni. Gott dæmi um aðlögunarhæfni bleikjunnar er Þingvallavatnsbleikjan en hún hefur þróast út í 4 afbrigði á aðeins 10.000 árum (Pétur M. Jónasson og Jóhann Ingi Gunnarsson, 2002). Bleikja getur annarsvegar alið allan sinn aldur í ferskvatni og einnig þar sem hún dvelur fyrstu ár ævi sinnar í ferskvatni en gengur síðan til sjávar yfir sumartímann en dvelur um vetur í ferskvatni (Stærð staðbundnu bleikjunnar ræðst mest af aðstæðum í umhverfi hennar. Eins og áður sagði þá gengur sjóbleikjan til sjávar í byrjun sumars en kemur síðan aftur um mitt sumar eða seinnipart þess. Aldur sjóbleikju getur verið nokkuð mismunandi en algengast er að þær verði 3 til 4 ára. Bleikju má finna út um allt land bæði sjógengnar og staðbundnar. (Veiðimálastofnun, e.d.a).

3.1.2 Urriði

Urriða er að finna mjög víða um heiminn en hann hefur náttúrulega útbreiðslu í Evrópu, Norður-Afríku og Norðvestur-Asíu (Magnús Jóhannsson, e.d.). Urriði nam land í ám í Norður Evrópu stuttu eftir lok síðustu ísaldar. Þá var sjávarstaða mun hærri en hún er í dag og því átti urriðinn greiðari leið lengra inn í land. Því er talið að flestir stofnar staðbundins urriða séu tilkomnir vegna sjóbirtinga sem lokuðust inni í vötnum og ám þegar

sjávarstaðan lækkaði. Rannsóknir hafa sýnt að þeir urriðar sem fyrstir námu hér land voru af stórvöxnu sein kynþroska afbrigði. Þennan frumstofn er aðeins hægt að finna hreinan á fáum stöðum í heiminum, urriðinn á Þingvöllum er af þessari frumgerð (Pétur M . Jónasson og Jóhann Ingi Gunnarsson, 2002). Urriða er að finna um allt land, sjóbirtingur er hinsvegar algengastur í hlýrri sjó. Hann er því algengari við vestan og sunnanvert landið. Í Vestur-Skaftafellssýslu er hann ríkjandi og þar getur hann verið nokkuð stór og mörg dæmi eru um fiska sem slagað hafa í 10 kíló (Magnús Jóhannsson, e.d.). Hann hrygnir yfirleitt í straumvatni en getur einnig hrygnt í stöðuvötnum þar sem er mikið lindstreymi. Algengur aldur sjóbirtinga er 3-4 ár og gengur hann í sjó á sumrin líkt og bleikjan. Hann gengur hinsvegar yfirleitt aðeins seinna til baka í árnar eða um haustið. Urriði hrygnir í október og nóvember (Magnús Jóhannsson, e.d.).

3.2 Helstu veiðisvæðin

Hér fyrir neðan verður fjallað um nokkur Íslensk silungsveiðisvæði. Valin voru nokkur af okkar þekktustu og vinsælustu svæðum. Þessi svæði voru valin til þess að sýna allar tegundir af silungsveiði á Íslandi, þ.e. vatnaveiði, sjóbirtingsveiði í straumvatni, sjóbleikjuveiði í straumvatni og svo veiðar á staðbundum silungi í straumvatni. Á kortinu má sjá hvar þessi svæði eru staðsett á landinu.



Mynd 1. Íslandskort þar sem sjá má staðsetningu þeirra veiðisvæða sem verður fjallað um hér að neðan.

3.3 Vestur- Skaftafellssýsla - sjóbirtingur

Sjóbirtingur er algengasta fisktegundin í ám Vestur- Skaftafellssýslu. Í sýslunni eru margar af bestu sjóbirtings ám landsins. Sjóbirtingurinn í sýslunni þykir vera óvenju stór og hafa rannsóknir sýnt að vöxtur í sjó er mjög góður. Það sem er sérstakt við þetta svæði er að á neðstu hlutum vatnakerfanna er að finna mikil sandsvæði (Veidimálastofnun. e.d.b). Sjóbirtingsveiðin fer að mestu fram á vorin og haustin en sjóbirtingurinn heldur til sjávar á vorin og kemur síðan til baka til hrigningar á haustin. Þær eru nokkrar veiðiárnar í sýslunni og ber þar helst að nefna Tungulæk, Tungufljót, Geirlandsá og Grenlæk, þó eru mörg önnur góð sjóbirtingsvæði í sýslunni sem ekki verður fjallað um hér.

3.3.1 Tungulækur í Landbroti

Tungulækur í Landbroti er án efa ein besta sjóbirtingsá landsins. Lækurinn er alls 10 km langur en er ekki allur fiskgengur (Eiríkur St. Eiríksson, 2002).

Tungulækur er í eigu Þórarins Kristinssonar. Kristinn, faðir Þórarins keypti jörðina Tungu á sínum tíma og sá þar möguleika á fiskirækt. Tungulækur var lítil veiðistöð á sínum tíma og gaf aðeins veiði í miklum rigningum við fossinn. Kristinn þrengdi árfarveginn og hóf samhliða því mikla fiskrækt við ána (votn og veiði e.d.). Tungulækur er gríðarlega frjósamur en það ásamt seiðasleppingum hefur gert hann að þeirri frábæru veiðiá sem hann er í dag. Í Tungulæk veiðist aðallega sjóbirtingur en einnig eitthvað af bleikju (Eiríkur St. Eiríksson, 2002).

Veiðin hefur undanfarin ár aðallega verið stunduð af eigendum árinna en 2010 fengu Veiðiþjónustan Strengir sem er fyrirtæki sem sérhæfir sig í söluveiðileyfa og þjónustu við veiðimenn nokkra daga til að selja, sú sala fór fram á heimasíðu fyrirtækisins. Í viðtali við Þröst Elliðason forstjóra Strengja kom fram að það sumar hefðu 30 dagar verið seldir til erlendra veiðimanna að meðaltali voru þrír veiðimenn við veiðar á hverjum degi þannig að samtals veiddu um 90 erlendir veiðimenn í Tungulæk. Hlutfall erlendra veiðimenna í Tungulæk er um það bil 1/3 af heildinni (Þröstur Elliðason, 15. desember 2011, munnleg heimild). Við Tungulæk hefur verið byggð upp mjög góð aðstaða fyrir veiðimenn. Þar er gott veiðihús, með þremur þriggja manna herbergjum. Gisting í húsinu er innifalin í verði veiðileyfa (Veiðiþjónustan Strengir e.d.a). Síðastliðið ár veiddust um 1250 sjóbirtingar í Tungulæk (Veiðiþjónustan Strengir e.d.b)

3.3.2 Tungufljót í Skaftártungu

Tungufljót er frábær veiðiá en það er leigt af Stangveiðifélagi Reykjavíkur og nýtur það mikilla vinsælda meðal félagsmanna. Í fljótinu er að finna stóra sjóbirtinga líkt og í öðrum ám á svæðinu, en þar veiðast árlega sjóbirtingar upp í 16 pund (Eiríkur St. Eiríksson, 2002). Tungufljót er dragá og með miklar rennissveiflur, það er 33 km langt en er aðeins greiðfært göngufiski um það bil 5,5 km eða að Bjarnarfossi sem er rúmlega 5 metra hár (Magnús Jóhannsson og Benóný Jónsson, 2008). Í Tungufljóti veiðist lax, bleikja og sjóbirtingur. Áin er fyrst og fremst sjóbirtingsá en árið 2008 veiddust í henni 279 sjóbirtingar, 47 laxar og 6 bleikjur, stangveiðitíminn hefst 1. apríl á vorin og stendur til 20. október (Magnús Jóhannsson og Benóný Jónsson, 2008). Við Tungufljót er góð aðstaða fyrir veiðimenn en þeir hafa aðgang að góðu veiðihúsi. Í húsinu eru fjögur tveggja manna herbergi. Veiðimenn sjá um sig sjálfir á svæðinu (Stangveiðifélag Reykjavíkur e.d.a). Á síðasta ári veiddust 264 sjóbirtingar, 3 laxar og 42 bleikjur (Stangveiðifélag Reykjavíkur e.d.a).

3.3.3 Grenlækur

Grenlækur er enn önnur sjóbirtingsáin á svæðinu. Lækurinn á upptök sín í lindum sem koma undan Eldhrauni, og er vatn hans að mestu leyti komið úr Skaftá. Eins og áður sagði er sjóbirtingur veiddur í ánni og er hún aflsælasta sjóbirtingsá landsins, en meðalveiði síðustu ára er um 1400 urriðar (að langmestu leyti sjóbirtingur) og 200 bleikjur. Vatnið í læknum er mjög næringarríkt og er það megin orsök þessarar miklu fiskframleiðslu sem í honum er (Magnús Jóhannsson og Benóný Jónsson, 2008). Vatnasvæði Grenlækjar er 29 km langt og er honum skipt í átta veiðisvæði. Veiðisvæðin eru leigð út til nokkurra mismunandi aðila. Svæði 4 og 5 eru þekktustu svæðin (Eiríkur St. Eiríksson, 2002). Aðstaða fyrir veiðimenn er misjöfn eftir svæðum. Á svæði 5 er glæsilegt veiðihús með 4 svefnherbergjum, gufubaði og heitum potti. Á þeim svæðum þar sem ekki eru veiðihús er hægt að fá bændagistingu (Eiríkur St. Eiríksson, 2002).

3.4 Veiðivötn – urriði og bleikja

Veiðivötn eru samnefni yfir vatnaklasann sem er sunnan við Vatnaöldur og vestan og norðan Tungnaár á Landmannaafretti. Veiðivötn eru ein frægustu og bestu veiðivötn á Íslandi. Til svæðisins teljast 50 vötn og tjarnir. Vötnin eru á virku eldfjallasvæði og eru þau á 20 km kafla í 35 km langri og 5 km breiðri lögð sem myndaðist við eldgos árið 1480 (Örn Óskarsson, e.d.a). Veiðivötn eru fræg fyrir stóra urriða, en veiðivatnaurriðinn er skyldur Þingvallaurriðanum. Þeir eru báðir taldir hafa verið sjógengir en hafi einangrast í vötnunum eftir að ísöld lauk. Urriðar af þessum stofni verða kynþroska síðar en aðrir frændur þeirra og nýta því fæðuna betur til vaxtar (Eiríkur St. Eiríksson, 2002).

Hrygningarskilyrði í vötnunum eru frekar léleg auk þess sem uppeldisskilyrði fyrir smá seiði eru víða bágborin. Þar sem náttúruleg nýliðun er léleg hefur verið gripið til þess ráðs að sleppa urriðaseiðum í vötnin. Seiðin eru af stofni vatnanna. Þessar sleppingar hafa tíðkast í Veiðivötnum frá árinu 1965 (Eiríkur St. Eiríksson, 2002).

Vötnin eru opnuð fyrir veiði 17. júní ár hvert og seldar eru 80 stangir á dag í vatnið og er verð á dagstöng er frá 8.000-9.000 krónur á dag. Ýmis gistiaðstaða er í boði við vötnin (Örn Óskarsson, e.d.b).

Samkvæmt Erni Óskarsyni umsjónarmanni Veiðivatna, koma nokkrir tugir erlendra veiðimanna í Veiðivötn árlega. Mikið er um að sömu hóparnir komi ár eftir ár og hafa gert það síðustu 15-20 árin. Örn sagði jafnframt að ekkert hafi verið gert í því að markaðssetja vötnin erlendis þar sem eftirspurnin á Íslandi hafi verið það mikil að það sé ekki pláss fyrir fleiri. Ár hvert er umsóknnum hundruða veiðimanna hafnað. Þar af eru þó nokkrar frá erlendum veiðimönnum. Sala veiðileyfa fer þannig fram að veiðimenn fá tækifæri til að endurnýja leyfið sitt ár frá ári og verða þeir að gera það áður en þeir yfirgefa svæðið eftir veiðiferð. Það sem ekki gengur út er sett í almenna sölu 1. apríl og seljast þau upp á 2-3 klst. Þau eru aðeins seld í gegnum síma (Munnleg heimild Örn Óskarsson, 16. Desember 2011). Við Veiðivötn er hægt að kaupa gistingu í 6-12 manna skálum og í 40 manna sæluhúsi. Einnig er á svæðinu ágætis tjaldsvæði. (Örn Óskarsson, e.d.b). Góð veiði hefur verið í vötnunum undanfarin á, en árið 2010 veiddust 28.837 á stangveiðitímanum, þar af voru 18.215 urriðar og 10.622 bleikjur. (Örn Óskarsson, e.d.c)

3.5 Vestfirðir – sjóbleikja

Á Vestfjörðum er að finna margar góðar sjóbleikjuár en sjóbleikjan er ráðandi tegund á Vestfjörðum. Það má segja að það sé veiðiá í nánast hverjum firði. Hér að neðan verður fjallað um þrjú skemmtileg sjóbleikjusvæði á Vestfjörðum.

3.5.1 Gufudalsá og Gufudalsvatn

Gufudalsá og Gufudalsvatn er skemmtileg sjóbleikjusvæði og veiðast þar árlega 500 – 1000 bleikjur. Algeng stærð á bleikjunni er 1- 2 pund (Stangveiðifélag Reykjavíkur e.d.b). Gufudalsá er dragá sem fellur í Gufufjörð. Neðarlega á vatnasvæðinu er Gufudalsvatn en það er 0,3 ferkílómetrar að flatarmáli. Vatnið er mjög grunnt en mesta dýpi þess er 2 m. Heildarlengd árinna telst 14 km og vatnasvið hennar 43 km² (Sigurður Már Einarsson, Þorleifur Eiríksson og Böðvar Þórisson, 2005). Bleikjan byrjar að ganga í ána um miðjan júlí mánuð en besti veiðitíminn er í byrjun ágúst (Eiríkur St. Eiríksson, 2003) Stangveiðifélag Reykjavíkur er með veiðisvæðið á leigu og er það eitt vinsælasta silungasvæði þeirra, en þetta svæði þykir einkar fjölskylduvænt, en veiða má á 4 stangir í ánni og börn mega veiða á fleiri stangir í vatninu. Gott veiðihús er á svæðinu með 6 tveggja manna herbergjum (Stangveiðifélag Reykjavíkur e.d.b).

3.5.2 Djúpadalsá

Djúpadalsá er í Djúpafirði sem er næsti fjörður við Gufufjörð. Djúpadalsá er líkt og Gufudalsá dragá og safnast í hana úr fjölmörgum litlum tjörnum og lækjum ofan af hálendinu fyrir ofan Djúpadal. Áin er 15 km löng og vatnasvið hennar er 53 km² (Sigurður Már Einarsson, Þorleifur Eiríksson og Böðvar Þórisson, 2005). Í ánni er bleikja ríkjandi líkt og í öðrum ám á svæðinu, en árlega veiðast 500 -1000 bleikjur í ánni. Bleikjan gengur í ána um miðjan júlí mánuð og besti tíminn er í kringum verslunarmannahelgi. Við ána er gott veiðihús. Þetta er gamalt íbúðarhús sem gert hefur verið upp og stendur húsið við árbakkann. Rétt hjá húsinu er svo lítil innisundlaug sem hægt er að fá aðgang að fyrir lítið fé (Krafla Íslensk fluguveiði, e.d.).

3.5.3 Bjarnafjarðará

Bjarnafjarðará er falleg sjóbleikjuá í Bjarnafirði á Ströndum, í grennd við Hólmavík. Veiðisvæðið er 7 kílómetrar með 25 merktum veiðistöðum (Lax-á angling club e.d.a). Efstu upptök hennar eru í Goðadalsárvötnum á ofanverðri Trékyllisheiði. Þaðan fellur Goðadalsá sem síðan sameinast Sunndalsá, þetta sameinaða vatnsfall er Bjarnafjarðará (Eiríkur St. Eiríksson, 2003) Áin er ein eftirsóttasta sjóbleikju á landsins og átti sér marga fasta kúnna, en fyrir nokkrum árum tók hreppsnefnd Kaldrananeshrepps sig til og úthlutaði öllum þeim sem ættu lögheimili í hreppnum veiðidegi í ánni.. Við ána er ekkert veiðihús en hægt er að fá gistingu á Hótel Lynghól. Við hótelið er einnig tjaldsvæði og sundlaug. Staðurinn er mjög vinsæll fyrir fjölskyldufólk. Veiðitímabilið er frá 20. júní til 20. september. Gott aðgengi er að veiðistöðum við ána (Lax-á angling club e.d.a)

3.6 Norðurland- Laxá í Suður Þingeyjarsýslu

Laxá í Suður Þingeyjarsýslu er án efa eitt besta urriðasvæði landsins og í heiminum að margra mati. Áin er ekki aðeins frábært veiðisvæði heldur þykir hún einnig einkar fögur. Fisksæld í ánni grundvallast einna helst af smádyrum þó aðallega bitmýslirfum (*Simulium vittatum*) sem lifa í ánni og er helsta fæða fisksins (Árni Einarsson, Arnþór Gardarsson, Gísli M. Gíslason og Guðni Gudbergsson, 2006). Laxá er lindá og er eins sú stærsta á landinu. Litlar rennslis sveiflur eru í ánni og sést það best á því hve bakkar hennar eru

grónir. Fjölmargir ferðalangar sækja ána ár hvert og er hún á leigð af Stangveiðifélagi Reykjavíkur. (Einarsson, o.fl., 2006)

Boðið er upp á fæði og gistingu að Hofi í Mývatnssveit og er það innifalið í verði veiðileyfa. Ýmislegt hefur verið gert til að vernda urriðastofninn í ánni, en aðeins er leyfð fluguveiði, kvóti er 4 urriðar á dag og verða veiðimenn að sleppa fiski umfram það, einnig er mönnum skylt að sleppa smáfiski undir 35 cm að lengd (Stangveiðifélag Reykjavíkur e.d.c). Laxá í Suður- Þingeyjarsýslu skiptist í tvö svæði, svæðið fyrir ofan virkjun og svæðið fyrir neðan virkjun. Svæðið fyrir ofan virkjun er þó mun vinsælla og dýrara svæði. Laxá fyrir neðan virkjun er þó skemmtilegt veiðisvæði og hefur notið vaxandi vinsælda meðal veiðimanna. Laxá fyrir neðan virkjun er skipt í þrjú svæði Staðatorfa, Múlatorfa og Presthvammur. Öll þrjú svæðin þykja sambærileg að gæðum. Kvóti er 4 urriðar á stöng á dag líkt og á efra svæðinu og veiðimönnum ber að sleppa öllum laxi (Stangveiðifélag Reykjavíkur e.d.d)

3.7 Arnarvatnsheiði

Arnarvatnsheiðin er víðfeðmt svæði. Þetta er sannkölluð veiðiparadís, því þar leynist silungur í flestum vötnum og sprænum. Þarna er hægt að finna góðan og lítt snortinn veiðistað. Á Arnarvatnsheiði er bleikjan ríkjandi en þó er nokkuð um urriða og þá eru þeir oft í góðri stærð. Arnarvatnsheiðin er í um 260 km fjarlægð frá Reykjavík og er leiðin að vötnunum torfarin. Til að komast á veiðisvæðið þarf að fara grýtta slóða sem aðeins eru færir jeppum og jepplingum. Vinsælustu vötnin á heiðinni eru Arnarvatn stóra, Arnarvatn litla og Úlfsvatn. Það er þó ekki aðeins vegna fráberrar veiði heldur einnig vegna góðs aðgengis að vötnunum (Lax-á angling club e.d.). Á heiðinni er hægt að fá leigða skála hjá veiðifélagi svæðisins og eru nokkrir í boði mismunandi að stærð. Einnig er hægt að tjalda við vötnin. Þó er ekkert eiginlegt tjaldsvæði á svæðinu en reynt hefur verið að hafa sem allra minnstu áhrif á náttúrlega umhverfi svæðisins. Veiðileyfi kostar 5300 kr á dag til og með 25. júlí en eftir það kostar stöngin 4500 kr. (Veiðifélag Arnarvatnsheiðar, e.d.). Veiðifélag Arnarvatnsheiðar var stofnað árið 1976. Félagið var stofnað með það að markmiði halda utan um tvennskonar hagsmuni, upprekstrarrétt búfjár og veiðihlunnindi. Á árum áður var stunduð mikil netaveiði á heiðinni en hún hefur minnkað mikið. Nú eru leyfðir 100 netadagar sem skiptast á milli landeigenda (Eiríkur St. Eiríksson, 2003). Á

Arnarvatnsheiði er leyfður ótakmarkaður stangarfjöldi, ólíkt því sem gert er í Veiðivötnum, þar sem aðeins 80 stangir eru seldar á dag (Veiðifélag Arnarvatnsheiðar, e.d.).

3.8 Þingvallavatn

Þingvallavatn þykir afbragðs veiðivatn. Þar er góð veiðivon og stærð fiska getur verið mjög góð. Í Þingvallavatni hafa myndast 4 afbrigði bleikju en þetta er eina vatnið í heiminum sem vitað er til að svo mörg afbrigði bleikju finnast á sama svæði (Pétur M. Jónasson og Jóhann Ingi Gunnarsson, 2002). Þær hafa þróast í þessi fjögur afbrigði á aðeins 10.000 árum. Bleikju afbrigðin eru murta, sílableikja, kuðungableikja og dvergbleikja (Pétur M. Jónasson og Jóhann Ingi Gunnarsson, 2002). Í Þingvallavatni er einnig að finna stórmerkilegt urriðaafrigið. Oft er þetta afbrigði nefnt ísaldarurriði, því sögu hans má rekja til síðustu ísaldar, þegar sjóbirtingar lokuðust inni í vatninu. Þingvallaurriðinn getur orðið mjög stór og hafa fiskar allt upp í 20 pund veiðst í vatninu. Aðalfæða urriðans er murtan (Össur Skarphéðinsson, 1996). Á árum áður var netaveiði í vatninu mikil búbót fyrir bændur. Þeir veiddu murtuna í miklu magni og seldu niðursoðna, kuðungableikjuna og urriða seldu þeir á markað í Reykjavík. Mikið magn er af bleikju í vatninu en tilrauna veiðar árið 1983-1984 sýndu að heildarmagn veiðanlegrar bleikju var um 700 tonn, aðallega var þetta murta en kuðungableikjan og sílableikjan eru samanlagt um 60 tonn (Pétur M. Jónasson og Jóhann Ingi Gunnarsson, 2002). Veiðileyfi í Þingvallavatn eru seld í þjónustumiðstöðinni á Þingvöllum en er einnig innan veiðikortsins, því er handhöfum kortsins heimild að veiða innan þjóðgarðsins gegn framvísun þess. Við vatnið er mjög góð tjaldaðstaða, einnig er þar margvísleg þjónusta í þjónustumiðstöðinni, þar sem þetta er einn vinsælasti ferðamannastaður landsins.

3.9 Samantekt

Hér að ofan er aðeins fjallað um lítinn hluta af þeim silungsveiðisvæðum sem eru í boði á Íslandi. Þessi svæði voru valin til þess að kynna þá möguleika sem í boði eru í silungsveiði. Þ.e. vatnaveiði, sjóbirtingsveiði í straumvatni, sjóbleikjuveiði í straumvatni og svo veiðar á staðbundum silungi í straumvatni. Veiðisvæðin hér að ofan eru ólík, en eiga það þó sameiginlegt að vera afbragðs veiðisvæði. Veiðiárnar bjóða upp á mikið næði fyrir veiðimanninn þar sem hann getur verið í ró og næði með náttúrunni og átt von á góðri

veiði. Aðbúnaður á þessum svæðum er misjafn, mjög góður aðbúnaður er fyrir veiðimenn t.d. við Tungulæk og Laxá í Suður Þingeyjarsýslu á meðan að minna er lagt uppúr íburði við aðrar ár t.d. Gufudalsá og Bjarnafjarðará. Vötnin eru ódýrari kostir með góðri von um mikla veiði. Arnarvatnsheiði og Veiðivötn eru hálendissvæði sem gefur þeim ákveðin sjarma. Á báðum svæðum er ágæt aðstaða fyrir veiðimenn en boðið er upp á gistingu í skálum og litlum kofum. Þingvallavatn sker sig úr af þessum svæðum hér að ofan. Þingvalla vatn er mun ódýrari kostur fyrir veiðimenn heldur en hin vötnin, það er innan veiðikortsins sem kostar 6.000 kr. Það er þó gott veiðivatn með möguleikum á góðri veiði og stórum fiskum. Aðstaða fyrir veiðimenn er lítil en við vatnið er þó mjög gott tjaldsvæði.

4. Markaðsmál

Sala veiðileyfa á Íslandi fer í flestum tilvikum þannig fram að landeigendur stofna veiðifélag í kringum veiðisvæðin, sem leigir svæðið út til nokkurra ára. Leigutakinn selur svo veiðileyfi á veiðisvæðið. Þetta minnkar áhættu og umstang fyrir landeigendur. Oft sjá leigutaki og veiðifélagið í sameiningu um uppbyggingu á svæðinu, t.d. byggingu veiðihúss o.fl.. Þetta er þó alls ekki algilt. Í mörgum tilfellum sjá landeigendur eða leigutakar alfarið um uppbyggingu á svæðunum.

Stærstu veiðileyfasalar landsins eru Stangveiðifélag Reykjavíkur (SVFR) og Lax- á angling club. Þessir tveir aðilar eru með mörg svæði á leigu. Strengir eru einnig gamalgróið fyrirtæki í sölu veiðileyfa. Á síðustu árum hefur leigutökum fjölgað og nú er hart barist um bestu árnar. Þetta á þó aðallega við um bestu laxveiðisvæðin. SVFR annarsvegar og Lax-Á og Strengir hinsvegar eru í raun gjörólíkir leigutakar. SVFR er uppbyggt sem stangveiðifélag og meginstarfsemi þess er að afla félagsmönnum sínum veiðileyfa á hagstæðu verði. Á meðan að Lax- Á og Strengir eru einkarekin fyrirtæki sem eru með það markmið að tryggja sínum hluthöfum sem mestan hagnað.

Stangveiðifélag Reykjavíkur er einn stærsti veiðileyfasali landsins og með um það bil 20 silungsveiði ár og vötn í sinni sölu. Í viðtali við Pál Þór Ármann fyrirverandi framkvæmdarstjóra Stangveiðifélags Reykjavíkur kom fram að félagsmenn þess 3840 talsins. Þeir eru uppistaðan í viðskiptavinum félagsins. Páll Þór sagði jafnframt að félagið væri farið að auka áherslu sína á silungsveiði, enda hafi verið aukin eftirspurn eftir henni. Hann sagði að þeirra helstu svæði væru Laxá í Suður Þingeyjarsýslu, bæði ofan og neðan virkjunar sem fjallað er um í kafla 3.5 og Tungufljót í Skaftafellssýslu sjá kafla 3.2.2. Páll Þór sagði ennfremur að þeir myndu fyrir auknum áhuga á silungsveiði frá erlendum veiðimönnum, sérstaklega frá Skandinavíu en þar er mikil eftirspurn eftir ódýrum silungsveiðileyfum. Erfitt væri að útskýra þennan aukna áhuga. Hvort það sé vegna ódýrra veiðileyfa hér á landi er óvíst, en verðið á þeim þykir hagstætt núna vegna hruns krónunnar eða vegna aukinnar markaðssetningar af hálfu Stangveiðifélagsins á svæðum sínum erlendis. Páll Þór sagði einnig að Stangveiðifélagið hafi verið í samstarfi við aðila í Bretlandi síðastliðin 5 ár sem þykir sterkur í sölu veiðiferða þar í landi. Stangveiðifélagið

væri einnig að fíkra sig áfram með markaðssetningu á svæðum sínum í Skandinavíu með því að byggja upp samband við þarlenda aðila.

Páll Þór sagði jafnframt að Markaðssetning á svæðum SVFR hafi hingað til farið þannig fram að félagið hefur verið í samstarfi við erlenda aðila sem selja veiðileyfi og pakkaferðir til annarra landa. En einnig hefur félagið boðið hingað til landsins kunnum blaðamönnum frá þekktum veiðitímaritum sem hafa skrifað greinar um silungsveiði á Íslandi. Dæmi um þetta er að hingað kom blaðamaður frá Trout and salmon sem gefið er út víða um heim og skrifaði grein um urriðasvæðin í Laxá í Mývatnssveit. SVFR hefur einnig látið gera bæklinga og kynningar fyrir afmarkaða hópa erlendra veiðimanna. Samkvæmt Páli Þór er félagið farið líta til Bandaríkjamarkaðar en þar liggja mikil tækifæri þar sem silungsveiði er mjög vinsæl í Bandaríkjunum og mikil hefð er fyrir henni þar. SVFR hefur verið í sambandi við aðila þar í landi til að byggja upp samstarf. Einnig kom fram í máli Páls að mikil tækifæri séu í markaðssetningu á silungsveiðileyfum fyrir Stangveiðifélagið vegna þess hve mikið framboð þeir hafi á góðri silungsveiði (Páll Þór Ármann, munnleg heimild, 31. mars 2010).

Pröstur Elliðason framkvæmdarstjóri Strengja sagði að það hefði orðið sprenging í komum á silungsveiðimönnum hingað til lands á þeirra svæði á síðasta ári. Strengir eru með á leigu Tungulæk í Landbroti, Minnivallarlæk og Breiðdalsá en í henni er bæði laxa og silungasvæði. Hann sagði að þeirra markaðssetning liggja helst í samböndum sem byggð hafa verið upp á löngum tíma við erlenda umboðsmenn sína. Hann sagði þó að þeir legðu áherslu á að hafa heimasíðu fyrirtækisins góða. Það var mat Þrastar að það sem aftraði silungsveiðinni helst hér á landi helst væri það að hana þyrfti að auglýsa betur og að aðstaðan væri víða ekki nógu góð. Tók samt fram að á svæðum Strengja væru mjög góð veiðihús. (Pröstur Elliðason munnleg heimild, 15. desember 2011)

Veiðikortið er fyrirbæri sem var stofnað árið 2004 og gengur út á það að veiðimenn geta keypt sér eitt kort og hafa með því aðgang að 31 vatnasvæði út um allt land. Það hefur notið gríðarlegra vinsælda meðal íslenskra veiðimanna allt frá fyrstu útgáfu þess. Samkvæmt Ingimundi Bergsyni framkvæmdastjóra Veiðikortsins var hugmyndin á bak við kortið að búa til hagkvæman og þægilegan kost fyrir veiðimenn í stangveiði. Hann sagði jafnframt að Veiðikortið hafi ekki verið markaðssett skipulega að neinu ráði þó hafa fyrirtækið hafi verið að þróa samstarf við erlenda ferðaskrifstofu sem selur pakkaferðir hingað til lands. Einnig kemur nýjasti bæklingur Veiðikortsins út með grunn upplýsingum

á ensku. Þrátt fyrir þessa litlu markaðssetningu hafa allt að 500 erlendir ferðamenn keypt sér Veiðikortið á ári. Ingimundur sagði einnig að flestir þeir erlendu ferðamenn sem keypt hefðu kortið hefðu keypt það í gegnum erlendar ferðaskrifstofur en einnig hafa þeir séð það til sölu á *nat.is* og *gofishing.is*. Þó nokkuð margir keyptu síðan kortið í gegnum heimasíðuna *veidikortid.is* eftir að hafa notað leitarvélina *google.com*. Ingimundur telur að það séu mikil tækifæri að selja kortið til erlendra ferðamanna og benti hann sérstaklega á þá ferðamenn sem ferðast hingað á einkabílum með norrænu. Einnig benti hann á að hægt væri að fara í samstarf með bílaleigum og markaðssetja kortið í gegnum þær. Ingimundur sagði að mikilvægt væri ef boðið er uppá gistingu við fleiri vötn, en það eru ekki mörg kort inná veiðikortinu sem bjóða uppá gistingu við vötnin, sum þeirra eru með aðstöðu fyrir tjöld. Flestir erlendu kaupendur veiðikortsins segjast vera í leit að ósnortinni náttúru. Flestir þeirra sem Ingimundur hefur rætt við segjast vera mjög ánægðir með dvöl sína og sérstaklega ánægðir með umhverfið og hversu hreint og tært allt væri hér á landi (Ingimundur Bergsson munnleg heimild, 31. mars 2010).

4.1.1 Samantekt

Veiðileyfasala á Íslandi fer fram ýmist í gegnum stangveiðifélög líkt og SVFR, í gegnum leigutaka líkt og Strengi og Lax-á eða í sumum tilfellum í gegnum landeigendur. Síðan er Veiðikortið ný tegund á veiðileyfasölu á Íslandi. Viðmælendurnir horfðu til erlendra ferðamanna með sín leyfi og voru þeir allir sammála um það að aukning hefði verið á komum erlendra veiðimanna hingað til lands á síðustu misserum.

5. Niðurstöður/Umræður

5.1 Markaðsfræðikenningar - Íslensk veiðisvæði

Mikilvæg er að hafa í huga nokkrar af helstu kenningum markaðsfræði þjónustu þegar selja á ferðþjónustu. Beita verður öðrum aðferðum við markaðssetningu á þjónustu heldur en markaðssetningu á vörum. Hér að neðan verður farið yfir nokkrar kenningar markaðsfræði þjónustu og þær tengdar við sölu stangveiðileyfa.

5.1.1 Fimm einkenni þjónustu

Þjónustu er ekki hægt að geyma. Ef engin kaupir veiðileyfið þá eyðileggst það og veiðileyfasalinn verður af tekjum sem hann hefði fengið ef hann hefði selt það. Þetta er mjög mikilvægt í sölu veiðileyfa, ekki aðeins vegna þeirra tekna sem veiðileyfasalinn missir af heldur einnig vegna þess að ef veiðileyfi selst ekki þá geta veiðitölur svæðisins minnkað þar sem ekkert er veitt þann ákveðna dag eða daga. Það er því mikilvægt fyrir svæðið að stunduð sé veiði þá daga sem hægt er, þar sem veiðitölurnar er eitthvað sem veiðimenn horfa í við kaup á veiðileyfum.

Veiðileyfasalinn verður að gera þjónustuna sem hann veitir sem áþreifanlegasta. Það er hægt með ýmsu móti t.d. að láta veiðimanninn fá eitthvað í hendurnar að ferð lokinni t.d. mynd af sér með veiddum fiski, myndband af sér að landa fisk, eins er hægt að gera ferðina áþreifanlegri með því að gera hana sem eftirminnilegasta fyrir veiðimanninn. Umgjörð við ferðina er mjög mikilvæg í þessu samhengi. Sum svæði hafa mikinn íburð, glæsileg veiðihús og bíla sem flytja menn á milli svæða. Þetta er sérstaklega algengt í laxveiðinni og á vel við þar. Nokkur silungsveiðisvæði eru einnig með þennan háttinn á t.d. Laxá í Suður-Þingeyjarsýslu þar verða veiðimenn að kaupa sér gistingu og fæði. Falleg náttúra getur einnig virkað eins fyrir veiðimenn en af henni er nóg hér á landi. Góðir leiðsögumenn geta skipt sköpum í sölu á stangveiðileyfum þar sem þeir eru í raun hluti af vörunni sem verið er að selja. Viðmót þeirra getur haft mikil áhrif á það hvernig veiðimaðurinn upplifir þjónustuna. Því er mikilvægt að leiðsögumenn séu með mikla þjónustulund og séu góðir í mannlegum samskiptum fyrir utan að hafa góða þekkingu á veiðisvæðinu.

5.1.2 Markaðsblandan

Varan: Stangveiðileyfi í íslenskri náttúru. Það er vel hægt að rökstyðja það að hér sé um góða og eftirsóttu vöru að ræða. Mörg veiðisvæði hér á landi eru uppseld allan veiðitímann og komast færri að en vilja einnig þykir íslensk náttúra vera einstök, en hingað til lands kemur árlega mikill fjöldi ferðamanna gagn gert til að upplifa íslenska náttúru.

Verðlagning: Stangveiðileyfi á Íslandi þóttu dýr vara fyrir hrunið 2008 þegar íslenska krónan var í hæstu hæðum en eftir fall krónunnar hefur samkeppnisstaða íslenskrar ferðaþjónustu styrkst til muna og þar með talin veiðileyfasala. Sum svæði hér gætu í raun verið seld á hærri verði en þau eru seld á í dag. Besta dæmið um þetta væri Veiðivötn en þar eru seldar 80 stangir á dag og er árlega ótal fyrirspurnum vísað frá bæði frá innlendum og erlendum veiðimönnum. Þeir eru hinsvegar með þann háttinn á að leyfa mönnum að kaupa aftur veiðileyfin á sömu dagsetningum og þeir voru á árið áður og með því minnka þeir áhættuna sína og mynda gott samband við sína viðskiptavinum.

Vettvangur: Staðsetning Íslands er það sem gerir landið að ákjósanlegum stað fyrir stangveiði. Hér eru ótal margar ár og vötn sem geyma fisk. Á móti kemur að hingað er dýrt að ferðast, sérstaklega fyrir þá sem koma utan Evrópu. Það má því segja að staðsetningin hafi bæði kosti og galla fyrir Ísland sem stangveiðiland.

Vegsauki: Vel hefur verið staðið að því að ná til veiðimanna í sölu á laxveiðileyfum. Stærstu veiðileyfasalarnir eru búnir að mynda góð tengsl við erlenda aðila sem annast sölu á leyfunum fyrir þá. Í viðtali við Þröst Elliðason framkvæmdarstjóra Strengja kom fram að þeir hefðu í gegnum árin myndað góð tengsl við erlenda veiðileyfasala sem önnuðust sölu veiðileyfa fyrir þá.

Fólk: Stangveiðifyrirtæki á Íslandi eru flest rótgróin fyrirtæki með mikla reynslu. Fyrirtæki eins og Strengir er með áratuga reynslu og með færa leiðsögumenn á sínum svæðum. Mikilvægt er fyrri íslensk fyrirtæki að starfsmen í framlínustörfum, þá sem eru í beinum samskiptum við viðskiptavininn, séu með ríka þjónustulund og séu góðir í mannlegum samskiptum.

Ferli: Íslenskir veiðileyfasalar eru með mjög góðar vefsíður þar sem einfalt er að bóka sér veiði í gegnum netið. Einnig eru nokkur tungumál í boði á þessum síðum.

Upplifun: Margt getur haft áhrif á upplifun veiðimannsins ýmist eru það hlutir sem hægt er að hafa stjórn á t.d. að allt sé hreint, snyrtilegt og eins hlutir sem ekki er hægt að hafa nein áhrif á eins og t.d. veðrið. Mikilvægt er því að allt sem þjónustuaðilar hafa stjórn yfir sé í góðu lagi.

Íslensk silungsveiði ætti að geta orðið mjög vinsæl meðal erlendra ferðamanna. Varan er góð, verðlagning er í lagi og gæti í sumum tilfellum ef til vill verið hærri. Þó ber að geta þess að á síðustu árum hefur verið veiðileyfa bæði í lax og silungsveiði hækkað talsvert. Mikilvægt er fyrir veiðileyfasala að halda áfram markaðsstarfi sínu erlendis til að koma sínum silungsveiðisvæðum betur á framfæri.

5.1.3 Svót greining

<p>Styrkleikar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ísland er sterkt vörumerki 2. Verð veiðileyfa er hagstætt 3. Góð veiðisvæði 4. Falleg náttúra 	<p>Veikleikar</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Það er dýrt að ferðast til Íslands 2. Lítil markaðssetning 3. Skortur á aðbúnaði (Sumstaðar)
<p>Ógnanir</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Náttúran: Eldgos, lítil rigning, sveiflur í fiskistofnum t.d. bleikjan 2. Meiri samkeppni um veiðisvæðin með hækkandi leiguverði hætta á bólu myndun 	<p>Tækifæri</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Staða krónunnar gagnvart erlendri mynt 2. Aukning í komum ferðamanna til Íslands 3. Aukin áhersla á markaðssetningu á silungsveiði 4. Fleiri flugfélög?

Mynd 2 – SVÓT greining á markaðssetningu á silungsveiði á Íslandi.

Styrkleikar: Ísland er sterkt vörumerki í stangveiði. Fjöldi ferðamanna heimsækir Ísland árlega til þess að veiða lax og silung. Verð á silungsveiðileyfum þykir lágt eftir hrun krónunnar. Veiðisvæðin á Íslandi eru góð, góð veiði er hér í mjög mörgum ám. Landið þykir einkar falleg en fjöldi ferðamanna heimsækir landið einkum vegna náttúrufergurðarinnar.

Veikleikar: Það er dýrt að ferðast til Íslands. Flug til Íslands er dýrt ef miðað er við flug á milli annarra Evrópuríkja. Silungsveiði á Íslandi hefur lítið verið markaðsset, mun meiri áhersla hefur verið lögð á markaðssetningu á laxveiði. Aðbúnaður er lítill á sumum veiðisvæðum.

Ógnanir: Það má segja að ein ógn við silungsveiðar sem ferðaþjónustu sé náttúran. Miklir þurrkar líkt og hafa verið síðustu sumur geta haft mikil áhrif á stangveiðiár, sérstaklega litlar sjóbleikjuár sem einfaldlega þorna upp í langvarandi þurrkum. Það hafa komið eldgos síðustu tvö sumur, sem höfðu mikil áhrif á flugsamgöngur hingað til lands. Einnig geta eldgos haft áhrif á árnar sjálfar með miklu ösku falli sem gruggar árna sem og jökulhlaupum í vatnakerfum ána.

Tækifæri: Veik króna gerir íslenska ferðaþjónustu samkeppnishæfari erlendis þar sem verð lækkar í erlenda gjaldmiðlinum. Fleiri ferðamenn eru farnir að heimsækja landið, þar er tækifæri þar sem Ísland er farið að vekja meiri athygli erlendis. Það er hægt að leggja meiri áherslu á markaðssetningu á silungsveiðinni sem gæti skilað mikilli aukningu í komum veiðimanna til að veiða silung. Fleiri flugfélög eru farin að fljúga til Íslands t.d. Wow air, Easyjet og Delta airlines. Tíðari samgöngur frá fleiri löndum eru mikið tækifæri fyrir alla ferðaþjónustu á Íslandi.

5.2 Vistvæn stangveiði

Stangveiði er undir ákveðnum skilyrðum vistvænnar ferðaþjónusta. Kvóti þarf að vera á hve marga veidda fiska veiðimaður má hirða eða að sleppa þurfi öllum veiddum fiski. Það eykur sjálfbærni á veiðisvæðinu og kemur í veg fyrir ofveiði sem gæti valdið hruni í stofnum vatnasvæðisins. Því miður eru til dæmi um það að veiðisvæði hafi verið ofveidd hér á landi. Í flestum af betri veiðiám landsins er kvóti á hve marga fiska má hirða, einnig er aukning í því að sleppa öllum fiski.

Gott getur verið fyrir fyrirtæki í stangveiðiferðþjónustu að fá umhverfissvottun á starfsemi sína. EarthCheck vottunin er dæmi um vottun sem gæti hentað Stangveiðifyrirtækjum. Stangveiðifyrirtæki eru ferðaskipuleggjendur og þar með ætti að vera hægt að fá EarthCheck vottun á fyrirtækið þó óvíst sé hvort hægt sé að votta veiðisvæðið sem slíkt. Umhverfissvottunin myndi tryggja að fyrirtækið færi eftir þeim stöðlum sem því yrðu settir, ásamt því að það myndi auka trúverðugleika þess útá við. Einnig er EarthCheck vottun gott markaðstæki en hana má nota í markaðssetningu. Nokkur Íslensk fyrirtæki eru með EarthCheck vottun t.d. Elding hvalaskoðun (Elding adventure at sea, e.d.).

5.3 Minna er oft meira

Í markaðssetningu á dýrustu laxveiðisvæðum Íslands hefur verið mikið lagt upp úr því að hafa aðstöðu fyrir veiðimenn sem allra besta. Fjárfest hefur verið í dýrum veiðihúsum þar sem boðið er upp á fullt fæði. Leiðsögumaður fylgir veiðimönnum hvert fót mál og veiðir jafnvel fiskinn fyrir veiðimanninn. Þetta fyrirkomulag virðist virka vel fyrir laxveiðisvæðin þar sem mörg þeirra eru uppseld allan veiðitímamann og skapa leigutökum, landeigendum og öðrum sem koma að miklar tekjur. Svo virðist vera sem þróunin í silungsveiðinni hafi verið mikið á þennan veg, þ.e bygging dýrra veiðihúsa með mikilli þjónustu fyrir veiðimenn. Í dýrustu og bestu silungsveiðisvæðunum sem eru með gott aðgengi og eru í alfara leið á þetta vel við. Dæmi um á sem þetta fyrirkomu lag myndi henta vel væru Laxá í Suður-Þingeyjarsýslu og Tungulækur í Landbroti. Hér á landi eigum við hinsvegar ótal mörg ósnortin veiðisvæði, uppi á hálendi eða í fáförnum fjörðum. Fram kom í kafla 2.2.1 um stangveiði sem vistvæna ferðþjónustu að veiðimenn stunda stangveiði oft til þess að komast í tengsl við náttúruna (Schuett og Pierskalla, 2006). Jafnframt kom fram í kafla 2.2.1 að í tékkneskri rannsókn hefði sýnt fram á að helsti hvatinn á bakvið veiðiferðina hjá veiðimönnum væri afslöppun með því að njóta náttúrunnar (Navrátil, Martinát og Kallabová, 2009).

Samkvæmt Ingimundi hjá Veiðikortinu sögðu erlendir veiðimenn sem keyptu veiðikortið að þeir voru að sækjast eftir ósnortinni náttúru og höfðu margir orð á því hve hreint og fallegt landið væri.

Því getur verið tækifæri fyrir skipuleggjendur stangveiðiferða að bjóða uppá einskonar ævintýraveiðiferðir, þar sem tengsl við náttúruna væri miðpunktur ferðarinnar. Minna yrði lagt upp úr þægindum.

Dæmi um veiðiferð af þessu tagi væri Arnarvatnsheiðin, heiðin er gríðarstór með ótal vötnum og sprænum sem geyma fisk. Þangað væri hægt að skipuleggja miklar ævintýraferðir fyrir veiðimenn, þar sem veiðimenn færu með leiðsögumanni jafnvel fótgangandi um svæðið. Það væri því verið að sameina mikla göngu og stangveiðiferð. Veiðimenn og leiðsögumaður myndu svo gista í fjallakofum eða kúlutjöldum á veiðisvæðinu.

Þessi tegund af stangveiðiferðamennsku væri hægt að flokka sem vistvæna þar sem lítil hætta væri á ofveiði í ferðum sem þessum þar sem veiðimenn gætu tekið með sér lítinn sem engan afla. Mjög mikilvægt væri að senda leiðsögumenn með í þessar ferðir til þess að tryggja að veiðimenn færu eftir settum reglum sem væru í gildi fyrir veiðisvæðið. Ásamt því að tryggja öryggi veiðimanna þegar þeir færu um fáfarin svæði landsins. Þessar ferðir myndu skila beinum arði strax til bæði landeigenda og veiðileyfasala/ferðaskipuleggjenda án mikils tilkostnaðar þ.e. það þyrfti lítil sem engin fjárfesting að eiga sér stað til þess að þetta gæti orðið að veruleika. Þó væri sniðugt að koma upp litlum veiðikofum við svæðin svo veiðimenn gætu átt í einhver hús að vernda ef veður yrði slæmt.

Mikilvægast í þessu er að halda svæðunum sem náttúrulegustum. Þannig að sem minnst ummerki manna séu sjáanleg.

Eitt svæði sem hefði verið frábært í ferðir sem þessar er Héðinsfjörður. Héðinsfjörður var eyðifjörður þar til 2010 þegar Héðinsfjarðargöng voru opnuð. Þangað var aðeins hægt að komast fótgangandi frá Siglufirði eða á bát. Í botni Héðinsfjarðar er lítil en gjöful sjóbleikjuá sem heitir Fjarðará. Nú í dag er Héðinsfjörður komin í alfaraleið og að vissu leiti misst þann sjarma sem hann hafði fyrir göng.

5.4 Markaðssvæði

Það er ljóst að á Íslandi eru mikil tækifæri í silungsveiði. Landið er með mörg frábær silungsveiðisvæði og geta nokkur þeirra talist með þeim betri í heimi. Eins og áður hefur komið fram þá hefur hér á landi í flestum tilfellum verið vel staðið að markaðssetningu á stangveiði sérstaklega í laxveiðinni. Í viðtölum við veiðileyfasala kom í ljós að talsverð

aukning hefur verið í komum stangveiðimanna hingað til lands sem koma hingað gagnert til að veiða silung. Eins og fram kom í kafla 2 er silungsveiði mjög vinsæl í Skandinavíu en flestir stangveiðimenn í Evrópu koma þáðan (Landssamband veiðifélaga, 2004). Stangveiði er einnig vinsæl í mörgum ríkjum Bandaríkjanna (Ditton, Holland og Anderson, 2002). Því ættu Íslenskir veiðileyfasalar að horfa til þessara svæða í markaðssetningu sinni. Þá sérstaklega til Bandaríkjanna með dýrari silungsveiðileyfin þar sem verð veiðileyfisins yrði hlutfallslega ekki eins stór hluti ferðakostnaðarins eins og fyrir veiðimann frá Skandinavíu. Skandinavíumarkaður myndi því henta vel fyrir ódýrari silungsveiðileyfin eins og t.d. sjóbleikjuárnar á Vestfjörðum, Arnarvatnsheiðin eða jafnvel veiðikortið og fleiri svæði.

6. Lokaorð

Þessi ritgerð hefur fjallað um það hvernig silungsveiði á Íslandi er markaðssett og hvað betur mæti fara í markaðssetningu á henni. Í viðtölum við íslenska veiðileyfasala kom fram að þeir telji helstu tækifærin séu í markaðssetningu í Skandinavíu og Bandaríkjunum. Þar sé stangveiði mjög vinsæl afþreying. Laxveiði á Íslandi hefur verið mjög vinsæl meðal erlendra ferðamanna í áráraðir og mikið hefur verið lagt upp úr markaðssetningu og uppbyggingu á laxveiðisvæðum. Mun minna hefur verið gert fyrir silungsveiðisvæðin. Nokkur svæði, t.d. Laxá í Mývatnssveit og Tungulækur í Landbroti, sem fjallað var um hér að ofan, eru mjög vinsæl meðal erlendra ferðamanna. Þjónustan á þessum svæðum er mikil og í anda þjónustunnar sem er veitt á laxveiðisvæðunum. Þetta eru svæði sem bera vel þetta mikla þjónustu og því er mikilvægt að reyna að hámarka þann arð hægt er að hafa af þessum svæðum. Ein helsta niðurstaða þessarar ritgerðar er að það er mikið tækifæri í silungsveiðisvæðum sem eru úr alfaraleið eins og fram kemur í kafla 5.3. t.d. hálendissvæði, litlar sjóbleikjuár á Vestfjörðum eða gjöful silungsveiðivötn eða ár í afdölum. Þar sem farið er í nokkurskonar ævintýraferðir með göngu, hestum eða með öðrum leiðum. Lítill aðbúnaður yrði á sjálfu svæðinu en með í för yrði leiðsögumaður sem færi með til að tryggja öryggi veiðimanna, kenna þeim á svæðið og passa uppá að þeir færu að reglum svæðisins. Áherslan í þessum ferðum væri á tengingu veiðimannsins við náttúruna.

Það yrði því mikilvægt fyrir landeigendur og leigutaka að ákveða hvaða ímynd þeir myndu vilja selja af svæðinu, ætti svæðið að vera dýrt lúxus svæði eða ætti áherslan að vera á náttúrulega fegurð og ævintýramennskuna?

Heimildaskrá

- Anna Dóra Sæþórsdóttir, Grönningsættir, G., Guðrún Gísladóttir, Högmänder, J., Zettersten, G. (1998). *Ekoturism i Norden. Eksempel fran Island, Norge, Sverige och Finland*. Kaupmannahöfn: Norræna ráðherranefndin.
- Arlinghaus, R og Mehner, T. (2004). A management-orientated comparative analysis of urban and rural living in a metropolis [rafræn útgáfa]. *Environmental Management*, 33, 331-344.
- Árni Einarsson, Arnþór Gardarsson, Gísli M. Gíslason og Guðni Gudbergsson. (2006). Population of ducks and trout on the River Laxá, Iceland, in relation to variation in food resources. *Hydrobiologia* 567: 183–194
- Danylchuck, A.J. og Cookie, S.J. (2010). Engaging the recreational angling community to implement and manage aquatic protected areas [rafræn útgáfa]. *Conservation biology*, 25, 458-464.
- Ditton, R.B. Holland, S.M, Anderson, D.K. (2002, mars). Human dimentions feature, 27, 17-24. Sótt 3. janúar 2012 af:
<http://www.csu.edu/CERC/documents/RecreationalFishingasTourism.pdf>
- Umhverfissráðgjöf Íslands ehf. (2010). EarthCheck (áður Green globe). Sótt 13. maí 2012 af
http://www.environment.is/default.asp?sid_id=44158&tId=1&Tre_Rod=001|004|005|&qsr
- Eiríkur St. Eiríksson. (2002). *Stangveiðihandbókin: 1.b.: frá Brynjudal að Brunasandi*. Reykjavík: Skerpla
- Eiríkur St. Eiríksson. (2003). *Stangveiðihandbókin: 2.b.: frá Hvalfirði í Hrutafjörð*. Reykjavík: Skerpla
- Elding adventure at sea. (e.d.). *Eco friendlier whale watching*. Sótt 12. maí 2012 af
http://elding.is/elding/environmental_policy/
- Gartner, W., Love, L., og Erkkila, D. (2002). Economic Impact and Social Benefits Study of coldwater angling in Minnesota (Rannsóknarskýrsla) Minnesota: Minnesota department of natural resources.
- Guðmundur Guðjónsson. (2006, október). Landsamband veiðifélaga: úttekt. Sótt 18. janúar af <http://angling.is/is/frettir/nr/43576/>
- He,G. Chen, X. Lin,W. Bearer, S. Cheng, L.Y. o.fl. (2008). Distribution of economic benefits from ecotourism: A case study of Wolong nature reserve for giant pantas in China (rafræn útgáfa). *Environmental management*, 42, 1017-1025

- Hooley, G., Piercy, N. og Nicoulaud, B. (2008) *Marketing Strategy and Competitive Positioning*. Fourth edition. England: Pearson Education
- Kotler, P., Bowen, J., og Makens, J. (1998). *Marketing Travel and Tourism*. New Jersey: Prentice Hall
- Kotler, P., Keller, K., Brady, M., Goodman, M., Hansen, T. (2009). *Marketing Management*. First European Edition. England: Pearson Education,.
- Krafla Íslensk fluguveiði. (e.d.). *Djúpadalsá í Reykhólahreppi*. Sótt 12. maí 2012 af <http://www.krafla.is/djupadalsa>
- Landssamband veiðifélaga. (2004). *Lax- og silungsveiði á Íslandi*. Reykjavík: Hagfræðistofnun Háskóla Íslands og Veiðimálastofnun.
- Lax-á angling club. (e.d.a). *Bjarnafjarðará*. Sótt 12. maí 2012 af <http://www.lax-a.is/islenska/island/stangveidi/silungsveidi/bjarnafjardara/>
- Lax-á angling club. (e.d.b). *Arnarvatnsheiði*. Sótt 22. mars 2012 af <http://www.lax-a.is/islenska/island/stangveidi/silungsveidi/arnarvatnsheiði/>
- Magnús Jóhannsson. (e.d.). *Urriði. (Salmo trutta L.)*. Veiðimálastofnun. Sótt 3. nóvember 2011 af http://www.veidimal.is/default.asp?sid_id=24115&tre_rod=001|005|004|003|&tId=1
- Magnús Jóhannsson og Benóný Jónsson. (2008). *Fiskirannsóknir í Tungufljóti í Skaftárhreppi*. Selfoss: Veiðimálastofnun Suðurlandsdeild. Sótt 12. Mars 2012 af http://veidimal.is/files/Skra_0025637.pdf
- Middleton, V.T.C., Fyall, A., Morgan, M. & Ranchhod, A. (2009). *Marketing in Travel and Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann
- Navrátil, J., Martinát, S., og Kallabová, E. (2009). *Framework for utilizing angling as a tourism development tool in rural areas*. České Budějovic: University of South Bohemia
- Pétur M. Jónasson og Jóhann Ingi Gunnarsson (ritstjórar). (2002) *Pingvallavatn: Undraheimur í mótun*. Reykjavík: Mál og menning
- Schmalensee, M.V., og Róbert A. Stefánsson. (2009). *Umhverfissvottað Ísland*. Umhverfisstofnun Vesturlands.
- Schuett, M. A., og Pierskalla, C. D. (2006). Managing for desired experiences and site preferences: The case of fee-fishing anglers [rafræn útgáfa] *Environment Management*, 39, 164-177
- Sveinn Agnarsson. (2002). *Efnahagsleg áhrif lax- og silungsveiði og staða auðlindarinnar*. Sótt 18. Janúar 2012 af <http://www.landbunadur.is/landbunadur/wgsamvef.nsf/0/4afb96ab72e9846c00256f9b003b1e2e?OpenDocument>

- Stangveiðifélag Reykjavíkur. (e.d.a). *Tungufljót – Eftirsótt sjóbirtingssvæði*. Sótt 17. mars 2012 af <http://svfr.is/veidisvaedi/silungsveidi/tungufljottungufljot>
- Stangveiðifélag Reykjavíkur. (e.d.b). *Gufudalsá – skemmtileg sjóbleikjuá*. Sótt 19. Mars 2012 af <http://svfr.is/?PageId=56808222-fc45-4efd-857a-4603b087eca1>
- Stangveiðifélag Reykjavíkur. (e.d.c). *Lax á í Mývatnssveit*. Sótt 20. Mars 2012 af <http://svfr.is/veidisvaedi/silungsveidi/laxaimyvlaxaimyv/>
- Stangveiðifélag Reykjavíkur. (e.d.d). *Staðartorfa og Múlatorfa – Laxá í Aðaldal*. Sótt 20. Mars 2012 af <http://svfr.is/veidisvaedi/silungsveidi/laxaiadalaxaimul/>
- Veiðimálastofnun. (e.d.a). *Bleikja (Salvelinus alpinus)*. Sótt 3.nóvember 2011 af http://www.veidimal.is/default.asp?sid_id=24304&tre_rod=001|005|004|002|&tId=1
- Veiðimálastofnun. (e.d.b). *Lífshættir sjóbirtings og nýting sjóbirtingsstofna*. Sótt 23. Janúar 2012 af http://www.veidimal.is/default.asp?sid_id=24712&tre_rod=001%7C005%7C010%7C&tId=1
- Vötn og veiði. (e.d.). *Tungulækur - of gott til að vera satt?* Sótt 12. maí 2012 af <http://www.votnogveidi.is/aftheying/veidistadurinn/nr/801>
- Wilde, R.G. (2002, 21-24 maí). Estimation of catch and rease fishing mortality and its sampling variance. (World recreational fishing conference nr.3). Ástralía: Northern terriatory
- Veiðiþjónustan Strengir (e.d.a). *Veiðihúsið – Tungulækur*. Sótt 15. mars 2012 af <http://strengir.is/index.php/veidisvaedi/tungulaekur/veieihus>
- Veiðiþjónustan Strengir (e.d.b). Sótt 15. mars 2012 af <http://strengir.is/index.php/veidisvaedi/tungulaekur/almennar-upplysingar>
- Veiðifélag Arnarvatnsheiðar. (e.d.). *Verðskrá 2012*. Sótt 10. mars 2012 af <http://arnarvatnsheidi.is/page/verdskra>
- Sigurður Már Einarsson, Þorleifur Eiríksson og Böðvar Þórisson. (2005). *Rannsóknir á Þorskafjarðará, Músará, Djúpadalsá og Gufudalsá vegna framkvæmda á Vestfjarðavegi nr. 60*. Sótt 10. mars 2012 af <http://www.nave.is/NV%20nr.%2005-05.pdf>
- Zwirn, M, Pinsky M og Rahr, G. (2005). Angling Ecotourism: Issues, Guidelines and Experience from Kamchatka [rafræn útgáfa]. *Journal of Ecotourism*, 4, 16-31.
- Nesvottun. (e.d.). *Hvað er umhverfissvottun EarthCheck?* Sótt 13. maí 2012 af <http://www.nesvottun.is/vottun.htm>
- United nations. (e.d). *Agenda 21*. Sótt 12. maí 2012 af <http://www.un.org/esa/sustdev/documents/agenda21/index.htm>

Örn Óskarsson. (e.d.a). *Jarðfræði veiðivatnasvæðisins*. Sótt 10.mars 2012 af <http://veidivotn.is/jardfr.html>

Örn Óskarsson. (e.d.b). *Veiðileyfi og gistiðstaða*. Sótt 10. mars 2012 af <http://veidivotn.is/hus.html>

Örn Óskarsson. (e.d.c). *Stangveiði í Veiðivötnum 2010 – aflatölur úr 1.-9. viku*. Sótt 12. mars 2012 af <http://veidivotn.is/veidi10/frettir10a.html>

Össur Skarphéðinsson. (1996) *Urriðadans: Ástir og örlög stórrurriðans á Þingvöllum*. Reykjavík: Mál og menning