



EUROPEISKA UNIONEN
Europeiska fiskerifonden
- En satsning på hållbart fiske -



Rapport 2012:29



LÄNSSTYRELSEN
I STOCKHOLMS LÄN

"Stockholms fiskmarknad"

– delrapport, kartläggning

Rapport 2012:29



LÄNSSTYRELSEN
I STOCKHOLMS LÄN

"Stockholms fiskmarknad"

– delrapport, kartläggning

Författare: Hernik C Andersson och Niklas B Sjöberg
Foto omslag: Erika Stenlund

Utgivningsår: 2012
ISBN: 978-91-7281-520-9

Fler exemplar av denna rapport kan beställas hos
enheten för lantbruksfrågor, Länsstyrelsen i Stockholms län, tfn: 08-785 40 00

Rapporten finns endast som pdf. Du hittar den på vår webbplats
www.lansstyrelsen.se/stockholm

Förord

Den globala fiskkonsumtionen har nått rekordnivåer och människor äter i dag mer fisk än någonsin. Fler personer än någonsin är också sysselsatta i, eller beroende av, fiskesektorn.

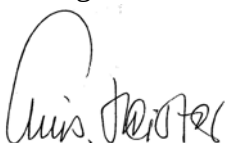
Det är bra att människor äter fisk, men enligt FN:s livsmedels- och jordbruksorganisation (FAO) är en stor del av världshaven utsatta för överfiske på ett sätt som inte är hållbart.

Samtidigt har fiskare i Stockholms län (och andra regioner i vår närhet) svårt att sälja sina fångster till ett pris som gör det mödan värt att lägga ut garnen. En grundorsak är en dåligt fungerande marknad med långa transporter som försämrar möjligheten till hög kvalitet och innebär lägre marginaler för fiskare norr om Götaland. Gös från Mälaren eller torsk från Stockholms skärgård kan vara upp till en vecka gammal när den hamnar på våra tallrikar därför att den först måste åka lastbil tur och retur Göteborg för att säljas på auktion.

För två år sedan inledde därför Länsstyrelsen arbetet med att analysera förutsättningarna för att öka tillgängligheten på regionalt fångad fisk. Arbetet har gjorts inom ramen för regeringens satsning på Sverige – det nya matlandet. Mottagandet från yrkesfisket har varit över förväntan, och cirka 800 ton kommer att kunna levereras per år, (vilket fortfarande är en bråkdel av de 31 000 ton som stockholmarna konsumerar i dag). Idén om ”Stockholms Fiskmarknad” bygger på att den ska vara öppen för såväl middagshandlande privatpersoner som för krögare som vill lägga beställningar på veckans råvaror. Marknadsplatsen, kanske med restauranger i lokalerna, kommer att kunna bli en attraktion i sig.

Vi ser inte detta som den enda lösningen på de strukturella problemen inom fiskerinäringen, men vi är övertygade om att det kan bidra till ett mer hållbart fiske. Vi ser det också som ett sätt att bevara det småskaliga kustfisket i våra skärgårdar.

Idén om ”Stockholms Fiskmarknad” står till förfogande för den eller de personer som tror lika starkt på den som vi gör: Varsågod, den krattade manegen är er.



Chris Heister
Landshövding i Stockholms län

Innehåll

Förord	1
Innehåll	3
Sammanfattning	5
Introduktion	7
Bakgrund	9
Länsstyrelsens roll och uppdrag	9
Miljömål	9
Landsbygds- och fiskeriprogram	9
Regional utveckling	9
Matlandet.....	9
Yrkesfiskets utveckling i Stockholms skärgård och tidigare arbeten	10
Antal yrkesfiskare	10
Yrkesfiskets saltsjöfångster	10
Fiskhandeln i Stockholm.....	12
Kollektiva åtgärder för det småskaliga kustfisket.....	13
Fiskefrämjandet Stockholms skärgård.....	14
Fiskets framtid på Södra Ostkusten – utveckling eller avveckling?	15
Länsstyrelsens analys av situationen	16
Hållbart fiske inom ramen för Stockholms Fiskmarknad.....	16
Framtida mervärden.....	17
Metod	19
Regionalt producerad fisk	20
Andra exempel som fungerat som pedagogiska underlag	20
Seattle i USA	20
Bondens Marknad	20
New York Green Market.....	21
Jersey Fresh.....	21
Genomförande	21
Fas 1. Kartering av fisk och fiskare	21
Fas 2. Lansering av fisk till konsument – skapa förutsättningar för Stockholms Fiskmarknad	23
Resultat.....	25
Resultat av Fas 1	25
Resultat av Fas 2	27

Sammanfattning

Länsstyrelsen i Stockholm har drivit projektet Stockholms Fiskmarknad där det övergripande målet varit att skapa förutsättningar för en fysisk marknadsplats för regionalt producerade fiskprodukter.

Att bevara det småskaliga kustfisket är ett av de nationella miljömålen. Länsstyrelsen uppfattar att balansen mellan antalet yrkesfiskare och fiskbeståndens status är viktigt för miljömålets uppfyllande. En central del i arbetet med att skapa en sådan balans är ökad lönsamhet i det småskaliga kustfisket.

Dagens fiskhandel är en drivkraft för så låga priser som möjligt för fisken och därmed storskalighet, långa transporter, många mellanled och därmed högre priser för konsument. Handeln försvårar transparens vilket tillsammans med mellanleden försvårar återkoppling mellan fiskbeståndens utveckling och den enskilde konsumentens val av fisk.

Stockholm är den snabbast växande regionen i landet och en viktig kugge i hela Sveriges ekonomi. Landsbygden runt Stockholm och i synnerhet Stockholms skärgård är en del av regionens identitet. Fiske och till fisket kopplade näringar har lång tradition längs ostkusten och i Mälardalen. Trots detta är det idag svårt att hitta fisk från regionen i Stockholm. Många Stockholmare upplever en brist i att det inte går att köpa strömming eller torsk från regionen i Stockholm.

Intresset för mat och matlagning har ökat kraftig under senare år. En central del i såväl privatpersoners som restauratörers matlagning är tillgång på bra råvaror. Råvarorna är även det som utvecklar matlagningen och har potential att sätta regional och lokal prägel på köket.

Länsstyrelsens hypotes är att det finns stor efterfrågan och betalningsvilja för lokalt och regionalt fiskad fisk med känt ursprung. Vidare att det finns en vilja att bevara fisket i regionen. Den enskilde konsumenten har i dagsläget emellertid ingen möjlighet att genom sin konsumtion styra fiskets utveckling åt det hållet. Projektets målsättning har därför varit att skapa en plats där fisket och konsumenterna kan mötas

I fas 1 har Länsstyrelsen karterat fisket och fisktillången inom en 25-milsradie från Stockholm. Eftersom fisken och fiskaren varit helt avgörande har stort fokus lagts på denna del av projektet. Med utgångspunkt från materialet bedömmer vi att ett 80-tal fiskare är intresserade av att leverera ca 800 ton fisk på årsbasis.

Fas 2 av projektet har bestått av att skapa förutsättning för en fiskmarknad. Det har bland annat bestått av att skapa en identitet av produkten för att underlätta kommunikation till konsument och eventuella investerare och entreprenörer. Inom ramen för projektet har det förts en löpande dialog med fisket och andra intressenter där målsättningen var att formulera regelverk, kravspecifikation samt underlagsmaterial för samarbetsavtal mellan fiskare och en tänkt marknad.

Resultatet av projektet har visat att det finns tillräckligt många intresserade fiskare, tillräckligt med fisk samt intresserade konsumenter, entreprenörer och restauratörer för att förverkliga Stockholms Fiskmarknad.

Introduktion

Föreliggande rapport är utgör en delrapportering av Länsstyrelsen i Stockholms projekt "Stockholms Fiskmarknad". Projektet kommer att slutrapporteras i samband med avslutandet vid årsskiftet 2012/13.

I slutrapporten kommer det även finnas en resultatbeskrivning avseende den lanseringskampanj som genomfördes under slutet av 2012 samt en analys och diskussion kring projektets resultat i förhållande till faktorer avseende framgångar och motgångar.

Projektet har löpt under maj 2011-december 2012. Syftet har varit att utreda och testa möjligheterna att samordna distribution och marknadsföring av lokalt fångad fisk och lokalt producerade fiskeriprodukter. Målsättningen med är att det ska skapas en fysisk marknadsplats för regionalt fångad fisk. Inom ramen för projektet har det skapats underlag som incitament för marknaden att skapa förutsättningar för en sådan marknadsplats.

Huvudfokus i projektet har varit att kartera fisktillgången och skapa ett intresse hos yrkesfisket att leverera fisk till Stockholm. Ett stort fokus har även legat på att entusiasmera konsumenterna i Stockholm för den karterade fisken.

Bakgrund

Länsstyrelsens roll och uppdrag

Länsstyrelsen har en viktig roll för den regionala samhällsutvecklingen och för att skapa en region som är attraktiv för länets invånare att bo och verka inom. Utöver Länsstyrelsens generella uppdrag har Länsstyrelsen inom detta projekt arbetat med utgångspunkt från flera andra övergripande mål för myndighetens arbete.

Miljömål

De nationella miljömålen är styrande för de statliga myndigheternas arbete. Inom ramen för målet Hav i balans och levande kust och skärgård utgör antalet yrkesfiskare en av indikatorerna. Samtidigt är fiskbeståndens ekologiska status en viktig del i arbetet med miljömålen. Länsstyrelsen uppfattar att balansen mellan antalet yrkesfiskare och fiskbeståndens status är viktigt för miljömålets uppfyllande. En central del i arbetet med att skapa en sådan balans är ökad lönsamhet i det småskaliga kustfisket.

Landsbygds- och fiskeriprogram

Länsstyrelsen arbetar för att EU:s och Sveriges landsbygdspolitik inklusive Landsbygds- och fiskeriprogrammet får genomslag på regional nivå. Det innebär att företagande i landsbygd ska bli konkurrenskraftigt och långsiktigt ekologiskt, socialt och ekonomiskt hållbart.

Regional utveckling

Länsstyrelsen verkar för att Stockholmsregionen ska ha en hög attraktionskraft för både boende och turister. En del av attraktionen utgörs av utbudet av handelsplatser samt restauranger. Länsstyrelsen arbetar med att skapa förutsättningar för ett lönsamt näringsliv i regionen och samtidigt vara en del av regionens attraktionskraft.

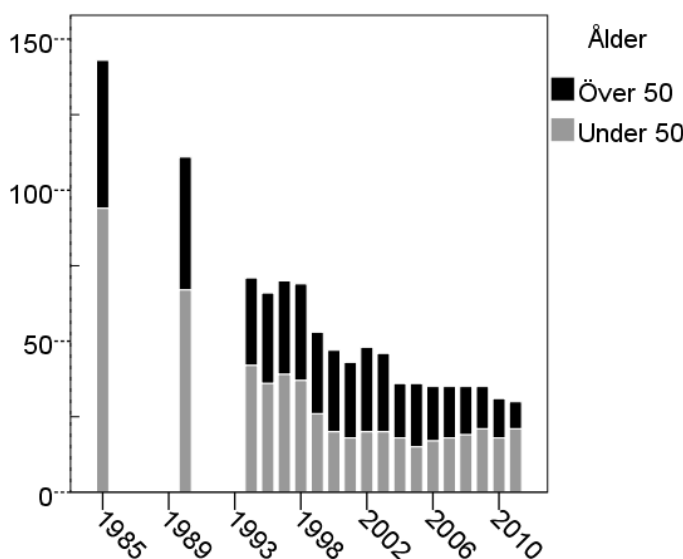
Matlandet

Sommaren 2008 lanserade regeringen visionen om att Sverige ska bli det stora nya matlandet i Europa. Regeringens strategi för att stärka sektorn omfattar alla inom livsmedelssektorn, från det lilla lokala företaget till det stora företaget på internationell arena. Till detta kan kopplas en ökad turismnäring som ger goda förutsättningar för fler jobb och som är en viktig plattform att utveckla *Matlandet Sverige*. En av satsningarna är inriktad på innovation samt kompetensökning i livsmedelssektorn och på mat med mervärde (till exempel ekologiskt, närproducerat eller småskaligt producerat).

Yrkesfiskets utveckling i Stockholms skärgård och tidigare arbeten

Antal yrkesfiskare

I mitten av 1930 talet fanns ca 600 fiskare i Stockholms län vilket fram till 1970 hade minskat till ca 130 personer. Under åren i slutet av 1970- och början av 1980-talet ökade antalet fiskare till ca 190 (figur 1). Ökningen var ett resultat av stor efterfrågan på strömming och därmed höga priser samt den goda tillgången på torsk. Från slutet av 1980-talet minskade mängden torsk och förutsättningarna för ett lönsamt småskaligt fiske har minskat avsevärt. Idag finns få fiskare och nyrekryteringen till näringen är liten. Om det inte sker någon förändring så kommer fisket vara borta inom den närmaste 20-årsperioden.



Figur 1. Antal yrkesfiskare i Stockholms län

Idag finns 28 fartyg registrerade för yrkesfiske i Stockholms län. Antalet har minskat med 34 fartyg, eller 55 procent sedan år 1995, vilket är mer än den genomsnittliga minskningen för hela Sverige som är 46 procent. Det är framförallt fartyg under 12 meter som har försvunnit. Ändå utgörs fiskeflottan nästan uteslutande av fartyg mindre än 12 meter (26 av totalt 28 fiskefartyg) och andelen har ökat med 14 procent sedan 1995. Det senaste året har två mindre fiskefartyg tillkommit.

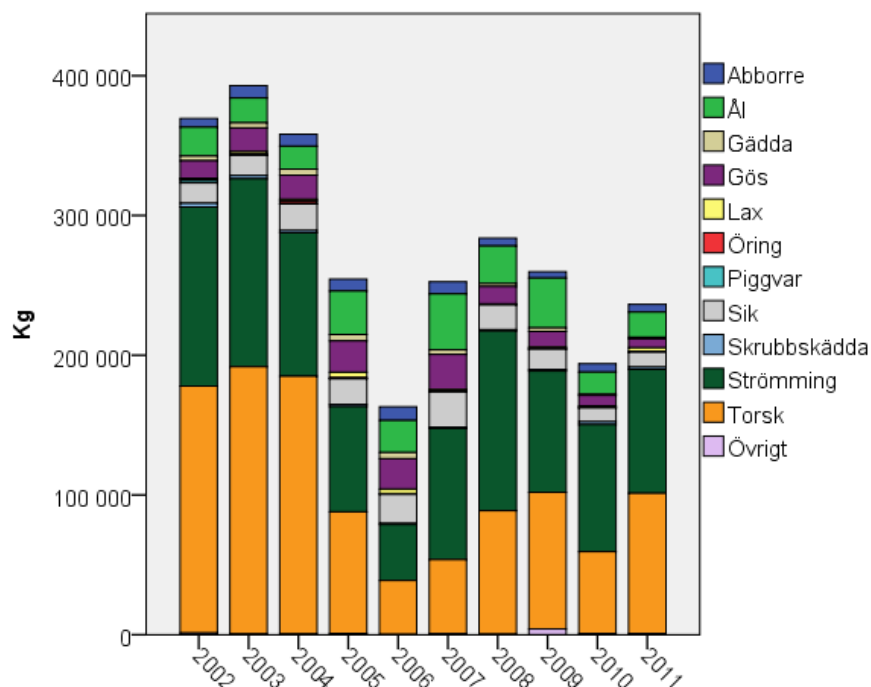
Yrkesfiskets saltsjöfångster

Det fiske som bedrivs i Stockholms skärgård är ett utpräglat blandfiske vilket kännetecknas av ett beroende av flera olika arter och fiskemetoder. Bakgrunden är fiskbeståndens sammansättning och variation över tid vilket

kräver kontinuerlig anpassning hos fisket. Fisket i Stockholms län utgörs av en blandning av fiske på kvoterade marina arter som torsk och strömming och okvoterade sötvattensarter som abborre och gös. Fisket bedrivs både med stöd av yrkesfiskelicens på allmänna vatten och med stöd av enskild rätt på enskilda vatten. Kvoterade marina arter och okvoterade sötvattensarter förekommer på både enskilda och allmänna fiskevatten.

Dagens regelsystem är illa anpassat till dessa egenskaper hos kustfisket. Reglerna är utformade för ett mera storskaligt fiske som riktas mot en art i taget. Även om skärgårdsfiskets kvantitativa fångster är mycket små i förhållande till det totala fisket påverkas det ändå av den övriga fiskeriförvaltningens regler och krav. Vissa regler kommer därför att ha liten relevans för bevarandet av bestånden men har ändå mycket stor negativ inverkan på den enskilde fiskarens verksamhet.

Den som är licensierad yrkesfiskare är skyldig att föra statistik över fisket. För utsjöfisket ska fiskaren föra loggbok medan den som fiskar kustnära med små båtar ska föra kustfiskejournal. De som fiskar med stöd av enskild rätt har under många år emellertid tolkat lagstiftningen så att det inte finns något krav på att föra kustfiskejournal, något som dåvarande Fiskeriverket aldrig har uppmärksammat. Detta gör att statistiken över yrkesfisket i Stockholms skärgård varit bristfällig.



Figur 2. Det Stockholmsbaserade fiskets fångster i Östersjön

I den statistik som föreligger kan man konstatera att torsk och strömmingsfisket dominerar kustfisket i Stockholm län (figur 3). Under senaste åren har torskfisket ökat något vilket förklaras av att tillgången ökat i hela Östersjön. Merparten av torskfisket bedrivs i Ålands Det förekommer även torsk i övriga delar av länets kustvatten men problem med gråsäl försvårar avsevärt fiskets bedrivande. I Ålands hav sker fisket djupare än 150 meter vilket minskar interaktionerna med säl.

Det strömmingsfiske som bedrivs är enbart för konsumtionsändamål. Delar av fångsterna landas i Östhammar/Öregrund och förser Uppsala med omnejd med konsumtionsströmming. En del går även till surströmmingsalterierna längs norrlandskusten.

Andra arter som fiskas i länet är exempelvis är sik, ål gös och abborre. Översatt till genomsnittspriset i förstahandsledet har yrkesfisket i Stockholms skärgård ett lågt värde. Under 2011 var försäljningsvärdet endast ca 4 miljoner kronor. Mycket av den fisk som idag handlas säljs emellertid till betydligt högre priser än så. Detta beror på att fisk både egenförädlas och säljs på hemmaplan direkt till konsument. En verksamhet som idag är tidsödande och ändå innebär låg lönsamhet i förhållande till arbetsinsatsen.

Fiskhandeln i Stockholm

I Stockholmsregionen konsumeras 31 000 ton fiskprodukter per år. En stor del av svensk handel med svensk vildfångad fisk går via fiskauktionen i Göteborg. Merparten av den fisk som försäljs till konsument i Stockholm säljs till handeln av grossister som köper fisk från auktionen. Prissättningen till både fiskare och i slutändan konsument bestäms därmed i hög utsträckning av det dagsnoterade utropspriset på auktionen. Den fisk från regionen som handlas på auktionen försäljs oftast av ett mellanled som köper större volymer från många enskilda fiskare. För en enskild fiskare med förhållandevis små fångster innebär det många gånger mycket låg lönsamhet att skicka fisken till Göteborg samtidigt som fiskare med små volymer inte är intressanta för dessa uppköpare eftersom hanteringskostnaderna blir för stora i förhållande till priserna på auktionen. Mycket av det småskaliga fisket är även svårprognoserbart för en rationell och lönsam hantering för dessa uppköpare.

Det är i dagsläget svårt att se incitament för fiskhandel att ändra handelsmönster. De inköp som sker via fiskauktionen i Göteborg sker till ett bra pris och produkterna håller hög kvalitet. Att istället köpa fisk från enskilda fiskare innebär stor osäkerhet i både leverans, kvalitet och pris. Den rådande marknadsidén inom fiskbranschen baseras istället på med stora volymer av högkvalitativa fiskprodukter med så lågt inköpspris som möjligt.

Dagens handel är därmed en drivkraft för så låga priser som möjligt för fisken, långa transporter, många mellanled och därmed högre priser för

konsument. Handeln försvårar transparens och den är en drivkraft mot storskalighet vilket försvårar återkoppling mellan fiskbeståndens utveckling och den enskilde konsumentens val av fisk. En storskalighet i både produktion och handel. Dagens handel har fungerat på ungefär samma sätt under den senaste 20 årsperioden. Under en stor del av 1900-talet hade fisket ett betydande inflytande över handeln. Det gällde även fisket och fiskförsäljningen i Stockholm.

I mitten av 1930-talet bildade fiskarena Stockholms läns fiskförsäljning ekonomiska förening. Innan såldes fisken av varje fiskare direkt till fiskaffärer och uppköpare. Organisationen samordnade utbudet av fisk vilket bidrog till förbättrade priser och föreningen kom under 1970- och 1980-talet att växa genom sammanslagningar med föreningar i andra län. Efter sammanslagningarna med Södermanland (1976), Gotland (1978) och Östergötland (1986) ändrade föreningen namn till Ostkustfisk ekonomiska förening. Under 1988 hade Ostkustfisk 133 anställda och omsatte ca 195 miljoner kronor.

Under 1980-talet skedde stora strukturförändringar i fisket vilket delvis kan förklaras av den mycket goda tillgången på torsk i Östersjön. Det gav underlag för en kraftig kapacitetsökning i västkustflottan vilken investerade i stora torskrålare som började fiska i Östersjön. Samtidigt minskade priset på strömming i och med att ett storskaligt pelagiskt trålfiske efter industri-fisk blev prisledande istället för konsumtionsfisket efter strömming. Eftersom en del av handeln även baserades på regional regnbågsodling kom det ökade inflödet av norsk odlad lax bli en svår konkurrent. Ostkustfisk ekonomiska förening fick allt sämre ekonomi och försattes i konkurs vid årsskiftet 1992/1993. Sedan 1994 har det inte bedrivits någon verksamhet och bolaget likviderades 1998.

I dag fungerar därmed försäljningen av fisk i hög utsträckning som den gjorde före 1930-talet. Det vill säga direkt till fiskaffärer, fiskuppköpare och privatpersoner.

Kollektiva åtgärder för det småskaliga kustfisket

Under strukturmedelsperioden 2000-2006 fanns insatsområdet Kollektiva åtgärder för det småskaliga kustfisket. Kusten delades upp i områden där respektive område uppdrogs att skriva en utvecklingsplan för fisket. Efter ingående diskussioner kom Stockholms skärgård att definieras som ett eget område vid sidan av södra norrlandskusten och resten av ostkusten. Yrkesfisket i Stockholms skärgård kom därför att formulera en egen utvecklingsplan.

Planen innehöll sju prioriterade insatsområden:

1. *Säkerställa fiskbestånd och upprätta en fiskevårdsplan för skärgårdsområdet*
2. *Utvinna ökade fiskearealer*
3. *Redskapsutveckling*
4. *Höjd produktkvalitet*
5. *Effektivare försäljning och distribution*
6. *Periodisk utbildning och information*
7. *Marknadsföring*

Inom ramen för planen utfördes en lång rad projekt varav flera var framgångsrika på många sätt. Merparten av projekten hade emellertid stort fokus på fiskevård och fiskeförvaltning. Mot bakgrund av fiskbeståndens status var det både förväntat och viktigt. Länsstyrelsen saknade emellertid insatser med inriktning på marknad och entreprenörskap och genomförandet av planen kom inte av vända den negativa utvecklingen i näringen.

Fiskefrämjandet Stockholms skärgård

För åren 2007-2013 finns den Europeiska fiskefonden. Inom ramen för denna kan geografiska områden bilda så kallade särskilda fiskeområden i syfte att utveckla fisket inom dessa. Stockholms skärgård inklusive Östhammars kommun utgör idag ett sådant fiskeområde. För området har det dels bildats en förening och dels författats en strategi för att utveckla fisket inom området. Föreningen heter Fiskefrämjandet Stockholms skärgård och är sammansatt av Skärgårdsstiftelsen, Sportfiskarna region Stockholm, Stockholms Läns Fiskareförbund, Stockholms stad, Sveriges Organiserade Fiskeguider, Östra Svealands Fiskevattenägarförbund och Östhammars kommun.

Strategin för ”Hållbar utveckling av fisket i Stockholms skärgård” baseras på åtgärder som syftar till att:

- *Bevara och utveckla nya arbetstillfällen samt det ekonomiska och sociala välbefindandet.*
- *Öka lönsamheten av fiskeri- och vattenbruksprodukter.*
- *Främja kustmiljöns kvalitet.*
- *Främja nationellt och transnationellt samarbete mellan fiskeområden.*

Inom ramen för fiskefrämjandet Stockholms skärgård drivs många olika projekt men liksom under den förra perioden har projekten stor tyngdpunkt på fiskevård och förvaltning. Få projekt innehåller åtgärder för att stimulera ökat entreprenörskap och inriktning på ökad lönsamhet och fiskeri- och vattenbruksprodukter. De genomförda projekten har hittills inte förmått vända den negativa trenden inom yrkesfisket.

Fiskets framtid på Södra Ostkusten – utveckling eller avveckling?

Länsstyrelserna fick i 2005 års regleringsbrev i uppdrag att ur regionalt perspektiv redovisa utvecklingen av fiskerinäringen på södra ostkusten sedan 1990. Vidare ingick i uppdraget att redovisa de viktigaste bakomliggande faktorerna för utvecklingen samt att föreslå åtgärder för att skapa förutsättningar för ett livskraftigt småskaligt fiske i respektive kustområde.

Länsstyrelserna i Stockholms, Södermanlands, Östergötlands, Gotlands och Kalmar län utförde uppdraget för Södra Ostkusten vilket sammanställdes till en rapport med namnet *Fiskets framtid på Södra Ostkusten – utveckling eller avveckling*.

I rapporten lämnades flera förslag av vilka några kan nämnas

- *Konsekvensanalys av effekter för det småskaliga fisket inför alla beslut som berör fisket.*
- *Aktiv användning av fiskeripolitiken vid fördelning av och tillträde till resursen.*
- *Ökad kunskap om ej kvoterade arter.*
- *Regionalt organ för marknadsföring och utveckling av Östersjöfiskets produkter.*
- *Erkännande av fiskets kollektiva nyttigheter och fiskets plats i planering.*

Länsstyrelsen bedömer att inga av de förslag som länsstyrelserna presenterade har genomförts i praktiken. Merparten av de beslut som fattats har istället gått i motsatt riktning och därför påskyndat återlåtningen av det småskaliga kustfisket i regionen.

Näringens initiativ i form av projekt inom ramen för Kollektiva åtgärder för det småskaliga kustfisket och Fiskefrämjandet Stockholms skärgård har kostat EU och nationella offentliga medel men har inte medfört någon förändring i den nedåtgående trenden i yrkesfisket. Länsstyrelsen bedömer att det krävs ett nytänkande från näringen för att bibehålla ett yrkesfiske längs ostkusten. I förlängningen gäller det för stora delar av det Svenska yrkesfisket. Länsstyrelsen menar att ett sådant nytänkande måste baseras på en omvärldsanalys där fisket själv ser sig som leverantörer av ett av de viktigaste livsmedlen som finns. Det krävs ett större entreprenörskap och att fisket själv värderar fisken, de råvaror som levereras, på sådant sätt den förtjänar.

Mot bakgrund av ovanstående beskrivning har Länsstyrelsen i Stockholm därför initierat projektet Stockholms Fiskmarknad i syfte att generera en nödvändig förändring i fisket. Länsstyrelsens ambition är att nya infallsvinklar och samarbetskonstellationer kan bryta den negativa trenden och underlätta en förnyelse inom näringen.

Länsstyrelsens analys av situationen

Stockholm är den snabbast växande regionen i landet och en viktig kugge i hela Sveriges ekonomi. Landsbygden runt Stockholm och i synnerhet Stockholms skärgård är en del av regionens identitet. Många Stockholmare vistas här under ledigheter och naturen runt stan utgör en viktig källa för rekreation. En fungerande landsbygd kräver en fastboende befolkning med möjlighet till försörjning. Fiske och till fisket kopplade näringar har lång tradition längs ostkusten och i Mälardalen. Trots detta är det idag svårt att hitta fisk från regionen i Stockholm. Många Stockholmare upplever en brist i att det inte går att köpa strömming och torsk från närområdet.

Fisket har, liksom all livsmedelsproduktion, genomgått stora förändringar som lett till storskalighet i både produktion och handel. Förändringarna gör att det småskaliga fisket längs ostkusten för en tynande tillvaro och både flottan och marknaden har genomgått en allt högre koncentration till västkusten. I förlängningen befärar Länsstyrelsen att koncentrationen kommer att fortgå och att den huvudsakliga delen av den storskaliga fiskeflottan kommer ha utländskt ägande och att allt mindre andel av fisken når den svenska marknaden.

Intresset för mat och matlagning har ökat kraftig under senare år. Under 2008 gavs det exempelvis ut 338 kokböcker i Sverige och under 2012 har det sänts ett antal olika matlagningsprogram med höga tittarsiffror. För en stad av Stockholms dignitet är det förväntat att invånare och besökare erbjuds ett brett restaurangutbud av hög klass. En central del i såväl privatpersoners som restauratörers matlagning är tillgång på bra råvaror. Råvarorna är även det som utvecklar matlagningen och har potential att sätta regional och lokal prägel på köket.

Länsstyrelsens hypotes är att det finns stor efterfrågan och betalningsvilja för lokalt och regionalt fiskad fisk med känt ursprung. Vidare att det finns en vilja att bevara fisket i regionen. Den enskilde konsumenten har i dagsläget emellertid ingen möjlighet att genom sin konsumtion styra fiskets utveckling åt det hållet. Projektets målsättning har därför varit att skapa en plats där fisket och konsumenterna kan mötas. Platsen har getts namnet Stockholms Fiskmarknad.

Hållbart fiske inom ramen för Stockholms Fiskmarknad

Ett hållbart fiske omfattar tre dimensioner. Fisket ska vara ekologiskt, ekonomiskt och socialt hållbart. Många gånger uppfattas ett hållbart fiske enbart ur ett ekologiskt perspektiv. Ett bredare hållbarhetsperspektiv innefattar sådant som löpande övervakning av fiskebeståndens ekologiska status, ekonomiska möjligheter för ett lönsamt fiske och ett attraktivt arbetsliv som fiskare. Hållbarhet underlättas avsevärt om det skapas möjlighet till återkoppling mellan de olika dimensionerna.

Inom ramen för projektet Stockholms Fiskmarknad har vi valt att värdera bevarandet av det småskaliga kustfisket längs ostkusten som värdefullt när det gäller definitionen av ett hållbart fiske. En utebliven nyrekrytering av kustfiskare och en förlust av detta fiske är i detta sammanhang inte ett hållbart fiske.

För att fisket ska bli ekonomiskt lönsamt krävs ett större entreprenörskap (och därmed lönsamhet) hos fiskeriföretagaren och förmåga till anpassningar till kundernas efterfrågan. Den sociala dimensionen innefattar bland annat utbildningsnivå, jämställdhetsfrågor samt deltagande i samhällsdebatten och inte minst en god livskvalitet som fiskare. Det senare har även bäring på ett ökat inflytande över förvaltandet av fiskresurserna och därmed ett ansvarstagande för den ekologiska dimensionen avseende ett hållbart fiske. Ett socialt och ekonomiskt hållbart fiske är helt beroende av att fiskbestånden är av god status och att fiskeekosystemen har hög funktionalitet.

Det är först då fisket i regionen kan få den status det förtjänar och värdet av den fisk som finns i regionen kan dels skapa lönsamhet och hållbarhet i fisket samtidigt som attityderna till fisket i regionen kan få en helt annan status än idag. Då skapas en återkoppling från samhället (konsumenterna) till fisket som borgar för ett hållbart fiske innefattande alla tre dimensionerna.

Framtida mervärden

Det övergripande mervärdet är förutsättningarna för återkoppling mellan fisket och konsumenten vilket möjliggör ömsesidigt lärande och utveckling. Det skapas förutsättningar för ett högre konsumentinflytande baserat på kunskaper om fiskets förutsättningar.

Det kommer att skapas goda möjligheter att introducera och återintroducera nya/nygamla arter till allmänheten. Tidigare åts olika arter av karpfiskar i betydligt högre utsträckning än idag. Genom nya recept och introduktioner via kockar och matlagningsprogram i TV finns goda förutsättningar att arter som lake och braxen kan få renässans i det svenska köket.

Genom ett ökat konsumentintresse kan det skapas allianser mellan fisket och konsumenterna vilket kan borge för en större samsyn och bättre förvaltning. Ökade möjligheter till marknadsföring och försäljning kan skapa incitament för ursprungsmärkning av lokala bestånd och fisken. Tidigare var exempelvis Vaxholmsströmmingen ett begrepp i den Stockholmska fiskhandeln.

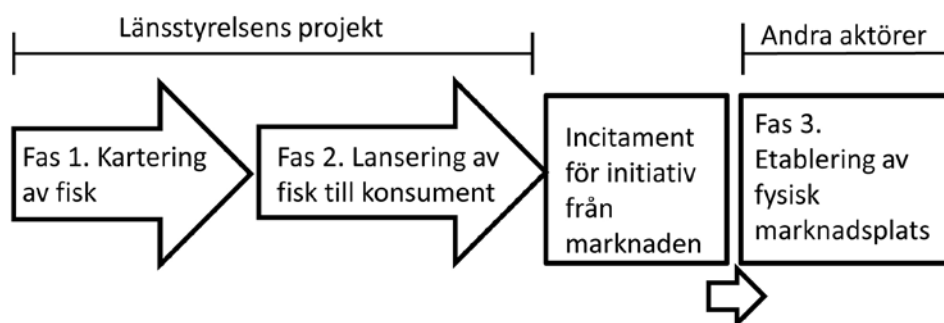
I samband med marknaden finns stora möjligheter till kurser och utbildningar om fisk, beredning och matlagning. Ökad kunskap hos konsumenterna kommer därmed att kunna bli en viktig faktor för kvalitetssäkring av fisken på marknaden.

På Skarvens Kulinariske Teater, en av Norges mest exklusiva fiskrestauranger belägen i Tromsø, kliver besökaren rakt in i köket och möts av orensad fisk. Besökaren bjuds på en helkväll bestående av tillvaratagande av fisken, snabbkurs i hur man skär sushi på torsk samt mot slutet en middag tillagad av kockar som stått för både information, kurs och matlagning under kvällen. Så skapas en helhetsupplevelse baserad på fisk som råvara. Priset för en sådan helkväll är naturligtvis högt. Det finns hög betalningsvilja för högklassiga råvaror och konsumtion av högklassig mat med egen identitet. Genom Stockholms Fiskmarknad skapas utomordentliga förutsättningar att möta sådan efterfrågan.

Metod

Länsstyrelsens projekt baseras på en idé att lansera en produkt för konsumenter och därigenom skapa incitament och visa möjligheterna för en marknad. Produkten är i detta fall regionalt producerade fiskprodukter och konsumenterna är miljömedvetna Stockholmare som är intresserade av fisk som råvara.

Projektet har baserats på ett antagande att fiskprodukterna finns, att de inte är tillgängliga för konsumenterna idag samt att det finns ett stort konsumentintresse för produkterna. Projektets genomförande baserades på två faser vilka dels avsåg att bekräfta antagandena samt dels lansera idén för producenter och konsumenter. Länsstyrelsens bedömning är att det därigenom skapas starka marknadsmässiga incitament att koppla producenter och konsumenter och därigenom driva en lönsam verksamhet (Figur 3).



Figur 3. Schematisk bild över projektets genomförande

Under förutsättning att de ingående förutsättningarna är likartade kan Länsstyrelsens metod användas både för andra delar av landet samt för andra typer av produkter. Det är fullt möjligt att tänka sig en Ölands Fiskmarknad, Sorsele Renmarknad eller Borlänge Bärmarknad. Det avgörande är att det finns tillräcklig många intresserade producenter med tillräcklig volym produkter, en efterfrågan hos konsumenter samt att det därigenom kan skapas ekonomiska incitament för en marknadsplats där produkterna kan kanaliseras. Med ökad efterfrågan på bra råvaror kommer förutsättningarna för genomförande av liknande projekt framgent sannolikt förbättras. Det som gör Stockholm unikt är mängden potentiella konsumenter. Det innebär att föreliggande projekt kunnat genomföras i relativt stor skala. Den helt avgörande framgångsfaktorn är emellertid intresset hos producenter och tillgången på produkter.

Länsstyrelsen har haft en fysisk marknadsplats som en uttalad målsättning med projektet. Även om etableringen av en sådan legat utanför projektet har

det varit avgörande att ha en tydlig målbild att förmedla till producenter och potentiella konsumenter samt i ett senare skede till investerare och entreprenörer. Det har därför lagts stor tonvikt på den övergripande målsättningen samt att försöka skapa en identitet som baseras på producenterna och produkterna.

Regionalt producerad fisk

Länsstyrelsen bedömde redan från början att fiskproduktionen var för liten i Stockholms län för att skapa ett tillräckligt starkt ekonomiskt incitament för en marknadsplats. Länsstyrelsen valde därför att arbeta med samma definition som använts inom konceptet Bondens marknad. Där har 25 mil använts för att definiera lokala råvaror. För Stockholms innerstad innebär det ett upptagningsområde som sträcker sig längs kusten från ungefär Söderhamn till Västervik inklusive Gotland och områdena runt Hjälmaren och Mälaren.

Andra exempel som fungerat som pedagogiska underlag

Inom ramen för projektet har målbilden i form av en fysisk marknadsplats varit tydlig i all kommunikationen. För att ytterligare förstärka målbilden har den exemplifierats med liknande marknadsplatser. Från dessa exempel har det även plockats delar som varit framgångsfaktorer. Exempelen har använts vid seminarier och workshops i syfte att inspirera och visa att liknande projekt genomförts tidigare.

Seattle i USA

Seattle i USA är ett exempel där både fisk- och lantbruksprodukter hittat nya avsättningskanaler genom billigare distributionslösningar och en specialiserad avsättningskanal. Idag har Seattle ca 8 olika dagligvaruaktörer samt en uppsjö av restauranger som har specialiserat sig på lokalproducerade mat. Utvecklingen startade med "the Pike Place Market".

På "Pike Place" har fiskaren satts i fokus och konsumenter ges möjlighet att åka ut på fisketur med fiskaren, investera i matrelaterade verksamheter, eller i marknadsplatsen själv. Projektet har rönt ett stort mediegenomslag vilket skapat direktrelation med tusentals konsumenter. Detta har möjliggjort ett nätverk av dagligvaruhandelsaktörer och restauranger som vuxit fram i takt med ökad produktion och fångster från fiskarna och matproducenterna.

Bondens Marknad

Stockholms bästa exempel av en liknande katalysator är Bondens egen Marknad. Innan marknaden startade var det nästan omöjligt att hitta lokalproducerade mat i Stockholm. Genom att skapa en egen distributionslösning samt avsättningskanal kunde lantbrukaren behålla en större del av intäkten själv, garantera en unik kvalitet (skördade samma morgon) samt ge ett resonligt pris till konsumenten. Bondens egen Marknad har nu spridits över

hela Sverige och har agerat som en katalysator för introduktionen av närproducerat i butiker och restauranger.

New York Green Market

De vanligast förekommande fiskarterna finns överhuvudtaget inte att köpa i handeln. Exempelvis så finns det efterfrågan på karpstad fisk som braxen, sutare med mera. New York Green Market är ett bra exempel på lansering av nya okonventionella produkter. Genom ett samarbete med köksmästare uppmanade New York-bor att börja äta lokalproducerade grönsaker som kinesiska bladväxter t.ex Pak Choy och Bok Choy. Dessa växter är köldtåliga och har en längre växtsäsong än mer konventionella produkter. På det sättet kunde man förlänga säsongen på lokalproducerade grönsaker i New York och öppna en ny marknad för en hittills okänd produkt.

Jersey Fresh

”Jersey Fresh” i USA är ett exempel på ett statligt initiativ som uppmanade Jerseybor att äta färska lokalproducerade grönsaker. En stor del av arbetet ligger i att uppskatta volymer av lokal producerad mat, fördela produktionen över Jersey State samt kommunicera till befolkningen var lokalproducerade mat finns att tillgå samt fördelarna med att handla lokalproducerad mat.

Skälen till kommunal/statlig inblandning var här fördelar för lokala lantbrukare, lokalsamhället, lokalt näringsliv och folkhälsan. Innan projektet var grönsaksätandet på en låg nivå och det som konsumerades importerades utifrån medan grönsaker och produkter från Jersey ofta exporterades till andra områden. Detta orsakade ett utflöde av potentiella intäkter från regionen. Sedan projektet startade har försäljningen av lokala produkter mer än fördubblats. Lantbrukare har fått en snabb och stor omsättning på sina produkter och ett jämn och stadig efterfrågan.

Genomförande

Projektet har genomförts i två faser. Den tredje fasen, etablering av den fysiska marknadsplatsen, ligger utanför projektet. Det övergripande målet har hela tiden varit att skapa förutsättningar för en fysisk marknadsplats för regionalt producerade fiskprodukter som uppfyller hållbarhets- och kvalitetskrav som svarar mot konsumenternas önskemål och betalningsvilja.

Fas 1. Kartering av fisk och fiskare

Eftersom fisken och fiskaren varit helt avgörande har stort fokus lagts på denna del av projektet. Karteringen har genomförts genom personliga intervjuer med ett stort antal fiskare. I området finns ca 190 yrkesfiskare (beroende på var man sätter de 25 milen). Från början gjordes ett urval fiskare med utgångspunkt från den kunskap som fanns inom projektet. Urvalet baserades bland annat på var fiskaren bedrev sitt fiske, ålder, inriktning på fisket och ungefärliga årsfångster. Ett urvalskriterium har även varit kön

men det har dessvärre visat sig svårt att få fram och profilera kvinnliga fiskare.

Fiskarena besöktes antingen hemma, i sjöboden, fiskestugan eller om det fanns någon samlingslokal i anslutning till fiskeplatsen. I de senare fallen förekom att flera fiskare samlades för intervju. Men det eftersträvades att träffa fiskarena en och en för att undvika lojalitetskonflikter och andra onödiga diskussioner som kunde flytta fokus från huvudfrågeställningarna.

Det var fiskarens egna uppfattningar om den egna verksamheten som efterfrågades och inte fiskets övergripande problem och förutsättningar. Eftersom karteringen utfördes av personal från Länsstyrelsen fanns hela tiden risk att diskussionen flyttade fokus från den egna fiskarens förhållanden till hela fiskets förutsättningar i stort. Det senare har inom ramen för projektet betraktats som ointressant.

Att utföra karteringen genom pappersenkäter, per telefon eller genom annan mindre personalintensiv metod ansågs inte som en framkomlig väg eftersom personliga möten och möjlighet till ömsesidig kommunikation sågs som en avgörande framgångsfaktor. Visserligen har viss kommunikation skett per telefon men denna har varit av mera kompletterande karaktär där fiskarena på förhand känt till projektet, dess syfte och målsättning.

Vid intervjutillfället föredrogs projektets målsättning och syfte före intervjuerna och den efterföljande diskussionen om respektive fiskares verksamhet. Det var en uttalad strategi att alla fiskare skulle få så likalydande information som möjligt. På förhand fanns därför både informationsmaterial och ett omfattande intervjuguide framtaget och som gicks igenom vid varje intervjutillfälle. En intervju tog oftast 1-3 timmar beroende på intresset hos fiskaren. Det vill säga att den som från början visade stort ointresse tog kortare tid än med den fiskare som var intresserad och ställde följdfrågor.

Resultatet från intervjuerna återkopplades löpande till projektet vilket innebar kontinuerlig uppdatering av målsättning och inriktning. En väsentlig del var även att återkoppla och löpande förankra resultatet från intervjuerna och vid behov revidera innehållet för att anpassa det till fiskets uppfattningar om projektet. Fiskarens synpunkter kom därmed att redan från början påverka slutresultatet.

Frågeformuläret innehöll utöver kontaktuppgifter frågor som:

- Vilka arter fiskar du idag?
- Finns det andra arter du har möjlighet att fiska?
- Var/vem köper fisken idag?
- Vad får du betalt?
- Är du intresserad av att sälja fisken i Stockholm istället?

- Vilka förutsättningar är i sådana fall viktigast för dig?
- Är du intresserad av att marknadsföra dig och ditt fiske i samband med försäljning av fisken?
- Har du egen förädling?
- Har du annat att erbjuda i anslutning till ditt fiske, t.ex. stuguthyrning?

Svaren från intervjuerna har sammanställts i en databas där all information finns samlad. Med utgångspunkt från denna finns möjlighet till kompletterande studier även om upplägget är helt anpassat till projektets frågeställningar. Eftersom det innehåller personuppgifter måste det anonymiseras vid eventuell spridning.

Vid sidan av karteringen etablerades kontakt med intressenter i Stockholm. Detta skedde främst genom att materialet presenterades löpande vid seminarier och möten samt att aktörer själva tog kontakt efter att ha hört talas om projektet. En bidragande anledning till det senare var att projektet gavs visst utrymme i media utan att det var en uttalad arbetsmetod.

Vid årsskiftet 2011/2012 gjordes en avstämning av resultatet från det karteringsarbete som utförts ditintills. Avstämningen gjordes dels i förhållande till fiskarens intresse för projektet och dels i förhållande till hur mycket fisk som fanns tillgängligt. Om intresset från fisket hade bedömts som litet och/eller det bedömdes finnas för lite tillgänglig fisk hade projektet avslutats med det resultatet. Fiskets intresse bedömdes emellertid som tillräckligt stort liksom volymerna av tillgänglig fisk för att gå vidare.

Fas 2. Lansering av fisk till konsument – skapa förutsättningar för Stockholms Fiskmarknad

En förutsättning för en fiskmarknad är dels att det finns fisk och dels att det finns intresserade köpare av fisken. Fisken är det väsentliga varför huvudfokus i projektet legat där. Men det är även av stor betydelse att skapa en identitet för produkten för att underlätta kommunikation till konsument och eventuella investerare och entreprenörer.

Inom ramen för Fas 2 av projektet genomfördes en analys av resultaten från Fas 1. Denna avsåg dels den inventerade fisken och dels de fiskare som uttryckt intresse att leverera fisk. Analysen genomfördes genom återkopplingar och dialog med enskilda fiskare samt framtagande av presentationsmaterial som användes i dialogen med fisket. Materialet användes även för information i andra sammanhang.

Dialogen med fisket och andra intressenter genomfördes genom workshops där målsättningen var att formulera regelverk, kravspecifikation samt underlagsmaterial för samarbetsavtal mellan fiskare och en tänkt Stockholms Fiskmarknad. Dessa workshops genomfördes i tre steg med ambition

att återkoppla till samtliga intresserade fiskare. Deltagare från fisket valdes med utgångspunkt från geografisk hemvist samt intresse för projektet.

En väsentlig del av Fas 2 har varit kommunikation och målsättningen var att formulera att kommunikationsstrategi med en därtill kopplad kommunikationsplattform och webbplats. Till webbplatsen finns även en koppling till en Facebook sida där målsättningen är över 1000 ”gilla”. Genom detta finns möjlighet att även fortsättningsvis kommunicera intresserade konsumenter. Detta kan vara av stort värde för framtida kommunikation och marknadsföring.

I kommunikationsstrategin har det varit av betydelse att knyta viktiga ”matpersonligheter” till projektet. Det finns många framgångsrika utländska projekt där ett samarbete med köksmästare, restauranger och media har skapat en efterfrågan för produkter som tidigare var förbisedda, eller hade lägre försäljningssiffror. Under fas 2 har tre sådana aktörer visat stort intresse för projektet. De är av olika karaktär men är inom sitt område ledande inom restaurangbranschen i Stockholm. De är även av den karaktären att de sätter dagordningen för många andra aktörer inom branschen och kan därmed definieras som nyckelpersoner i samband med lanseringen.

Resultat

Resultatet från projektet redovisas avseende den karterade fisken, fiskets intresse, sammanfattningar från workshops samt vilka insatser som gjorts för att lansera projektet för allmänheten. I Slutrapporten kommer det även redovisas ett resultat av allmänhetens intresse att köpa fisken samt genomslag i media.

Resultat av Fas 1

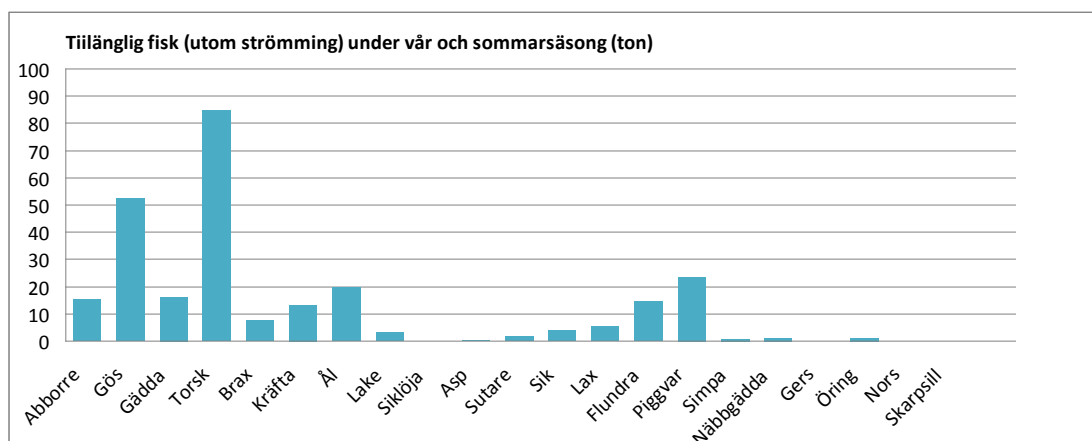
Karteringen visade att det var 75 fiskare som bedömdes vara mycket intresserade av att leverera fisk till Stockholms Fiskmarknad (Tabell 1). Av dessa är 38 kustfiskare och 37 insjöfiskare.

Tabell 1. Antal intresserade fiskare per område

Område	Antal
Insjö	37
Gävleborg	9
Stockholm	15
Sörmland och Östergötland	4
Gotland	10
Totalt	75

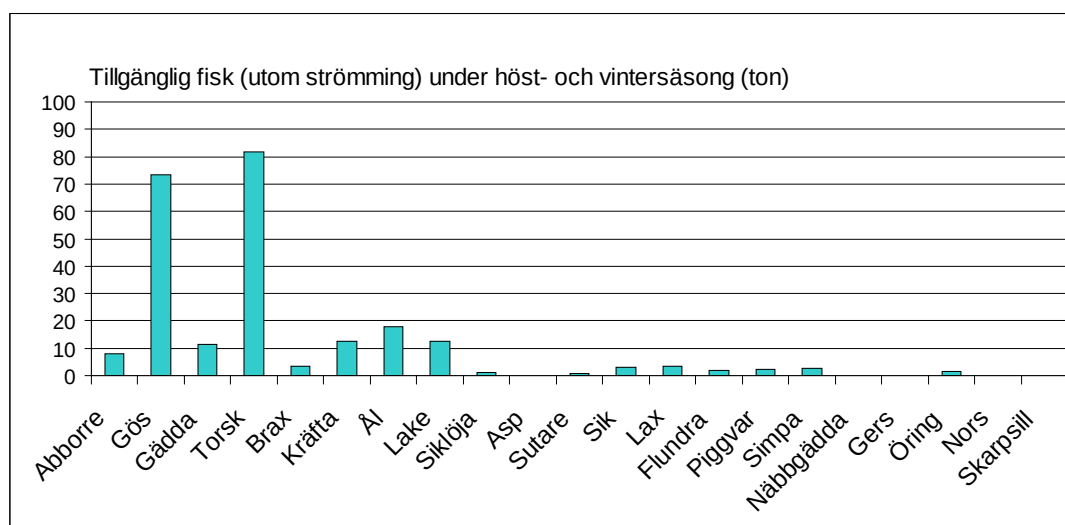
Utöver dessa finns ett 20-tal som uppger sig vara intresserade men att det krävs mer uppgifter om fiskmarknaden före ett mera definitivt ställnings-tagande.

Totalt kunde dessa fiskare leverera 1 132 ton fisk på årsbasis. Av denna mängd utgjorde strömming 627 ton och övrig fisk 505 ton. Dessa siffror ska betraktas som storleksordningar eftersom de utgörs av en blandning av vad man fiskar idag och vad man skulle kunna tänka sig att fiska i framtiden under förutsättning att det finns avsättning och distributionslösningar samt och att priset för den landade fisken är intressant. De priser som diskuterats med fiskarena har varit högre än vad som betalas idag men ändå inga överpriser i förhållande till vad fisken kostar i konsumentledet. Datamaterialet är nedbrytbart i områden och årstid men här redovisas enbart den säsongs-mässiga variationen mellan arter.



Figur 5. Tillgänglig fisk (förutom strömming) under vår- och sommarsäsongen

Under vår- och sommarsäsongen finns det 563 ton fisk varav 295 ton strömming och 268 ton annan fisk (figur 6). De arter som dominerar är torsk, gös, piggvar, abborre och ål. Andra intressanta arter är gädda, flundra (skrubbskädda) och näbbgädda. Den senare är en art som ökat i förekomst under senare år och som endast fiskas i liten utsträckning i dagsläget.



Figur 6. Tillgänglig fisk (förutom strömming) under höst- och vintersäsongen

Under höst- och vintersäsongen finns totalt 569 ton fisk varav 332 ton strömming och 237 ton övrig fisk. Under höst- och vintersäsongen dominerar torsk och gös (figur 7). Under vintern bedrivs även fiske efter lake som är en underskattad matfisk med höga kulinariska värden.

Vissa arter fiskas endast i liten omfattning och kvantiteten är svår att se i figurerna. Men av arter som nors, skarpsill, sutare och gers finns mycket goda förutsättningar för ett ökat fiske om efterfrågan finns hos konsumenterna.

Som framgår ovan är tillgången på strömming stor. Det är i dagsläget svårt att bedöma avsättningen av de kvantiteterna inom ramen för Stockholms Fiskmarknad. När det gäller övriga arter är bedömningen att efterfrågan sannolikt kommer att överstiga tillgången. För en eventuell aktör som kommer att driva marknaden kommer det att vara en svårighet att hitta rätt balans mellan tillgången på strömming och övrig fisk. Det gäller såväl samarbetsavtal med fiskare som avsättningen till konsument.

Resultat av Fas 2

Under våren 2012 anordnades 3 workshops. Deltagande var utöver projektledning och konsulter även ett urval fiskare som representerade hela det geografiska området, personer med god kunskap om distribution, personer från restaurangbranschen i Stockholm samt andra med specifik kompetens inom områden som bedömts viktiga för projektets genomförande.

Inom ramen för projektet har målbilden varit fokus och varit grunden för hur arbetet strukturerats. Nulägesanalysen har lagt grunden för målbilden och formulerandet av lämpliga åtgärder. Detta har löpande återkopplats till fisket och andra nyckelaktörer.

SWOT-analys

En målsättning har varit att definiera projektets styrkor och svagheter internt samt externa möjligheter och hot. Detta genomfördes genom gemensamma diskussioner vilket sammanfattas i nedanstående tabeller.

För projektet har det varit av stort värde att ha materialet från de personliga intervjuerna som faktaunderlag. Detta eftersom fisket ofta tenderar att diskutera fiskets generella svårigheter där kollektivets röst i princip alltid överröstar den enskilde fiskarens uppfattning. För ett projekt som detta är de kollektiva svårigheterna många gånger ointressanta eftersom det är fokuserat på den enskilde fiskarens förutsättningar och möjligheter snarare än fiskets kollektiva svårigheter. Projektet hade ingen ambition att vare sig diskutera eller lösa det senare.

En viktig aspekt i projektet har istället varit att skapa möten mellan yrkesgrupper och discipliner som normalt aldrig träffas och med begränsade kunskaper om de olika specifika verksamheternas förutsättningar. Diskussionerna har i sig skapat intressanta frågeställningar som inte uppkommit utan dessa möten. Mötena har haft stort värde i sig och med utgångspunkt från dessa erfarenheter bör det skapas nya arenor för utvecklandet av de areella näringarna. När det gäller fisket avses framförallt yrkesfiskarna och yrkesgrupper med hög kompetens och intresse om och för råvaror.

Det har varit ett egenvärde för projektet att sammanföra praktiker från olika områden som exempelvis producenter, restaurangnäring, marknadsföring och distribution. Vid genomförande av liknande projekt bör sådana kon-

stellationer eftersträvas för att skapa en kunskaps- och erfarenhetsbaserad dialog. Inom ramen för projektet har det inte varit något aktivt deltagande från akademien eller strikt teoretiskt orienterad kompetens. För projektets genomförande bedöms inte detta ha varit någon nackdel eftersom fokus inte varit av teoretisk eller akademisk karaktär. Ett allt för teoretiskt angreppssätt kan istället ha försvårat genom att flytta fokus från projektets övergripande målsättning. Det har heller inte funnits representanter från fiskeriförvaltningen annat än Länsstyrelsens personal. Även detta måste betraktas som en förutsättning för konstruktiva diskussioner där inte fokus flyttas från projektets mål och syfte. Vid några tillfällen har projektet diskuterats med fisket i mera ”vanliga” sammanhang. Diskussionen har då varit allt annat än konstruktiv och fokus har flyttats till fiskets kollektiva problem istället för möjligheterna som kan skapas inom ramen för projektet.

Vid workshoparna har diskussionerna istället förstärkt projektets målbild och skapat förutsättningar för en konkret dialog kring de styrkor och svagheter som kan identifieras liksom de externa möjligheterna och hoten. Konkretiseringen har i alla avseenden underlättat diskussionen mellan de deltagande aktörerna.

SWOT-analys internt

Styrkor	Svagheter
Unik kunskap, fiske i generationer	Få fiskare på vissa arter
Yrkesstolthet	En del fiskare står och faller med en art
Nätverk och kontakter mellan fiskare	Fiskestopp i ett helt område minskar utbudet och ger sedan en topp
Vilja att överleva och utveckla fisket	Långa transporter och få avsättningskanaler
Hög kvalitet	Ojämn tillgång och ojämna leveranser
Närproducerat	Beroende av uppköpare med monopol – svårt att binda upp sig innan marknaden finns – risk att förlora sin trygghet
Miljövänligt, klimatsmart, uthålligt fiske	Inga 1:a hands mottagare
Kvantitet finns väl dokumenterad (statistik)	Sammanblandas med storskaligt fiske
Strömning utnyttjad – 500 ton/år kan nå marknaden	Inga nya fiskare (generationsskifte)
Närhet till marknaden	Fiskare är individualister
Goda förutsättningar för distribution (i vissa områden)	Långa avstånd gör det svårt att samarbeta
Konsumentmakt – intresset finns	Ojämn prissättning mellan olika arter
Efterfrågan och betalningsförmågan finns	MSC-märkning – kostsamt att ta till sig för konsumenterna
De som disponerar/arrenderar sitt vatten kan hålla en hög kvalitet	

De företrädare som inte representerade fisket hade generellt sett lättare att formulera både de interna styrkorna och de externa möjligheterna medan fisket företrädare gärna formulerade de interna svagheter men framförallt de externa hoten.

SWOT-analys externt

Möjligheter	Hot
En egen marknad och butik ger inflytande	Starka lobby-organisationer (WWF, Greenpeace, Coop m.fl.)
Påverka politiken genom konsumenterna	Okunskap bland allmänhet och beslutsfattare
Förädling av fisken	Det storskaliga fisket och att konsumenter och beslutsfattare inte gör skillnad på det och småskaligt, uthålligt fiske
Mer samarbete mellan fiskare	Nya förbud och regelverk gör det svårt att överleva som fiskare
Lära konsumenter om skillnaden mellan färsk fisk och storskaligt fiske/importerad fisk	Kustfisket kan inte skifta efter säsong p.g.a. Regelverk
Allmänhetens syn på fisket och fiskare kan förändras genom kunskapsspridning	Säl och skarv
Jämnare priser mellan olika arter	Kärnkraftverks utsläpp* av varmvatten påverkar fisket samt fiskdödlighet m.m. i vattenkraftverks-dammar
MSC-märkning och få in märkning i de befintliga systemen	Stormarknader – konsumenter låter priset styra

**avser fisket längs upplandskusten i närheten av Forsmark*

Det var större samförstånd gällande analysen av de interna styrkorna och svagheter. Avseende de externa möjligheterna och hoten hyste yrkesfiskets företrädare en avsevärt större misstro gentemot andra aktörer. Av erfarenhet från liknande projekt och hur näringen framställs i media finns en stark misstro mot andra samhällssektorer. Genomgående för projektet har varit ett oförstående från fiskets aktörer över den entusiasm som funnits hos företrädare för andra discipliner. Även om entusiasmen för fisket och fisken baserats på strikt professionellt marknadsmässiga antaganden har de från fisket bemöts med stor skepsis.

USP – unika försäljningsmöjligheter

En viktig aspekt för projektets genomförande är marknadsföringen och att produkterna kan uppvisa unika egenskaper som underlättar kommunikation med potentiella konsumenter. Sådana USP (unika försäljningsmöjligheter) definierades vid workshoparna och kan sammanfattas som:

- Färskhet
- Ansiktet bakom fisken
- Nära kunden
- Hållbart fiske
- Unika arter
- Unik kunskap
- Få fiskare ”Rödlistad art”
- Fisksäsonger
- Nya arter
- Transparens

Detta uppfattades som unika egenskaper som ingen annan fisk i svensk handel idag kan uppvisa. Flera av dessa egenskaper är av "mjuk" och subjektiv karaktär varför projektet valde att lägga huvudfokus på färskhet vilket är lätt att kommunicera och för konsumenter att förstå. Andra värden har även stor betydelse för projektets identitet och bör därför på olika sätt kommuniceras. En viktig aspekt är spårbarheten som avsevärt kommer att förenklas och som skapar unika möjligheter för en transparens i alla led vilket på alla möjliga sätt bör användas i kommunikation med konsument. Bland annat bör detta ligga till grund för de tekniska hjälpmedel som finns till hands. För ett hållbart fiske är transparens och återkoppling mellan konsument och producent viktiga egenskaper.

Regelverk för fiskare, marknad och distributörer

Vid workshops diskuterades regelverk för fiskare, marknad och distributörer. Målsättningen var framförallt att ge fisket möjlighet att redan från början påverka formulerandet av förslag till samarbetsavtal mellan fisket och en eventuell marknadsplats. Att upprätta sådana förslag var en av projektets målsättningar.

Det uttrycktes skepsis till förutsättningen att driva en fiskmarknad med enbart den fisk som finns inom regionen. Det framfördes exempelvis synpunkter om att marknaden inte borde begränsas till fisk från en 25-milsradie utan istället hantera fisk från hela Sverige samt att det åtminstone borde finnas skaldjur från västkusten för att attrahera kunder. Andra menade att det unika med Stockholms Fiskmarknad är att det enbart är fisk från området samt att de begränsningar det utgör kan vara en tillgång. Att det skapas unicitet genom att tillgången på fisk helt styrs av fisket för dagen. Att risken att ett fiskslag kan vara slut kan vara en fördel istället för en nackdel samt att det skapar helt nya möjligheter att tillvarata fisken som råvara.

Eftersom spårbarhet och fiskens kvalitet är centrala begrepp i projektet lades stor vikt vid dessa frågor under diskussionerna. Fisket själv förespråkade ett stort mått av självkontroll avseende hygien och bevarande av den landade fiskens kvalitet. Samtidigt efterlystes ett system för att särskilja respektive fiskares fisk på handelsplatsen. När det gäller större fisk utgör det inget problem att t.o.m. märka varje enskild fisk med relativt enkla metoder. Det är betydligt svårare gällande exempelvis strömming, särskilt om det handlar om större volymer.

Oavsett märknings- och kontrollsystem för fisket och distributören bygger hela systemet på förtroende och transparens. Samtidigt krävs även en hög kompetensnivå hos de som kommer att arbeta med fisken på marknadsplatsen samt även att konsumenternas kunskapsnivå gällande dessa frågor höjs. Det framfördes därför önskemål om gemensamma utbildningar samt mera specialiserade utbildningar för olika delar i kedjan från fiskare till konsu-

ment. En hög grad av transparens och egenkontroll i kombination med märkningssystem, ömsesidigt förtroende samt ökad kunskap i alla led sågs som framgångsfaktorer för hög kvalitet på fisken.

Föreningen Stockholms Fiskmarknad

Vid sidan av projektet har fisket själv bildat en förening vars ändamål är att för medlemmarnas räkning vara delaktiga i förhandlingar och kontinuerlig kommunikation med de parter som på kommersiella grunder har för avsikt att starta en fiskmarknad. Men det är upp till marknaden och dess ägare att förhandla och sluta avtal med varje enskild fiskare.

Länsstyrelsen bedömer att det är ett nödvändigt initiativ från fiskerinäringen. Länsstyrelsens projekt avslutas 2012 och det finns därmed en osäkerhet för vad som kommer att ske. Om marknadsintresset är stort finns i och med föreningen en samtalspart vilket borgar för att Stockholms Fiskmarknad kan bli verklighet. Om inte fisket förmår möta intresset från allmänhet och marknad faller den grundläggande förutsättningen för Stockholms Fiskmarknad.

Kommunikationsplattform

Kommunikationsplattformen innehåller bland annat grafisk profil, logotyp (figur 7), webbplats (www.stockholmsfiskmarknad.se) samt diverse annat marknadsföringsmaterial. På webbplatsen finns en länk till en Facebook sida med möjlighet att "gilla". Material har publicerats löpande på Facebooksidan medan webbsidan hållits inaktiv fram till lanseringen av projektet till konsument.

Bakom webbsidan finns verktyg för att underlätta kommunikationen mellan fisket och en eventuell marknadsplats. Tanken är att fiskaren på enkelt sätt (med modern teknologi genom smartphones) ska kunna kommunicera med marknaden och konsumenten. Då skapas en minutiös spårbarhet och ett stort mervärde för konsument.



Figur 7. Projektets logotyp

För lanseringen av projektet har det producerats ett magasin med information om projektet. Det innehåller illustrationer över tillgänglig fisk och hur marknadsplatsen kan komma att se ut. Den innehåller även intervjuer med fiskare och annan information som bedömts intressant för att väcka konsu-

menternas intresse för projektet. Ett genomgående tema för magasinet är *storytelling* där inblandade i projektet målas i personliga porträtt.

Lanseringen kommer i huvudsak ske under en dag vilken förhoppningsvis kommer att ges utrymme i media. Det kommer att genomföras en pressträff på en känd restaurang i Stockholm där projektet presenteras för landsbygdsministern samt representanter för kommun och landstingspolitiken. Under eftermiddagen kommer Stockholmare att erbjudas fisk från regionen till det pris fisket får i förstahandsledet. Fisken kommer att försälas på Stureplan i city samt vid Nytorget på Södermalm.

Dagen avslutas med att projektet presenteras för en rad marknadsaktörer samt företrädare för både privata och allmänna fastighetsägare med potentiella lokaler för Stockholms Fiskmarknad.

I och med det avslutas Länsstyrelsen i Stockholms projekt Stockholms Fiskmarknad. Det är då upp till fiskarena och marknaden att realisera Länsstyrelsens vision.

Resultatet av fas 2 kommer att bedömas med utgångspunkt från uppmärksamhet i media samt intresse från potentiella konsumenter. Intresset kommer bland annat att mätas i antalet ”Gilla” på Facebook. Om du som läsare inte redan har gjort det finns möjligheten på www.facebook.com/stockholmsfiskmarknad.

Det kommer även att göras en bedömning av sannolikheten att Stockholms Fiskmarknad kommer att bli verklighet. Dessa resultat kommer att levereras under slutet av 2012 i samband med Länsstyrelsen slutrapport av projektet.

Länsstyrelsens rapportserie

Utkomna rapporter under 2012

1. Väggmossan avslöjar spridning av metaller – provtagning 2010 i Stockholms län, avdelningen för miljö
2. Arkeologiskt program för Stockholms län, avdelningen för miljö
3. Uppföljning av polismästarnas chefsråd i Stockholms län, avdelningen för social utveckling
4. Värna, vårda, visa – ett program för bättre förvaltning och nyttjande av skyddade naturområden i Stockholms län 2012-2021, avdelningen för miljö
5. Kartering av limniska naturvärden – Lovön, Kårsön och Fågelön med flera öar 2011, avdelningen för miljö
6. Rekreationsanalys – Lovön - Kårsön med omgivande öar, avdelningen för miljö
7. Inventering av potentiellt värdefulla ängs- och betesmarker på Lovön 2011, avdelningen för miljö
8. Försurningsläget i Stockholms läns sjöar – plan för åtgärder 2011-2015, avdelningen för miljö
9. Innovationsstödjande aktörer i Stockholmsregionen, avdelningen för tillväxt
10. Klimat- och energistrategi för Stockholms län, avdelningen för miljö
11. Makrofytter i Mälaren 2011, avdelningen för miljö
12. Styrel i Stockholms län – planeringsprocessen 2011, avdelningen för samhällsskydd och beredskap
13. Regional miljöövervakning av grundvatten påverkat av jordbruk och/eller tätort, avdelningen för miljö
14. Unga som varken arbetar eller studerar – så många är de i Stockholmsregionen, avdelningen för tillväxt
15. Mjukbottenfauna i Stockholms skärgård – regional miljöövervakning 2011, avdelningen för miljö
16. Läget i länet – bostadsmarknaden i Stockholms län 2012, avdelningen för social utveckling
17. Infrastrukturens och bostädernas betydelse för innovation och tillväxt i Stockholmsregionen, avdelningen för tillväxt
18. Bostadsmarknadsenkäten Stockholms län 2012, avdelningen för social utveckling

19. Heroiska män och pålästa kvinnor – en förstudie av det företagsfrämjande systemet i Stockholms län, avdelningen för tillväxt
20. Växtplankton i 33 sjöar i Västmanlands, Stockholms och Dalarnas län 2011 – klassificering av ekologisk status, avdelningen för miljö
21. Det slutar inte vid 65 – en rapport om äldre våldsutsatta kvinnor, avdelningen för social utveckling
22. Överdäckningar – en kunskapsöversikt, avdelningen för samhällsskydd och beredskap
23. Fågelskär i Mälaren 2012, avdelningen för miljö
24. En GPS för Stockholmsregionens innovationssystem, avdelningen för tillväxt
25. Internationella exempel på regionalt innovationsarbete, avdelningen för tillväxt
26. Stockholm 2013 – full fart framåt!, avdelningen för tillväxt
27. Barn utsatta för människohandel – en nationell kartläggning, avdelningen för social utveckling
28. Risk- och sårbarhetsanalys 2012 – klarar Stockholms län krisen?, avdelningen för samhällsskydd och beredskap
29. ”Stockholms fiskmarknad” – delrapport, kartläggning, avdelningen för landsbygd

”

Länsstyrelsen arbetar för att
Stockholmsregionen ska vara
attraktiv att leva, studera, arbeta
och utveckla företag i.



EUROPEISKA UNIONEN
Europeiska fiskerifonden
- En satsning på hållbart fiske -

*Mer information kan du få av Länsstyrelsens
avdelningen för lantbruksfrågor
Tfn: 08- 785 40 00 (vxl)*

*Rapporten finns endast som pdf på vår webbplats
www.lansstyrelsen.se/stockholm/publikationer
ISBN 978-91-7281-520-9*

Adress

*Länsstyrelsen i Stockholms län
Hantverkargatan 29
Box 22 067
104 22 Stockholm
Tfn: 08- 785 40 00 (vxl)
www.lansstyrelsen.se/stockholm*