Nr 11 | Herbst/Winter 2014
ISSN 2363-3123

farnet MAGAZIN

Die Zukunft gestalten

Europäische Kommission

DE

Inhalt

Fotos (Seiten):
GAC Alto Minho (1, 9, 15, 16), Europäische Kommission (3), Jean-Luc Janot (5, 12, 13, 15, 17, 19, 23, 33), FARNET-Unterstützungsstelle (5, 19, 27, 29, 32), KAG i Österbotten (6), Giuseppe Scordella (8), Partnerstwo dla Doliny Baryczy (10), Kook Proof (11), Câmara Municipal de Viana do Castelo (14), Vianapesca (15), Tonis Aljas (22), Hiiumaa Mudeliklubi (23), MTÜ Hiiukala (24, 25), Tarmo Rajang (24), Tuuli Tammla (26), Fiskefrämjandet Stockholms Skärgård (28), GAL Litoral Costa de l'Ebre (34).

Titelseite: Ein Fischer beim Netzflicken (Gebiet der FLAG Litoral Norte, Portugal).

Journalisten:
Jean-Luc Janot, Eamon O'Hara.

Weitere Autoren:
Urszula Budzich-Tabor, Monica Burch, Yves Champetier, Serge Gomes da Silva, John Grieve, Sabine Kariger, Paul Soto, Lorena van de Kolk, Gilles van de Walle.

Herstellung:
DevNet geie (AEIDL/Grupo Alba) / Kaligram.

Kontakt:
FARNET Magazin, FARNET-Unterstützungsstelle,
Rue de la Loi 38, boîte 2
B-1040 Brüssel
+32 2 613 26 50
info@farnet.eu
www.farnet.eu

Das FARNET-Magazin wird von der Generaldirektion für Maritime Angelegenheiten und Fischerei der Europäischen Kommission herausgegeben. Es wird auf Anfrage kostenlos zugestellt.

Das FARNET-Magazin erscheint halbjährlich in englischer, französischer, deutscher und spanischer Sprache.

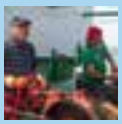
Presserechtlich verantwortlich: Der Generaldirektor, Generaldirektion für Maritime Angelegenheiten und Fischerei, Europäische Kommission.

Erklärung über Haftungsausschluss: Während die Generaldirektion für Maritime Angelegenheiten und Fischerei für die Gesamtherstellung dieses Magazins verantwortlich ist, übernimmt sie keinerlei Verantwortung für die Richtigkeit des Inhalts und die in einzelnen Beiträgen geäußerten Meinungen.
Die Europäische Kommission hat – sofern nicht ausdrücklich anders erwähnt – sich weder die in dieser Veröffentlichung geäußerten Meinungen zu eigen gemacht noch sie anderweitig gebilligt; die in dieser Veröffentlich gemachten Äußerungen sollten nicht als Äußerungen der Kommission oder der Generaldirektion für Maritime Angelegenheiten und Fischerei aufgefasst werden. Die Europäische Kommission haftet weder für die Richtigkeit der in dieser Veröffentlichung enthaltenen Angaben noch übernimmt sie oder irgendeine in ihrem Auftrag handelnde Person Verantwortung für den von diesen Angaben gemachten Gebrauch.

© Europäische Union, 2014.

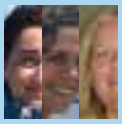
Die Wiedergabe unter Angabe der Quelle ist erlaubt.

In Belgien auf Recycling-Papier gedruckt.



Die Zukunft gestalten 4
Mit dem Nahen der nächsten Programmperiode wird immer deutlicher, dass es zur Bewältigung neuer Herausforderungen auch neuer Denkansätze und Lösungswege bedarf. Selbst jene FLAG, die in der Periode 2007-2013 ihre Ziele erreicht haben, werden ihre Lage neu beurteilen und neue Konzepte erstellen müssen, die dem Wandel der äußeren Umstände, des Rechtsrahmens und ihrer eigenen Fähigkeiten und Erfahrungen als Träger der lokalen Entwicklung gerecht werden.

Bericht: Kleine Ursache, große Wirkung 11
Ganzheitliche lokale Entwicklung in der Küstenregion Alto Minho (Portugal).



Akteure 18
Interview mit den FLAG-Leiterinnen Frédérique Deschamps, Gala Martinez und Manuela Sampaio

Bericht: Ein guter Fang 22
Fischer auf der estnischen Insel Hiiumaa haben das Beste aus den Möglichkeiten gemacht, die Achse 4 des Europäischen Fischereifonds (EFF) ihnen bietet.

Daher weht der Wind 27
Zwei Beispiele dafür, wie die FLAG die Effektivität ihrer Arbeit steigern können.

Blickpunkt: Verbesserung von Kommunikation und Partizipation 28
Instrumente für die FLAG zur Einbindung der einheimischen Bevölkerung in die Strategieentwicklung.

FARNETzwerk 35

Geleitwort

„Für eine wahrhaft lokale, zugleich aber weltoffene Dynamik sorgen“

Im Jahr 2015 wird die neue Programmperiode für die europäischen Struktur- und Investitionsfonds (darunter der Europäische Meeres- und Fischereifonds, EMFF) relevant für die Praxis vor Ort. Gleichzeitig wird die Reform der Gemeinsamen Fischereipolitik jedoch noch nicht über die Anfangsphase hinausgekommen sein. Daraus werden neue Herausforderungen für die Küstengemeinden – insbesondere für die vom Fischfang abhängigen – entstehen, denn sie werden sich den aus der GFP-Reform folgenden neuen Bedingungen anzupassen haben. Auf der anderen Seite wird das neuartige Konzept einer von der örtlichen Bevölkerung betriebenen lokalen Entwicklung (engl. Community-Led Local Development, Abk. CLLD) ihnen neue Entwicklungschancen für ihre Region eröffnen. CLLD ist das Nachfolgeprogramm zu „Achse 4“ aus der Förderperiode 2007-2013.

Die Wirtschaftskrise bedingt eine starke Ausrichtung der Fonds auf die Förderung der Wirtschaft und die Schaffung von Arbeitsplätzen. Die Öffnung von CLLD für andere Finanzquellen dürfte es ermöglichen, dass die Küstengemeinden im partnerschaftlichen Verbund mit anderen Akteuren und Geldgebern besser in die Entwicklung ihrer jeweiligen Region integriert werden. Aufgrund dessen werden die lokalen Gruppen in der Lage sein, sich auf lokaler Ebene neue Möglichkeiten auf den übrigen Feldern der maritimen Wirtschaft wie etwa erneuerbare Energie, nachhaltige Formen des Küstentourismus‘ oder Forschung und Erneuerung zu erschließen.

Unter Berücksichtigung ihrer Erfahrung mit Achse 4 und der erweiterten Möglichkeiten im Zusammenhang mit dem neuen Regulierungsrahmen erarbeiten die lokalen Handlungsträger gegenwärtig ihre neuen lokalen Entwicklungsstrategien für den Förderzeitraum bis zum Jahr 2020 – ein günstiger Zeitpunkt, um einen Blick auf die vorbereitenden Tätigkeiten zu werfen, die Voraussetzung für das Zustandekommen dieser Strategien sind. Die Verwaltungsbehörden und die Gemeinden können unter Nutzung der im ersten Durchführungszeitraum auf lokaler, regionaler und nationaler Ebene gesammelten reichhaltigen Erfahrungen dafür sorgen, dass ihren lokalen Entwicklungsstrategien in den kommenden Jahren noch mehr Erfolg beschieden sein wird. Darüber hinaus bietet die Möglichkeit, von Anfang an vorbereitende Unterstützung in Anspruch zu nehmen, den Verwaltungsbehörden und den lokalen Aktionsgruppen Fischerei (engl. FLAG) einen klaren Vorteil gegenüber der abgelaufenen Programmperiode. Im ersten Beitrag zu diesem Magazin werden wesentliche Elemente dieses schlagkräftigen Instruments dargelegt.

Die drei FLAG-Managerinnen Frédérique Deschamps, Gala Martinez und Manuela Sampaio sprechen in einem Dreier-Interview über ihre Vorgeschichte und ihre Erfahrungen. Durch die Unterschiede zwischen ihnen werden ihre Zukunftsvisionen erst recht bedeutsam und interessant. Geduld, Neugier und ein ausgeprägtes Interesse für die Fischwirtschaft gehören zu den wichtigen persönlichen Eigenschaften, die sie für die Arbeit in und mit Fischwirtschaftsgemeinden empfehlen. Als besondere Herausforderung empfinden sie die Kommunikation, ein Punkt, der im Kapitel „Spotlight“ ausführlicher behandelt wird. Dort wird unter anderem beschrieben, wie sich Kommunikation und Partizipation auf lokaler Ebene verbessern lassen.

Die zwei Reportagen im Magazin vermitteln einen Eindruck von den Lebensumständen in zwei Fischwirtschaftsgemeinden, heben die Vielfalt der Herausforderungen für die europäischen Küstengemeinden hervor und unterstreichen die Notwendigkeit eines Konzepts für die lokale Entwicklung. Allerdings weisen die zwei Gemeinden nicht nur Unterschiede, sondern unübersehbar auch Gemeinsamkeiten auf. So erschließen beide derzeit mit Erfolg den Tourismussektor, einen der am stärksten wachsenden Wirtschaftszweige an den europäischen Küsten und eine der fünf Branchen, der die EU in ihrer Strategie „blaues Wachstum“ hohes Potenzial beimisst.

Die Erfahrung lehrt, dass es Unternehmen aus der Fischwirtschaft häufig schwerfällt, im Tourismus Fuß zu fassen. Voraussetzung für den Erfolg ist laut Tuuli Tammla von der estnischen FLAG Hiiumaa „eine wahrhaft lokale, zugleich aber weltoffene Dynamik“. Die portugiesische FLAG Litoral Norte hat eine Brücke zwischen den zwei grundverschiedenen Welten der Kitesurfer und der Fischer geschlagen. Herausgekommen ist eine Zusammenarbeit zwischen den Betreibern einer traditionellen und jenen einer modernen Küstennutzung.

Die Reportagen belegen auch, wie wichtig die richtige Struktur ist. FLAG mit den richtigen Partnern für die Realisierung einer an den lokalen Bedürfnissen orientierten Strategie schaffen Arbeitsplätze und verbessern die Lebensqualität in den Gemeinden ihres Gebiets. Achse-4-Projekte sind zwar im Durchschnitt relativ klein und lassen deshalb die Schaffung von eher wenigen Arbeitsplätzen erhoffen, aber dafür sind die neu geschaffenen Stellen sehr häufig nachhaltig und für Einheimische geeignet. „Kleine Ursache, große Wirkung“ heißt es in der Reportage über Portugal: Mit vielen kleinen Finanzhilfen lassen sich viele Arbeitsplätze schaffen.

Simona Lupu,
Referatsleiterin (E3) – Ostsee, Nordsee und küstenferne Mitgliedstaaten
Generaldirektion Maritime Angelegenheiten und Fischerei

Ausblick

Die Zukunft gestalten

Mit dem Nahen der nächsten Programmperiode wird immer deutlicher, dass es zur Bewältigung neuer Herausforderungen auch neuer Denkansätze und Lösungswege bedarf. Selbst jene FLAG, die in der Periode 2007-2013 ihre Ziele erreicht haben, werden ihre Lage neu beurteilen und neue Konzepte erstellen müssen, die dem Wandel der äußeren Umstände, des Rechtsrahmens und ihrer eigenen Fähigkeiten und Erfahrungen als Träger der lokalen Entwicklung gerecht werden.

Die Maßnahmen der FLAG aus der Förderperiode 2007-2013 laufen allmählich aus (in einigen Mitgliedstaaten sind sie bereits beendet), und die Verwaltungsbehörden arbeiten mit Hochdruck am Durchführungsrahmen für den Folgezeitraum. Die meisten FLAG – auch jene, die noch alte Projekte beenden müssen – feilen bereits an ihren neuen Strategien. Wie kann man sie aktuell dabei unterstützen?

Die Notwendigkeit neuer Strategien

Die FLAG müssen ihre Strategien ungeachtet dessen, wie gut sie ihre Ziele in der Periode 2007-2013 erreicht haben, in jeder Hinsicht überprüfen. Diese Notwendigkeit ergibt sich unter anderem aus:

> **einem sich wandelnden Entwicklungsumfeld**. Die Finanzkrise, neue ordnungspolitische Gegebenheiten (unter anderem eine neue Gemeinsame Fischereipolitik), der wirtschaftliche Wandel in Fischwirtschaftsgebieten sowie die wachsende Besorgnis über Umweltbelastung und Klimawandel wirken sich auf die Fischwirtschaftsgemeinden aus. Dementsprechend können die FLAG nicht einfach an ihren alten Konzepten festhalten, sondern sie müssen neue Lösungsansätze entwickeln;

> **einem neuen Rechtsrahmen.** Die konkretere Bestimmung des Begriffs „von der örtlichen Bevölkerung betriebene lokale Entwicklung“ (engl. Community-led Local Development, Abk. CLLD), die stärkere Ausrichtung auf Wachstum und Beschäftigung sowie die Möglichkeit der Mehrfachförderung von Strategien aus Mitteln des EMFF und anderer EU-Fonds hat für viele FLAG die Notwendigkeit zur Folge, ihre strategischen Ziele, ihre Mitgliederstruktur und sogar den Zuschnitt ihrer Gebiete zu überdenken;

> **Veränderungen bei den FLAG selbst**. Die FLAG haben sich im Zuge der Anwendung von Achse 4 weiterentwickelt und können mittlerweile zweckmäßigere Strategien und höherwertige Projekte ausarbeiten.

Die im Folgenden vorgestellten Ideen und Methoden sollen den FLAG bei der Ausarbeitung von Strategien helfen, die den neuen Gegebenheiten gerecht werden. Sie werden anhand praktischer Beispiele für vorbereitende Maßnahmen aus der laufenden und aus früheren Programmperioden erläutert.

Aus der Vergangenheit lernen

Vor einer Entscheidung über ihre zukünftige Strategie sollten sich die FLAG Gedanken darüber machen, was in der Vergangenheit gut oder weniger gut funktioniert hat. Ist die strategische Gesamtausrichtung noch richtig? Sind die Kriterien und Verfahren für die Projektauswahl noch sachdienlich? Arbeiten die Partner gut zusammen? Zeitigt die Art und Weise der Zusammenarbeit mit der Bevölkerung im Allgemeinen und den Projektträgern im Besonderen die gewünschten Ergebnisse? Mit derlei Fragen müssen sich die FLAG auseinandersetzen, wenn sie auch zukünftig erfolgreich sein und sich weiterentwickeln wollen.

Viele FLAG in der EU haben diesen Prüfungsprozess bereits eingeleitet. Sie nutzen dabei vor allem unterschiedliche Mittel und Methoden der Selbsteinschätzung wie etwa den Vergleich mit anderen FLAG[1]. Ergänzend werden aber auch externe Analysen eingeholt. Wie die Beispiele aus Schweden, Estland und Spanien im Folgenden zeigen, leisten die Verwaltungsbehörden teilweise Unterstützung.

▶ ▶ ▶

▲ *Fischer auf einem Krabbenkutter vor Ostende (Gebiet der FLAG Belgien)*

▲ *Konferenz der Verwaltungsbehörden in Brüssel*

Verwaltungsbehörden helfen FLAG bei Leistungsbeurteilung

Die FLAG in **Schweden** erkannten in der Leistungsbeurteilung eine wesentliche Voraussetzung für ihre Vorbereitung auf die nächste Förderperiode. Da die meisten von ihnen jedoch nur sehr begrenzt Mittel für externe Prüfungen aufbringen konnten, entschloss sich die (als Verwaltungsbehörde sowohl für Leader als auch für Achse 4 zuständige) schwedische Landwirtschaftsbehörde zum Eingreifen. Im Februar 2014 brachte sie eine Langzeitprüfung auf den Weg, die damit begann, dass zwei Vertreter je FLAG zu einer Arbeitstagung zur Ermittlung des Prüfungsbedarfs und zum Erwerb des entsprechenden Fachwissens eingeladen wurden. Darüber hinaus half die Arbeitstagung bei der Klärung der Frage, was funktionierte und was nicht, und wie die einzelnen Glieder der Versorgungskette in der neuen Förderperiode von diesen Erfahrungswerten profitieren könnten.

Die schwedische Landwirtschaftsbehörde stellte für diese Langzeitprüfung rund 19 000 Euro aus dem Budget für Technische Hilfe bereit. Zusätzlich flossen 3 800 Euro in eine Prüfung des FLAG-Verbundnetzes, das die FLAG im Jahr 2012 in Vorbereitung auf formellere Kontaktpflegemaßnahmen in der Folgeperiode geknüpft hatten.

In **Estland** beauftragte die Verwaltungsbehörde zu Beginn des Jahres 2014 ein externes Unternehmen mit einer Prüfung der FLAG-Strategien. Im März organisierte das estnische FLAG-Netzwerk ein Arbeitstreffen, auf dem eingehend über die Prüfungsergebnisse beraten wurde, und eine Schulung über Maßnahmen zur Ausarbeitung der neuen lokalen Strategie. Seit Herbst 2014 können die FLAG das begutachtende Unternehmen ferner um Hilfe bei der Ausarbeitung ihrer Strategie bitten. Die Prüfungsgesamtkosten beliefen sich laut FLAG-Netz auf rund 15 000 Euro.

In **Spanien** gab die Regierung der Region **Galicien** eine Prüfung der regionalen FLAG in Auftrag. Die Prüfung dauerte sechs Monate und umfasste in jedem FLAG-Gebiet Befragungen und Gruppendiskussionen. Jede FLAG erhielt sowohl einen Prüfungsbericht für ihr Gebiet als auch den abschließenden Gesamtbericht. Die Prüfungsgesamtkosten beliefen sich auf rund 50 000 Euro [2].

1 Siehe das Beispiel Schweden im *FARNET Magazin* Nr. 10.

2 Betrag laut Auskunft des für die Prüfung verantwortlichen Unternehmens Cidadania Rede de aplicacións sociais.

Bessere strategische Ausrichtung der FLAG

In der Programmperiode 2014-2020 kann gemäß Artikel 63 Ziffer 1 der EMFF-Verordnung die Umsetzung von auf örtlicher Ebene betriebenen Strategien für die lokale Entwicklung mit folgender Zielsetzung unterstützt werden:

A. Schaffung von Mehrwert, Schaffung von Arbeitsplätzen, Steigerung der Attraktivität für junge Menschen und Förderung von Innovation auf allen Stufen der Versorgungskette für Fischerei- und Aquakulturerzeugnisse;

B. Unterstützung der Diversifizierung in der kommerziellen oder nicht kommerziellen Fischerei, des lebenslangen Lernens und der Schaffung von Arbeitsplätzen in Fisch- und Aquakulturwirtschaftsgebieten;

C. Stärkung und Nutzung des Umweltvermögens in Fisch- und Aquakulturwirtschaftsgebieten einschließlich Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels;

D. Förderung des sozialen Wohls und des Kulturerbes einschließlich des fischwirtschaftlichen, aquakulturwirtschaftlichen und maritimen Kulturerbes;

E. Stärkung der Rolle der Fischereigemeinden bei der lokalen Entwicklung und politischen Entscheidungen über lokale Fischereiressourcen und Meeresnutzung.

▲ *Eine Sitzung der FLAG Ostbottnien(Finnland)*

Die FLAG brauchen nicht alle Ziele in ihren Strategien zu berücksichtigen. Vielmehr können sie in Abhängigkeit von der Art ihres Gebiets, den vorhandenen Kenntnissen, der Budgethöhe und anderen Faktoren auch nur zwei oder drei Ziele anstreben. Die folgende Tabelle gibt Aufschluss darüber, wie man die strategischen Ziele einer FLAG aus der Periode 2007-2013 den fünf Zielen der EMFF-Verordnung zuordnen könnte.

Die Entscheidung muss jede FLAG unter Berücksichtigung der lokalen Erfordernisse und Chancen nach eigenem Ermessen treffen. Die zuständige Verwaltungsbehörde oder das nationale FLAG-Netz können dabei Orientierung geben und Unterstützung leisten, etwa durch Hilfe zur Selbsthilfe oder durch Erleichterung des Gedankenaustausches zwischen FLAG aus ein und demselben Mitgliedstaat oder ein und derselben Region. Landesweite FLAG-Konferenzen stellen dafür ein geeignetes Umfeld dar.

CÔTE BASQUE–SUD LANDES [3] (F)	IN ARTIKEL 63 ZIFFER 1 DER EMFF-VERORDNUNG VORGESCHLAGENE ZIELE				
Ziele der FLAG-Strategie (2007-2013)	A. Fisch wirtschaftliche Versorgungskette	B. Diversifizierung	C. Umweltvermögen und Klimawandel	D. Soziales Wohl und Kulturerbe	E. Politische Entscheidungen
Förderung des Eintritts in den Fischerberuf, der Gründung eines Fischfangbetriebs und der Suche nach einem Betriebsnachfolger	●				
Verbesserung der Vermarktung von Frischfisch	●				
Erschließung des Marktes für einheimische Fischerzeugnisse	●				
Erschließung des lokalen fischwirtschaftlichen und maritimen Erbes und Förderung eines entsprechenden Fremdenverkehrs	●	●		●	
Förderung eines verantwortungsvollen Fischfangs	●		●		●
Einbindung von Interessengruppen in die gemeinsame Bewirtschaftung des Meeresraums			●		●
Optimierung der politischen Entscheidungsfindung					●

3 https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/flagsheet/flag-factsheet-france-côte-basque-–-sud-landes

Stärkung der Stellung der FLAG in Finnland

Seit dem Jahr 2012 spricht die finnische Verwaltungsbehörde (VB) ihre Zukunftspläne mit den inländischen FLAG ab. Damals berieten die VB und Vertreter der finnischen FLAG auf einer gemeinsamen Konferenz über die künftige Form von Achse 4, die zu erfassenden Fördergebiete und die förderstrategischen Wunschthemen der FLAG. Im Einzelnen erörterten drei Arbeitsgruppen (1) den Zuschnitt der FLAG-Gebiete und das Auswahlverfahren, (2) die Verwaltung der FLAG, die inhaltliche Ausgestaltung der Strategie und die Förderkriterien sowie (3) den Wertschöpfungsbeitrag der FLAG zur lokalen Entwicklung. Dabei gelangte man unter anderem zu dem Ergebnis, dass die FLAG künftig auch besonderen Wert auf die wirtschaftliche Entwicklung der Fischerei legen sollten.

Die VB organisierte eine weitere Vorbereitungskonferenz, zu der sie die damals bestehenden acht finnischen FLAG und zwei potenzielle FLAG aus zuvor nicht von Achse 4 erfassten Fischwirtschaftsgebieten einlud. Die alten FLAG trugen ihre Teilnahmekosten selbst, die zwei potenziellen deckten ihre Kosten aus Strategieausarbeitungsmitteln der VB. Die VB unterstützte die FLAG zudem bei der Strategieentwicklung, indem sie die im Mai 2014 eingereichten Strategieentwürfe mit Kommentaren und Verbesserungsvorschlägen begleitete. Der offizielle Aufruf zur Einreichung von Strategien ist für November 2014 geplant.

Aufklärungsarbeit und Kapazitätsaufbau

Die meisten Verwaltungsbehörden oder nationalen Netzwerke planen derzeit Veranstaltungen zur Aufklärung sowohl der bestehenden als auch potenzieller FLAG über die Vorschriften der EU und der Mitgliedstaaten für die CLLD in Fischwirtschaftsgebieten. Diese Veranstaltungen sind für die Darstellung der Unionspriorität 4 des EMFF und die Beantwortung von Fragen von großer Bedeutung. Allerdings reichen Sensibilisierung und Information allein nicht aus. Es müssen auch die Voraussetzungen dafür geschaffen werden, dass die Fischereigemeinden zur Ausarbeitung und Realisierung von Strategien überhaupt imstande sind.

Schulungen für FLAG in Estland und Polen im Rahmen des EFF

Im Zuge der Vorbereitung auf die Förderperiode 2007-2013 beschloss die **estnische** Verwaltungsbehörde ein langfristig angelegtes Schulungsprogramm für die künftigen FLAG. Es bestand aus 11 Schulungstagen für die Stammbelegschaft und 26 Schulungstagen für Vorstandsmitglieder. Das Programm umfasste 15 Bausteine mit drei Themenschwerpunkten: die Gründung der lokalen Aktionsgruppe, die Ausarbeitung der lokalen Strategie und die Zusammenarbeit innerhalb und außerhalb der Aktionsgruppe.

In einem programmbegleitenden Handbuch wurden die Grundsätze von Achse 4 als Instrument für die nachhaltige Entwicklung von Fischwirtschaftsgebieten ausführlich erläutert. Nach Abschluss des Schulungsprogramms erhielt jede FLAG einen Zuschuss in Höhe von rund 70 000 Euro zur Ausarbeitung ihrer Strategie. Der Betrag deckte die Gehälter der Beschäftigten und etwaige Aufwendungen für externe Sachverständige für einen Zeitraum von 10 bis 12 Monaten ab. Gleichzeitig gründete die VB das nationale FLAG-Netzwerk, dessen Aufgabe die laufende Unterstützung der FLAG und deren Kapazitätsaufbau ist.

In **Polen** erhielten 60 potenzielle FLAG für mehrere Personen je FLAG Schulungen zur Vorbereitung auf die Anwendung von Achse 4 angeboten. Aus diesem Kreis wurden letztlich 48 FLAG ausgewählt. Die Schulung bestand aus drei Elementen: allgemeine Informationen über Achse 4 (5 Stunden), Gründung der lokalen Aktionsgruppe (8 Stunden) und Ausarbeitung lokaler Strategien (16 Stunden).

Vorgefertigte Schulungsangebote für die FLAG gibt es nicht. Alle Schulungen und sonstigen Formen der Unterstützung müssen individuell ausgestaltet werden. Im *FARNET Magazin Nr. 10* wurden fünf Schwerpunkte für einen voraussichtlich notwendigen Kapazitätsaufbau genannt: die schärfere Ausrichtung von Strategien, die praktische Umsetzung von Erkenntnissen, das Setzen stärkerer Anreize (zur Mobilisierung aller Interessengruppen) nebst mehr Hilfe zur Selbsthilfe, die Entwicklung höherwertiger Projekte und die Aufklärung über die Arbeit der FLAG.

Einige Verwaltungsbehörden unterstützen die FLAG jedoch nicht nur mit Schulungen, sondern auch anderweitig. So hat die schwedische VB für die Programmperiode 2014-2020 eine Vorlage ausgearbeitet, mit deren Hilfe die FLAG ihre lokale Strategie Schritt für Schritt ausarbeiten können, ohne etwas Wichtiges zu übersehen. Die polnische VB hat einen Ratgeber erstellt, in dem alle obligatorischen Punkte der lokalen Strategie aufgeführt sind. Dem Beteiligungsansatz entsprechend, konnten Vertreter lokaler Aktionsgruppen auf Einladung der VB bei mehreren Kapiteln des Ratgebers als Koautor mitwirken*(weitere Einzelheiten über die Vorbereitung der CLLD in Polen im Kapitel „Zoom“)*.

▶ ▶ ▶

▲ *Ein Fischer beim Festmachen im Hafen von Castro (Gebiet der FLAG Adriatico Salentino, Italien)*

Nationale Netzwerke: ein wichtiges Instrument für die effektive Anwendung

Wie die Erfahrung zeigt, stellen nationale FLAG-Netzwerke ein wichtiges Instrument des Kapazitätsaufbaus dar. Sie werden von mehreren Mitgliedstaaten gebildet und haben sich bei der Zusammenführung aller an der Anwendung von Achse 4 beteiligten Interessengruppen, bei der Anregung des Gedankenaustausches, bei der Förderung von Innovationen, bei der Ermittlung von Hemmnissen und bei der Verbesserung der Anwendung als sehr wirkungsvoll erwiesen. Die Netzwerke versorgen die FLAG nicht nur mit nützlichen Informationen und Schulungen, sondern ermöglichen – was vielleicht am wichtigsten ist – den Mitgliedern und Beschäftigten der FLAG einen persönlichen Gedanken- und Erfahrungsaustausch. Diese wesentliche Aufgabe hat beispielsweise das französische Netzwerk PACTE wahrgenommen *(siehe Rahmentext)*.

Die Verwaltungsbehörden könnten in der Programmperiode 2014-2020 dafür sorgen, dass hinreichend Mittel für die Gründung nationaler Netzwerke bereitstehen. Diese Mittel könnten zum Zeitpunkt der Ausarbeitung des operationellen Programms im Budget für technische Hilfe ausgewiesen werden.

FLAG-Netze in Frankreich, Lettland und Dänemark

PACTE, das landesweite FLAG-Netzwerk in **Frankreich**, wird von der nationalen Zahlstelle *Agence de Services et Paiements* unterhalten und koordiniert. Es beschäftigt umgerechnet 1,5 Vollzeitarbeitskräfte. Sein Aufgabengebiet umfasst im Wesentlichen die regelmäßige Ausrichtung von Fachtagungen für FLAG-Manager, für Vertreter der französischen Verwaltungsbehörde, für Vertreter der Zahlstelle und für Vertreter der mit Achse 4 befassten regionalen Behörden, darunter den für die Prüfung der Förderfähigkeit zuständigen. Im Mittelpunkt der zwei bis drei Mal jährlich stattfindenden Gespräche stehen die Durchführungsfortschritte und die Suche nach behördlichen oder rechtlichen Lösungen für aktuelle Probleme. Die den FLAG im Zusammenhang mit den Tagungen entstehenden Reisekosten werden aus den Mitteln des Netzwerks gedeckt, ein Beleg für die Wichtigkeit der Gespräche für den Kapazitätsaufbau der FLAG.

PACTE organisiert ferner einmal jährlich die „nationalen Tage". Diese zweitägige Veranstaltung hat die Förderung der Kontaktpflege und des Austausches über Erfahrungen und Projektideen sowie die Aufklärung über Achse 4 zum Ziel. Die rund 130 Teilnehmer treffen sich unter anderem zu Plenarsitzungen, Arbeitsgruppen, Projektausstellungen und Besichtigungen. Die Gesamtkosten der „nationalen Tage" belaufen sich auf rund 30 000 Euro pro Jahr.

In **Lettland** wird das nationale Netzwerk vom „ländlichen Beratungs- und Ausbildungsdienst" betrieben. Da es nicht nur FLAG, sondern auch andere Handlungsträger der Fischwirtschaft umfasst, bietet es Möglichkeiten zur Stärkung der Beziehungen zwischen FLAG, Fischern und Aquakulturbetrieben einerseits sowie an der Fischerei interessierten staatlichen und überstaatlichen Stellen andererseits. Für die FLAG sieht der Jahresplan des Netzwerks unter anderem Seminare und Studienreisen im In- und Ausland sowie Austauschprogramme vor. Das lettische Netzwerk wurde im Jahr 2010 gegründet und ist bestrebt, jedes Jahr etwas Neues auszuprobieren. Im vergangenen Jahr organisierte es beispielsweise Veranstaltungen für Jugendliche, um diese zum Verbleib in ihrer Heimat und zur Gründung von Unternehmen in Küstenregionen zu bewegen.

In **Dänemark** wird das nationale Netzwerk vom Ministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und ländliche Angelegenheiten betrieben. Es fungiert als landesweite Anlaufstelle sowohl für FLAG als auch für LAG und entwickelt Instrumente (Website, Publikationen, Schulungen usw.) zur Stärkung des Wissens- und Informationsaustausches zwischen LAG, FLAG und anderen Beteiligten. Das dänische Netzwerk spielt eine zentrale Rolle bei der Gewährleistung eines vernünftigen Informationsflusses zwischen allen Stellen, die mit der Anwendung von Achse 4 und Leader befasst sind.

▲ *Fischkutter in Viano do Castelo (Gebiet der FLAG Litoral Norte, Portugal)*

Eine neue Chance: vorbereitende Unterstützung

Nach Maßgabe von Artikel 35 Ziffer 1 Buchstabe a der Verordnung mit gemeinsamen Bestimmungen[4] muss die Unterstützung für von der örtlichen Bevölkerung betriebene Maßnahmen zur lokalen Entwicklung die Kosten der vorbereitenden Maßnahmen umfassen. Mit dieser Vorgabe soll die Ausarbeitung hochwertiger Strategien durch die FLAG gefördert und für Chancengleichheit zwischen alten und neuen FLAG gesorgt werden. Sie ermöglicht sowohl die Finanzierung gemeinsamer Maßnahmen (Sensibilisierung, Schulung und Kontaktpflege) auf nationaler oder regionaler Ebene als auch Einzelzuschüsse an potenzielle FLAG für die Strategieausarbeitung und die Beantragung von Mitteln aus dem EMFF.

Vorbereitende Unterstützung kann ab dem 1. Januar 2014 in Anspruch genommen werden, und zwar auch von bereits bestehenden FLAG zwecks Beantragung von Mitteln aus der neuen Förderperiode. Sie ermöglicht den FLAG und den VB die Stärkung des Bottom-up-Ansatzes, die einfachere Entwicklung lokaler Strategien und das Erzielen der bestmöglichen Programmergebnisse.

Die FARNET-Unterstützungsstelle hat mehrere Instrumente[5] vorbereitet, die den Verwaltungsbehörden, den nationalen Netzwerken und den FLAG bei der Ausgestaltung eines fischwirtschaftlichen CLLD-Programms von Nutzen sein könnten. Dazu gehören neben allgemeinen Handlungshilfen zahlreiche Praxisbeispiele aus der Förderperiode 2007-2013 (unter anderem Auswahlkriterien für FLAG und Strategien, Antragsanforderungen, Musterstrategien und Prüfungsmaterial). Überdies wurde die FARNET-Website unlängst um eine Rubrik[6] erweitert, in der mögliche Fragen der Verwaltungsbehörden mit Bezug auf die Planung fischwirtschaftlicher CLLD-Programme beantwortet werden. ■

4 http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/cf/dae/document.cfm?doc_id=4803

5 https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/tools/local-development-2014-2020

6 https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/new-questions-answers-programming-clld-emff-2014-2020

Zoom

Kombination von Mitteln aus mehreren Fonds für die CLLD: intensiver Dialog in Polen

Polen ist einer jener Mitgliedstaaten, in denen ein ganzheitlicher CLLD-Ansatz unter Nutzung aller vier EU-Fonds (ELER, EMFF, EFRE und ESF) gefördert wird. Dementsprechend soll den 16 polnischen Regionalbehörden, den Verwaltungsbehörden für EFRE und ESF sowie den zwischengeschalteten Stellen für ELER und EMFF eine maßgebliche Rolle zufallen.

▲ *Karpfenernte im Tal der Bartsch (Polen)*

Die Ausgestaltung von CLLD-Programmen in Polen erfolgt in enger Zusammenarbeit zwischen dem Ministerium für Landwirtschaft und ländliche Entwicklung und dem Ministerium für Infrastruktur und Regionalentwicklung. Gegenwärtig finden Beratungen über ein Sondergesetz statt, in dem die für alle Fonds geltenden allgemeinen CLLD-Grundsätze (Rolle der Partnerschaften, Inhalt der lokalen Strategie usw.) festgeschrieben werden sollen. Polen will die Anwendung von CLLD auf unterschiedle Art und Weise vereinfachen. Vorgesehen sind diesbezüglich:

> **gemeinsame Aufrufe** für alle CLLD-Partnerschaften;

> auf Ebene der operationellen Programme mehrere **weit gefasste Ziele** – aus denen die lokalen Aktionsgruppen (LAG) das für ihr Gebiet zweckmäßigste auswählen können – statt vorbestimmter Maßnahmen;

> **Dachprojekte**, bei denen die LAG formell Begünstigte sind und den lokalen Handlungsträgern flexible Mikrobeihilfen gewähren;

> die Nutzung mehrerer Fonds für eine regional **koordinierte vorbereitende Unterstützung** (jede Gruppe erhält Mittel nur aus einem Fonds) und eines **Leitfonds** für die laufenden Kosten;

> die Leistung der vorbereitenden Unterstützung und die Deckung der laufenden Kosten möglichst in Form einer **Pauschale** (jede LAG erhält einen Einheitsbetrag; mögliche Berechnungsmethoden sind derzeit Gegenstand einer Studie);

> über die im EU-Recht vorgesehene **Vorauszahlung** in Höhe von 50 % für die laufenden Kosten hinausgehende zusätzliche Vorauszahlungen aus dem polnischen Budget;

> ein **Daueraufruf** für Kooperationsprojekte.

Viele dieser Vorschläge befinden sich ebenso wie konkrete Bestimmungen für Fischwirtschaftsgebiete (u. a. die Kriterien zur Auswahl von Gebieten mit Anspruch auf EMFF-Förderung) noch im Entwurfsstadium. Gegenwärtig laufen intensive Beratungen mit den LAG und FLAG.

Die Ziele für die Anwendung der CLLD können **von Region zu Region unterschiedlich** sein. In der Region Kujawsko-Pomorskie ist beispielsweise vorgesehen, den lokalen Gruppen alle Fonds zugänglich zu machen. Es hat ein besonders intensiver Dialog zwischen den regionalen Behörden und den lokalen LAG, FLAG und überstaatlichen Organisationen stattgefunden. Man will **für CLLD wesentlich mehr Mittel bereitstellen** als in der abgelaufenen Förderperiode (über 120 Millionen Euro aus den vier Fonds statt rund 65 Millionen Euro aus ELER und EFF im Zeitraum 2007-2013). Die Strategien können aus mehreren Fonds finanziert werden und dürfen sowohl ländliche als auch städtische Gebiete abdecken. Die Mittel aus ELER und EMFF werden Land- und Fischwirtschaftsgemeinden zugute kommen. Der EFRE wird zur Finanzierung von Maßnahmen der dörflichen Neugestaltung sowie zur Förderung von Klein- und Kleinstbetrieben, Gründerzentren usw. genutzt. Aus dem ESF werden Maßnahmen in den Bereichen Sozialwirtschaft und generationsübergreifende Solidarität sowie Musterlösungen für soziale Probleme (z. B. Betreuungszentren für Familien) finanziert.

Das polnische Landwirtschaftsministerium hat mit dem **Kapazitätsaufbau** für LAG und FLAG bereits begonnen. Die entsprechenden Maßnahmen umfassen auch die Vermittlung von Kenntnissen zur Ausarbeitung einer lokalen Strategie und zur Steigerung der Projektqualität. Die Leitlinien für den Inhalt der lokalen Strategie mitsamt Aktions- und Kommunikationsplan befinden sich in Arbeit. Dabei wird ein **Bottom-up-Ansatz** verfolgt: Das Ministerium hat (regional in die Leader-Arbeitsgruppe des polnischen ländlichen Netzwerks berufene) Vertreter der LAG dazu eingeladen, bei der Abfassung der einzelnen Leitlinienkapitel mitzuwirken.

Bericht

GANZHEITLICHE LOKALE ENTWICKLUNG IN DER KÜSTENREGION ALTO MINHO [PORTUGAL]

Kleine Ursache, große Wirkung

Die FLAG Litoral Norte fördert in erster Linie kleinere Projekte von Fischereigenossenschaften und einheimischen Privatunternehmen aus Handel, Gastronomie und Tourismus. Maßgebend für die Projektauswahl ist die hochgradig lokal orientierte, ganzheitliche FLAG-Strategie. Sie soll für Beständigkeit sorgen und zugleich lokale Produktivkräfte freisetzen helfen.

▲ *Ein von Achse 4 finanziertes Boot für den Transport von Kitesurfern in Esposende*

Zur Mittagszeit ist der Gastraum mit Arbeitern, Rentnern, Familien und Touristen prall gefüllt. Aus der Küche dringt ein appetitlicher Duft von Fischsuppe und Marinade. Das Bedienungspersonal wirbelt aufmerksam, aber unaufdringlich umher. Trotz des großen Andrangs nimmt es sich immer wieder Zeit für kurze Gespräche mit den Gästen an den Tischen. Das ist der Inbegriff portugiesischer Gastlichkeit. Schon seit 80 Jahren ist das Restaurant „La Casa Primavera" in der Ortschaft Viana de Castelo eine echte Institution. Es ist auf Fisch aus heimischen Gewässern spezialisiert. Seine Speisekarte umfasst ein Dutzend unterschiedliche Arten, die allesamt am Morgen desselben Tages auf dem Markt gekauft worden sind. Allerdings fanden bis vor kurzem nur 16 Gäste im Restaurant Platz. *„Dank Achse 4 des EFF konnten wir dann dieses zuvor ungenutzte Hinterzimmer renovieren und so das Platzangebot erweitern"*, erläutert Restaurantbesitzer José Luís Casanova Soares. *„Von den benötigten 112 000 Euro wurden 67 000 Euro über die FLAG finanziert."*

Mit dem Abschluss des Umbaus im Sommer 2014 hat sich die Kapazität des Restaurants auf rund 40 Plätze nahezu verdreifacht. Zudem wurden zwei neue Mitarbeiter eingestellt.

▶ ▶ ▶

▲ *Der Anbau des Restaurants „Casa Primavera"*

▲ *Joana Pinheiral ist ein fahrender Fischhändler*

Die Situation des nahegelegenen Restaurants „O Pescador" stellt sich ähnlich dar. *„Im Februar 2013 teilte mir die Stadtverwaltung mit, dass eine Sitzung zum Thema Achse 4 anberaumt sei"*, so Betreiber Antonio Franco de Matos. *„Ich nahm daran teil und sah für mich eine gute Gelegenheit zur Aufwertung meines Restaurants. Ich erhielt etwas mehr als 20 000 Euro für die Modernisierung der Küche, für Werbung und für den Kauf dieser großen Aquarien. Ich konnte mein Angebot erheblich verbessern und neue Kunden gewinnen. Ich bin heute in der Lage, mehr Fischarten heimischen Ursprungs anzubieten und mir neue Gerichte auszudenken, in denen ich traditionelle und moderne Zubereitungsformen kombiniere, wie etwa bei dieser Dorade mit Seetang. Außerdem habe ich einen neuen Mitarbeiter eingestellt, und schon bald wird höchstwahrscheinlich ein weiterer hinzukommen."*

Kleinere private Investitionen

„Wir sahen in Achse 4 eine Möglichkeit zur Förderung kleinerer privater Investitionen, womit wir hier an der Küste Neuland betreten", so Julio Pedro Pereira, Vorstand des Gemeindeverbands Minho-Lima (Alto Minho) und Leiter der FLAG Litoral Norte. Die 29 Mitglieder der FLAG verteilen sich nahezu paritätisch auf Fischereiverbände, kommunale Behörden, Privatwirtschaft, Wohlfahrtsverbände und Wissenschaft. *„Dreiundvierzig Projekte sind gefördert worden, und 80 % der Mittel sind an Privatunternehmen oder soziale Einrichtungen geflossen."*

Cecilia Marques, Koordinatorin der FLAG, fügt hinzu: *„In den ersten zwei Jahren haben wir die Zuschüsse auf 100 000 Euro gedeckelt, um die Anzahl der Großprojekte in Grenzen zu halten. Da Achse 4 neu war, wollten wir mit dieser abgestuften Vorgehensweise außerdem eine besser gezielte Mittelvergabe erreichen. Zur Optimierung unserer operationellen Strategie haben wir das Projekt ‚Meeresdörfer' ins Leben gerufen* (Anmerkung der Redaktion: siehe Seite 14). *Früher kannten wir hier nur die Fonds EFRE und ESF, die der Gemeindeverband für Projekte in Anspruch genommen hatte. Unser Konzept für Achse 4 beruht auf den im Landesinneren gesammelten Erfahrungen mit Leader."*

Auf alle 24 Aufrufe der FLAG zur Einreichung von Vorschlägen folgte eine Versammlung in den einzelnen Kommunen mit durchschnittlich jeweils 20 Teilnehmern.

„Was hilft, ist Mundpropaganda. Letztlich ist doch alles Vertrauenssache. Wir können die Menschen für uns einnehmen, indem wir verdeutlichen, dass wir mit uns reden lassen", so Sandra Fernandes, Entwicklungsverantwortliche für Achse 4. *„Deshalb muss unsere Belegschaft hochmotiviert sein. Außerdem müssen wir unmissverständlich unsere Ziele offenlegen. Und auch die Herausstellung erfolgreicher Projekte wie beispielsweise auf unserer Website ist von großem Nutzen."*

Fischlieferdienst hier, Fleischer und Fischhändler dort

Joana Pinheiral ist im vierten Lebensjahrzehnt und hat früher bei einem Autozulieferunternehmen gearbeitet. Als der Betrieb im Juni 2009 seinen Sitz verlegte, wurde sie arbeitslos. *„Das war für mich zwar eine schwere Zeit, aber dadurch bot sich mir auch die Chance, über meine berufliche Entwicklung nachzudenken. Ich entschied mich, etwas völlig anderes auszuprobieren. Da mein Vater Fischer war, lag es nahe, dass ich mich in diese Richtung orientierte. Mein Vater machte mich auch auf die erste Achse-4-Veranstaltung in Viana aufmerksam. Ich ging hin und erkannte, dass sich meine Idee eines Fischlieferdienstes möglicherweise verwirklichen ließe. Als zeitlich eingeengte Berufstätige und Konsumentin sah ich in der näheren Umgebung einen ungedeckten Bedarf an einem solchen Lieferdienst. Die Idee war ganz einfach: ‚Wer keine Zeit hat, selber Fisch kaufen zu gehen, dem wird der Fisch ins Haus geliefert'."* Joana gründete das Unternehmen, auch wenn sie infolgedessen ihren Anspruch auf mehrere Monate Arbeitslosengeld verlor. Im Jahr 2011 erhielt sie einen Achse-4-Zuschuss in Höhe von knapp 18 000 Euro für den Kauf und Umbau eines Lieferwagens mit Kühlanlage und für den Aufbau eines Kundenstamms. Ihr Geschäftsmodell ist eine kluge Mischung aus Direktverkauf und moderner Technik. Joana teilt täglich jedem in ihrem Kundenkreis, den sie ganz allein aufgebaut hat und der von rund einem Dutzend Abnehmer im Jahr 2012 auf heute über 100

▲ *José Luis Mancio da Costa hat seinen Betrieb um eine Seezungenräucherei erweitert (oben rechts)*

▲ *Navalethes: Achse 4 half beim Finanzieren der Werkstattmodernisierung*

gewachsen ist, per SMS das aktuelle Marktangebot mit. Wer Interesse hat, erteilt daraufhin seine Bestellung und erhält die Ware wenig später geliefert. *„Ich liefere im Umkreis von 25 Kilometern. Zu meinen Stammkunden gehören unter anderem vier Restaurants. Außerdem kaufen bei mir viele Arbeiter und Angestellte in ihrer Mittagspause."*

José Luis Mancio da Costa ist Fleischer in der Ortschaft Lanhelas, die für ihr jeweils im September stattfindendes „Seezungenräucherfest" bekannt ist. Allerdings gelangt der Fisch nicht in den Verkauf, denn er wird nur für den Eigenbedarf geräuchert. *„Vor drei Jahren erkannte ich, dass ich mir mit dem Verkauf von geräucherten Seezungen ein zweites Standbein schaffen konnte, zumal ich bereits die erforderlichen Fachkenntnisse und auch eine Räucheranlage für Wurst besaß. Kurz zuvor hatte ich von Achse 4 gehört und hielt das für eine gute Möglichkeit, meine Idee in die Tat umzusetzen. Im Jahr 2012 erhielt ich von der FLAG 62 000 Euro für den Kauf der notwendigen Technik."*

Im Zeitraum 2013-2014 konnte José Luis 1 000 kg geräucherte Seezunge verkaufen. *„Ich erwirtschafte damit zwar schon 10 % meines Umsatzes, aber profitabel ist es noch nicht. Trotzdem macht es mir Spaß, zumal ich anscheinend der einzige Fleischer weltweit bin, der sich beruflich mit Seezungen befasst. Ich habe auch einen zusätzlichen Mitarbeiter eingestellt, was in Anbetracht der Krise schon eine Kunst ist."* José Luis hofft, dass er expandieren kann, und hält bereits Ausschau nach einem geeigneten neuen Standort. Er würde auch gern exportieren und hat dafür den französischen Markt ins Auge gefasst. Vor kurzem hat er eine Kiste geräucherte Seezungen nach Monaco geliefert – ein vielversprechender Anfang.

Schiffbau

Ein weiteres Beispiel für private Investitionen, wenn auch in einer völlig anderen Branche, findet sich im Schiffbau, der in dieser Region auf eine traditionsreiche Geschichte zurückblickt.

Die Firma Navalethes stellt hochwertige Boote in starrer und halbstarrer Bauweise mit einer Länge von 16 bis 37 Metern her, die unter dem Markennamen Searib's verkauft werden. Sie kommen als Seenotrettungs-, Sport- und Fischerboote zum Einsatz.

Seinem Gespür für Marktveränderungen folgend, entwickelte das Unternehmen die Geschäftsidee, Sportbootbesitzern für die Wintermonate einen Platz im „Trockendock" anzubieten. Deshalb erweiterte Navalethes sein Geschäftsmodell um den Bau und die Reparatur von Schiffsrümpfen aus Glasfaser, glasfaserverstärktem Polyester und anderen Werkstoffen.

Achse 4 leistete einen Zuschuss in Höhe von 60 % der benötigten 91 000 Euro für Modernisierung und Wärmedämmung der Werkstatt, da die Arbeit mit diesen Werkstoffen (ob in klassischer Schicht- oder in Vakuumbauweise) besonders anfällig für Temperaturschwankungen ist. Die Investition hat zwei neue Arbeitsplätze entstehen lassen, zu denen noch zehn weitere hinzukommen könnten.

„Unsere Fördermaßnahmen kommen zwar größtenteils der Privatwirtschaft zugute, doch zum Programmende hin ist aufgrund unseres fortwährenden Bestrebens, der Fischerei zu helfen, ein wachsender Betrag in den öffentlichen Sektor geflossen", so José Maria da Cunha Costa, Bürgermeister von Viana do Castelo, Vorsitzender des Gemeindeverbands, Präsident der FLAG und zufällig auch Mitglied des Ausschusses für Umweltschutz, Klimawandel und Energie des Komitees der Regionen. *„Das Meer stellt für uns seit Jahrhunderten einen wichtigen Wirtschaftsfaktor dar. Früher waren der Handel mit England und Brasilien sowie die Kabeljaufischerei von Bedeutung. Beides gibt es nicht mehr, aber die handwerkliche Fischerei ist nach wie vor eine tragende Säule der Wirtschaft. Bei uns sagt man, dass hinter jedem Fischer ungefähr sieben Arbeitsplätze stehen. Die mittelständische Fischerei ist eine unverzichtbare Stütze des Fremdenverkehrs- und des Gastgewerbes. Wir wollen sowohl den Fischfang selbst als auch die Infrastruktur so optimieren und modernisieren, dass Preiserhöhungen und Kostensenkungen möglich sind. Achse 4 des EFF hat dazu beigetragen, dass wir Vertreter aller Interessengruppen der kleinen Fischerei an einen Tisch bringen und somit Fischern und Kleinbetrieben konkrete Unterstützung in diesem Bereich bieten konnten. Portugal ist zwar hochgradig zentralisiert, aber dank Achse 4 konnten wir direkt vor Ort schneller und effizienter handeln."*

▶ ▶ ▶

Ein wahrhaft lokaler Ansatz: „Meeresdörfer“

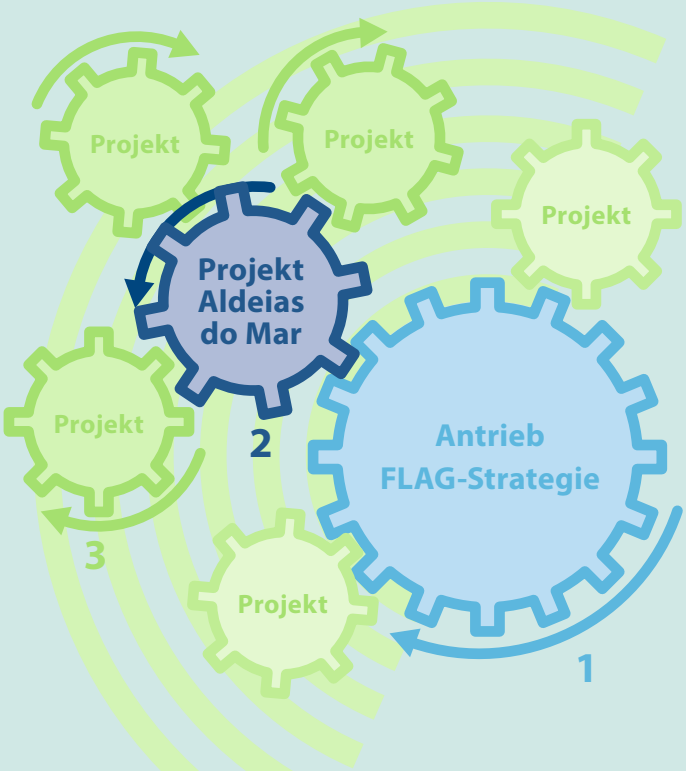
Im Rahmen des Projekts „Aldeias do Mar“ („Meeresdörfer“) wird die regionale Strategie der FLAG Litoral Norte in lokale Strategien für fünf Küstengemeinden unterteilt, die gute Entwicklungschancen und unternehmerisches Potenzial aufweisen. Bei der FLAG verspricht man sich von dieser „Projektgemeinschaft“ einen strategischen Nutzen für den Förderzeitraum 2014-2020.

▲ *Der im Rahmen des Konzepts „Meeresdörfer“ instandgesetzte Fischerhafen in Viana do Castelo*

Antonio Luis Fereira zeigt uns sein „Studienalbum“, in dem er Fotos von den bedeutendsten Natur- und Kulturschätzen der fünf Gemeinden – Esposende, Castelo de Neiva, Ribeira de Viana do Castelo, Vila Praia de Âncoraund Vila Nova Cerveira – zusammengetragen hat. *„Die visuelle Darstellung ist wichtig“*, sagt er. *„Wenn die Einwohner einen Blick in das Album werfen, erkennen sie, wie außergewöhnlich die für sie alltägliche Natur und Architektur eigentlich ist.“*

Fereiras Beratungsgesellschaft hat die Studie durchgeführt, aus der das Meeresdorfprojekt hervorgegangen ist. Im Rahmen des Projekts soll das Potenzial der einzelnen Dörfer durch die Förderung von Unternehmensneugründungen nachhaltig und konsequent erschlossen werden. Dazu wurde zunächst eine regionale Bestandsaufnahme vorgenommen und dann auf deren Grundlage nach förderfähigen unternehmerischen Projekten gesucht.

Die Bestandsaufnahme erfolgte in zwei Stufen. Zunächst fanden zehn öffentliche Anhörungen (zwei je Gemeinde) statt. Anschließend wurden die einzelnen Themen in Gruppen, die auch Gebietsfremde umfassten, detaillierter besprochen. Zusätzlich wurden rund 30 wichtige Beteiligte – Fischer, Unternehmer, Gemeinderatsmitglieder und Stadtplaner – befragt.



„Wir haben uns für einen ganzheitlichen Ansatz entschieden. Wir wollten alle einbinden und dafür sorgen, dass sie ihre Meinung zum Ausdruck bringen konnten. Bei dieser sowohl räumlichen als auch baulichen Bestandsaufnahme haben wir stets auf die Berücksichtigung der unterschiedlichen Wirtschaftssektoren geachtet. Daraus entstanden eine gebietsbezogene ‚Wertekarte‘ und ein Entwicklungsplan für jede der fünf beteiligten Gemeinden“, so FLAG-Mitbegründer Miguel Matos.

Für den unternehmensbezogenen Teil war das gemeinnützige Gründungszentrum IN.CUBO zuständig. Diese Suche nach förderfähigen Projekten gliedert sich ebenfalls in zwei Abschnitte.

Im ersten Abschnitt wurde ein Geschäftsideenwettbewerb („E+PROMAR“) durchgeführt, der im Januar 2014 endete und neun innovative unternehmerische Vorhaben (Nutzung von Seetang, Kur- und Badebetrieb usw.) hervorbrachte, die dem Entwicklungsplan des jeweiligen „Meeresdorfes“ genügten. *„Im zweiten Abschnitt werden diese Vorhaben über die Gründungsphase hinaus so lange unterstützt, bis die Unternehmen den Betrieb aufnehmen“*, so Jorge Miranda, Projektkoordinator bei IN.CUBO.

Mittlerweile orientiert sich die FLAG auch bei der Auswahl ihrer aktuellen Projekte am Meeresdorfkonzept. Mehrere dieser Projekte – etwa die Restaurants „O Pescador“ und „Casa Primavera“ sowie die Sanierung des Fischerviertels in Viana do Castelo *(siehe Foto)* sind Gegenstand dieser Reportage.

1. VORAUSWAHL

Die FLAG Litoral Norte entwickelte ein Projekt gemeinsam mit einer Beratungsgesellschaft und dem KMU-Gründerzentrum http://incubo.eu/.

2. UNTERSTÜTZUNG

Beim Projekt „Aldeias o Mar“ wird die FLAG-Strategie an bestimmten Orten um eine auf KMU ausgerichtete Förderstrategie und entsprechende Förderinstrumente ergänzt.

3. ENDAUSWAHL

Im Januar 2014 wurden neun Projekte für einen zweiten von incubo.eu betreuten Förderabschnitt ausgewählt. Für die FLAG bedeutet das besser konzipierte Projekte unter anderem mit ausgereiften Geschäftsplänen.

▲ *Ein Schauregal im Feinkostgeschäft Causses in Paris*

▲ *Universalfallen für Kraken, Krabben und Hummer*

Vianapesca

Faktoren der Absatzförderung für Fisch aus heimischen Gewässern sind Gastronomie, Direktverkauf, Professionalisierung und natürlich Verarbeitung.

Die Fischereigenossenschaft Vianapesca hat 567 Mitglieder und die gleiche Anzahl an Schiffen. Damit weist sie die größte Flotte in ganz Portugal auf, auch wenn es sich überwiegend um Kutter für die handwerkliche Fischerei handelt.

„Es war unbedingt notwendig, dass wir für unseren Fisch höhere Preise erzielten, und einen Teil des Fangs zu Konserven zu verarbeiten, schien uns zu diesem Zweck gut geeignet“, erläutert Francisco Portela Rosa, Gründer der Genossenschaft und Mitglied der FLAG. *„Eine Studie aus dem Jahr 2012 hat ergeben, dass die portugiesische Konservenindustrie stark wächst.“* Daher hätten die Fischer beschlossen, diesen Markt für sich zu nutzen, und ein spezialisiertes Unternehmen in Porto mit der Verarbeitung von Teilen ihres Fangs zu Konserven beauftragt.

Heute, zwei Jahre später, bietet Vianapesca 17 Artikel an, die von Makrelen- und Thunfischfilets über Sardinenkaviar bis hin zu Schwertfisch reichen. Alle Produkte sind an ihrer aufwändigen Verpackung zu erkennen. Jahr für Jahr werden rund 30000 Dosen hergestellt, die zu 60 % an Touristen verkauft werden. *„Es ist schon vorgekommen, dass Urlaubsgäste mehr als 100 Euro auf einmal für Dosenfisch ausgegeben haben, um ihn mit nach Hause zu nehmen“,* sagt Francisco. *„Gegenwärtig erkunden wir neue Absatzmärkte. Deshalb haben wir im Jahr 2013 an der Boston Seafood Show teilgenommen. Außerdem arbeiten wir mit der Kochschule Viana do Castelo zusammen, die in unserem Auftrag Rezepte für warme Gerichte aus Fischkonserven entwickelt. Wir haben sehr attraktive Ladenvitrinen entworfen, die wir jetzt nach und nach in gehobenen Feinkostgeschäften wie beispielsweise Causses in Paris*[7] *aufstellen.“*

Operation Oktopus

„Vianapesca ist ein gutes Beispiel für Projekte mit direkter Beteiligung der Fischer“, so Cecilia Marques. *„Die Fischer selbst haben für Projektvorstellungen weder die Zeit noch die Mittel. Kein einziger Fischer tritt als Projektträger auf. Die mit dem Fischfang direkt verbundenen Initiativen werden von ihren Berufsvereinigungen getragen.“*

Das gilt auch für ein weiteres Projekt, das auf Wunsch derselben Fischereigenossenschaft ins Leben gerufen wurde und das Thema Krakenfallen zum Gegenstand hat. Als erstes streben die beteiligten Fischer und Wissenschaftler an, sowohl den Bewuchs der aktuell eingesetzten Fallen mit Seetang und Muscheln (insbesondere Entenmuscheln) als auch die Korrosion zu mindern oder zu verhindern: *„Das kostet Zeit und Geld“,* erläutert João Abrantes, Professor für Werkstoffkunde an der polytechnischen Lehranstalt von Viana do Castelo (PLVC). *„Darüber hinaus müssen die Fallen regelmäßig mit einem Produkt gereinigt werden, das stark umweltschädlich ist.“* Das zweite Ziel besteht in der Minimierung des Platzbedarfs für Transport und Lagerung der Fallen.

Daher hat man an der PLVC eine neue Fallenart konstruiert und gemeinsam mit den Fischern einen Prototyp auf See getestet. Das Ergebnis fiel beeindruckend aus: Die Unterwasserbilder zeigten, dass das neue Modell nach drei

▲ *João Abrantes und Eduarda Lima mit den Prototypen ihrer Fallen*

Monaten noch genauso sauber aussah wie am ersten Tag. Die ebenfalls am Projekt beteiligte Forscherin Eduarda Lima stellte in ihrem Labor ein Versuchsmodell und einen Prototypen vor. *„Die Fallen können für Transport und Lagerung zusammengesteckt werden“,* erläutert sie. *„Dadurch verringert sich der Platzbedarf erheblich, was sowohl auf See als auch an Land von Vorteil ist. Das Problem sind die hohen Produktkosten zumindest bei Kleinmengen – 60 Euro statt 30 Euro für die bislang gebräuchlichen Fallen, die von den Fischern oft in Eigenarbeit hergestellt werden. Aber wir sprechen bereits mit der Kunststoffindustrie über größere Produktionsserien.“*

Ein Großteil der Mittel für das von 2013 bis 2015 laufende Forschungs- und Entwicklungsprojekt stammen aus Achse 4 (knapp 50000 Euro). Da alle einheimischen Fischer Kraken fangen und sich die Fallen auch für Krabben und Hummer eignen, ist das Projekt von weitreichendem Interesse.

▶ ▶ ▶

7 Die Premiere bei Causses fand am 27. September 2014 statt. https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/files/documents/FARNET_Newsletter_2014_11_DE.pdf.

▲ *Angeln am Minho*

Ein Gütesiegel für Fisch aus dem Minho

Ein weiteres gemeinsames Projekt von Fischern und Wissenschaftlern, aber auch anderen Beteiligten, ist CertPiscis.

Die im Fluss Minho vorkommenden Fischarten (Neunauge, Aal und Lachs) sind in ganz Portugal und Spanien wegen ihrer hohen Qualität bekannt. Mit dem vom FLAG-Mitglied *Aquamuseu do Rio Minho* (Aquamuseum Minho) koordinierten Projekt CertPiscis sollte die Vorbereitung der Einführung eines Gütesiegels für Fisch gefördert werden. Die Hälfte der Projektmittel in Höhe von 18000 Euro wurde von Achse 4 zur Verfügung gestellt.

„Mit dem Projekt sollte diese Ressource nach den Grundsätzen ‚besser fischen, weniger fangen ' und ‚weniger ist mehr' sowohl bekannt gemacht als auch geschützt werden", erläutert Carlos Antunes, der Leiter des Aquamuseums. *„Das Problem bestand darin, alle an der fischwirtschaftlichen Nutzung des Minhos interessierten Gruppen beiderseits der Grenze zwischen Spanien und Portugal an einen Tisch zu bringen: Berufs- und Freizeitfischer, Einzelhändler, Restaurantbetreiber, Tourismusunternehmen, Umweltschützer und staatliche Stellen. In den Jahren 2011 und 2012 haben wir zehn Treffen organisiert, zwei in jeder der fünf betroffenen Gemeinden. Da das Projektgebiet die letzten 70 Flusskilometer des Minhos umfasst, mussten wir ferner dem Umstand Rechnung tragen, dass die Kooperation im Mündungsgebiet enger ist als flussaufwärts. Am schwierigsten gestaltete sich der Aufbau eines Vertrauensverhältnisses, aber zum Glück brauchten wir nicht bei null anzufangen. Das Aquamuseum organisiert schon seit 2005 Jahrestagungen mit Fischern und Wissenschaftlern. Die Restaurantbetreiber haben ebenfalls sehr wohlwollend auf das Projekt reagiert. Es ist gar nicht so schwer, die Betroffenen zur Mitwirkung zu bewegen; die Schwierigkeit liegt eher darin, in ihnen den Wunsch zu wecken, gemeinsam auf ein und dasselbe Ziel hinzuarbeiten und sich dabei an die gleichen Regeln zu halten, und darin, sie zu der Einsicht zu bringen, dass sie alle in einem Boot sitzen."*

Wassersport

Ein weiteres strategisches Standbein der FLAG Litoral Norte FLAG bildet der Wassersport. Laut FLAG-Präsident José Maria da Cunha Costa hat *„die Bestandsaufnahme durch unsere FLAG unzweifelhaft ergeben, dass unsere Wirtschaft vom Meer und von zwei Branchen abhängig ist: Fischfang und Wassersport. Die weiterführende Schule von Viana do Castelo bietet inzwischen Wassersportkurse an. Im Jahr 2013 meldeten sich 300 Schülerinnen und Schüler dazu an, im Jahr 2014 erhöhte sich die Zahl auf mehr als 1000. Wir sollten in Nordeuropa stärker für unser Wassersportangebot werben und es gleichzeitig verbessern. So gesehen, kann das Kitesurfen als Aushängeschild dienen."*

Pedro Bessa, Anders Modin und Tiago Rocha arbeiten bei der Firma Kook Proof[8]. Sie residiert gleich neben dem Markt in den neuen Geschäftsräumen eines renovierten Gebäudes im Hafen von Esposende. Das Verhältnis der Jungunternehmer zu den einheimischen Fischern ist unübersehbar gut.

„Wir haben als Kitesurfing-Schule angefangen, aber nach zwei Jahren wurden wir zum Komplettanbieter", so Pedro Bessa. *„Wir geben Kurse und vermieten Sportgeräte und Zubehör unter anderem für Kitesurfen, Windsurfen, Stehpaddeln und Mountainbike fahren. Unser Angebot umfasst ferner Fahrdienste, Unterkünfte, Verpflegung und mehr. Dank unserer Website, Mundpropaganda und unserer Kontakte zu Reiseveranstaltern in den skandinavischen Ländern sind wir von 50 Kunden im Jahr 2011 auf 250 im Jahr 2014 gewachsen."*

Der Standort des Unternehmens ist für Wassersport im Allgemeinen und für das Kitesurfen im Besonderen perfekt. In Esposende beschreibt der Fluss Cávado kurz vor seiner Mündung einen 90-Grad-Bogen und formt so die Halbinsel *Praia de Ofir-Restinga*, die über keine Straßenanbindung verfügt. Surfer können den Strand per Boot erreichen – und das wird von einem Fischer gesteuert.

„Das Kitesurfen ist nach der Fischerei unser stärkster Wirtschaftszweig, und beide sind miteinander verzahnt", so Alberto Paquete, stellvertretender Vorsitzender der örtlichen Fischereigenossenschaft. *„Die Kitsurfer interessieren sich für unsere Fischfangkultur. Sie kommen gern zum Markt, sehen beim Fischverkauf zu, beobachten die Kutter beim Einlaufen in den Hafen und besuchen unsere Grillabende, die wir gemeinsam mit Fischern regelmäßig am Strand veranstalten."*

Dieses Verhältnis steht im krassen Gegensatz zu anderen Regionen in Portugal, wo zwischen Fischern und Surfern eine Art „kalter Krieg" herrscht. In Esposende sind Kitesurfer wohlgelitten. Schließlich bezahlen sie für ihr Vergnügen, und wenn einmal kein Wind weht, dann geben sie ihr Geld für etwas anderes aus, das der einheimischen Wirtschaft zugutekommt (Kanu oder Mountainbike fahren, Besichtigungen usw.).

▲ *Das Team von Kook Proof*

„Unsere Kunden haben viele wünschenswerte Eigenschaften“, fährt Pedro fort. *„Kitesurfen ist ein ziemlich teurer Sport, die Ausrüstung kostet mehrere tausend Euro. Wer diesen Sport betreibt, ist deshalb in der Regel gut situiert – er gehört zur Gruppe der ‚Dinks[9]‘ wie es im Marketingjargon heißt. Kitesurfer reisen in Gruppen und geben viel Geld aus. Wenn 15 von ihnen ein Restaurant besuchen, dann reibt sich der Besitzer unter Garantie entzückt die Hände.“*

Im Mai 2011 erhielt das Unternehmen einen Achse-4-Zuschuss in Höhe von 52 000 Euro. Das Geld floss größtenteils in den Kauf von Wirtschaftsgütern, unter anderem in zwei Boote für die Beförderung von Urlaubsgästen. Mit der Investition konnte das Unternehmen zwei Arbeitsplätze schaffen.

„Aus Optimierungsgründen würden wir gern eine ‚Surfpension‘ einrichten, damit wir unsere Gäste nicht mehr wie jetzt auf drei getrennte Häuser zu verteilen brauchen. Wir wollen uns aber nicht vergrößern, sondern lediglich der beste Wassersportanbieter nördlich von Porto werden. Deshalb achten wir besonders auf Qualität und darauf, dass die Region vom Tourismus profitiert. Es erfüllt uns mit Stolz, dass wir in unserer Region der Motor eines klug gestalteten Fremdenverkehrs sind.“

Das für Tourismus, Sport und Jugend zuständige Mitglied des Gemeinderats Rui Pereira teilt diese Meinung: *„Wir sind in der glücklichen Lage, dass wir sowohl einen Fluss als auch das Meer vor der Haustür haben. Der Meerestourismus ist von strategischer Bedeutung, und dank privater Unternehmen wie Kook Proof hat sich der Professionalisierungsgrad in der Branche erhöht. Früher haben wir als Gemeinde alles selbst organisiert, heute beauftragen wir entsprechend spezialisierte Unternehmen. Das ist sowohl professioneller als auch effektiver und bedeutet, dass wir uns im Wesentlichen auf die Koordinierung beschränken können. In Esposende gab es früher nur zwei Unternehmen auf diesem Gebiet; mittlerweile sind es zwölf.“*

An anderen Orten in der Region Litoral Norte hat die FLAG weitere zwölf Projekte gefördert, die Fischerei und Wassersport kombinieren.

FLAG-Präsident José Maria da Cunha Costa fasst es folgendermaßen zusammen: *„Achse 4 des EFF eignet sich perfekt zur Förderung einer ganzheitlichen partizipativen Entwicklung. Jedes Dorf kann mit individuellen wirtschaftlichen, sozialen oder kulturellen Besonderheiten aufwarten. Unser Bestreben geht dahin, dass die bereits existierenden und auch die im Rahmen des Projekts ‚Meeresdörfer‘ entstehenden Unternehmen diese Besonderheiten ins rechte Licht rücken.“* ■

LITORAL NORTE (Portugal)

Fläche:
659 km²

Einwohner:
60 889 Einwohner

Bevölkerungsdichte:
92,4 Einwohner/km²

Budget Achse 4	EUR			
	EU	National	Privat	Summe
Summe	2 230 306	533 210	714 348	3 477 864

KONTAKT
GAC Alto Minho
c/o **Cecilia Marques**
Comunidade Intermunicipal do Minho-Lima (CIM)
Rua Bernardo Abrunhosa, 105
4900-304 Viana do Castelo (Portugal)
Tel. +351 258 800 200
gac@cim-altominho.pt
www.cim-altominho.pt

8 „Kook“ kommt aus dem Amerikanischen und bezeichnet im Jargon der Kitesurfer einen ungeschickten Anfänger.

9 DINKS: Double Income No KidS (dt. Doppelverdiener ohne Kinder)

Akteure

„Fischer sind Pragmatiker; sie brauchen handfeste Beweise dafür, dass sich für sie etwas zum Vorteil verändert."

Interview mit Frédérique Deschamps, Gala Martinez und Manuela Sampaio,

FLAG-Managerinnen aus Frankreich, Spanien und Portugal

Anlässlich des von FARNET finanzierten Seminars „SouthWest-FLAG.Lab" vom 22. bis 23. September in Barcelona haben wir drei FLAG-Managerinnen mit unterschiedlichem geografischem, persönlichem und beruflichem Hintergrund befragt. Frédérique Deschamps, Gala Martinez und Manuela Sampaio sprachen über ihre Herkunft und ihren Werdegang, über ihre Erfahrungen und über die persönlichen Aspekte ihrer Arbeit in den letzten Jahren. Sie gewährten aber auch interessante Einblicke in ihre Leidenschaft und ihre Begeisterung für das Programm und in ihre Vorstellungen von dessen Zukunft.

FARNET Magazin: Gala, Manuela, Frédérique, hallo und herzlich willkommen in Barcelona und beim FARNET Magazin. Vor einigen Monaten schlug ein Teilnehmer unserer Online-Umfrage vor, doch einmal Interviews mit jenen zu führen, die FARMET „machen". Das wollen wir hiermit tun. Könnten Sie sich und Ihre Arbeit zunächst kurz vorstellen?

Manuela: Ich leite die FLAG Além-Tejoin Portugal und habe Betriebswirtschaft studiert. Als ich im Jahr 2000 bei der Agencia ADREPES im Bereich lokale Entwicklung zu arbeiten begann, wurde ich deshalb mit kaufmännischen Aufgaben betraut. Aber auch wenn man sich fachlich auskennt, ist die Arbeit mit Berufsfischern und Fischwirtschaftsgemeinden noch einmal etwas ganz anderes. Die Fischerei ist ein hartes Geschäft mit willensstarken Persönlichkeiten und einem ausgeprägten Korpsgeist, und wenn man es falsch anfasst, kann es passieren, dass man keinen Zugang findet. Ich konnte mich zwar auf 14 Jahre Erfahrung in der ländlichen Entwicklung stützen, musste mich aber auf andere Regeln, Verhaltensweisen und Verhältnisse einstellen. Unter dem Strich allerdings ergeben sich bei einem Vergleich meiner früheren Leader-Tätigkeit mit meiner Aufgabe bei der FLAG viele Gemeinsamkeiten. Mit Fischern muss man wie mit den Landwirten Geduld haben, man muss gut vermitteln und ihnen verständlich machen können, was für sie am Ende herausspringt.

Gala: Ich leite die FLAG Delta del Ebro in Katalonien in Spanien. Als ich dort anfing, war das für mich eine völlig neue Welt. Ich habe Forstwirtschaft studiert. Deshalb wusste ich, als ich im Jahr 2012 als FLAG-Managerin anfing, zwar viel über Bäume, aber rein gar nichts über Fisch. Noch schlimmer war, dass die Fischer mich nicht kannten. Ich kam mir vor wie eine Nussschale im Ozean. Deshalb bestand die schwierigste Aufgabe für mich zunächst darin, mir ein neues Image zu erarbeiten – vom Fremdling zum allgemein anerkannten Mitglied der Gemeinde –, und das ging nur in Trippelschritten.

Frédérique: Anders als Gala habe ich mich, als ich im Jahr 2010 die Leitung der FLAG Three Estuaries (*Pas de Calais, Frankreich*) übernahm, wie ein Fisch im Wasser gefühlt. Ich war zuvor sieben Jahre beim Amt für Tiefseefischerei als Projektleiterin für vorgeschobene Flottenstützpunkte in Schottland sowie in Saint-Pierre und Miquelon, einem französischen Fischereivorposten im Nordatlantik, tätig gewesen. Diese Erfahrung kam mir zugute, als ich wieder auf dem Festland arbeiten wollte, denn sie trug dazu bei, dass die französische Fischereibehörde meine Bewerbung als FLAG-Managerin positiv beschied. Meine Erfahrung hat mir in der Branche auch schnell viele Türen geöffnet.

Gala: Ja, das ist wirklich etwas ganz anderes. Aber ich stellte fest, dass meine Stellung als „Außenseiterin" bisweilen sogar von Vorteil war. Ich galt dann als neutrale Akteurin, die weder eigennützige Interessen verfolgte noch die eine oder andere Interessengruppe begünstigte.

Frédérique, ist Ihr „Stallgeruch" für Sie ein Problem gewesen?

Frédérique: Nein, eigentlich nicht – vielleicht deshalb nicht, weil ich schon sehr früh Kontakte geknüpft und unaufgefordert das Gespräch mit den Akteuren aus anderen Wirtschaftszweigen sowohl innerhalb als auch außerhalb des FLAG-Gebiets gesucht habe. Beispielsweise mit den benachbarten Leader-Gruppen; ich habe sie aufgesucht und sie gefragt, ob ich ihre Arbeitsergebnisse und ihre Arbeitsmethoden als Beispiele für meine Fischwirtschaftspartner und potenzielle Förderberechtigte verwenden dürfe. Ich würde jedem, der ohne Erfahrung in der Fischwirtschaft eine solche Tätigkeit aufnimmt, folgenden wichtigen Rat geben: Seien Sie im Umgang mit Fischern praxisorientiert, zeigen Sie ihnen ganz konkret auf, wie etwas funktioniert, und zwar auch anhand von Beispielen aus anderen Bereichen wie beispielsweise der ländlichen Entwicklung. Fischer sind Pragmatiker; sie brauchen handfeste Beweise dafür, dass sich für sie etwas zum Vorteil verändert.

Frédérique Deschamps

Gala Martinez

Manuela Sampaio

Und nun eine schwierige Frage an Sie drei: Welches von Ihrer FLAG geförderte Projekt hat für Sie die größte Bedeutung?

Manuela: Wir haben viele verschiedene Projekte mit unterschiedlichen Zielen und von unterschiedlicher Komplexität gefördert. Mein Lieblingsprojekt begann mit der simplen Idee, die Absatzwege zu verkürzen. Da in Portugal der gesamte angelandete Fisch auf Auktionen verkauft werden muss, können die Fischer schwerlich einen Direktverkauf organisieren. Deshalb bildete einer von ihnen einen Zusammenschluss aus Fischern, deren Kutter weniger als zwölf Meter lang sind. Bei ihnen kann man bis donnerstags Bestellungen aufgeben, dann ersteigern sie ihren eigenen Fang auf der Auktion am Freitag und liefern die bestellte Ware 24 Stunden nach der Anlandung an ihre Kunden aus. Darüber hinaus haben die Projektträger eine Zertifizierung der Nachhaltigkeit und Tragfähigkeit des Betriebs beantragt und neuartige Verpackungen entwickelt. Das Unternehmen beschäftigt umgerechnet drei Vollzeitarbeitskräfte. Es hat den Umsatz seit dem Jahr 2012 verdreifacht und außerdem Kooperationsverträge mit Naturkostläden in Lissabon geschlossen. Einfach, aber effektiv!

Gala: Für mich ist es schlichtweg unmöglich, ein Projekt hervorzuheben. Alle Beteiligten, alle Projekte haben ja etwas bewirkt. Wir konnten in unserem Gebiet rund 60 Arbeitsplätze schaffen, die unmittelbar oder mittelbar mit Aquakultur und Fischerei zusammenhängen. Wenn ich jetzt unbedingt ein Projekt auswählen müsste, dann könnte es das Projekt Mirador Badia sein, bei dem Fischzüchter und Restaurantbetreiber gemeinsam eine Aussichtsplattform errichtet haben, die sich zum Besuchermagneten und zur Kultstätte entwickelt hat.[10] Ich möchte auch betonen, dass dieses Projekt unmittelbar aus der Zusammenarbeit mit der Regionalverwaltung in dem Bestreben herrührt, Katalonien für den Pescatourismus zu öffnen.

Frédérique: Ich weiß genau, welche Wirkung Projekte auf die Lebensqualität in unseren Fischwirtschaftsgemeinden entfalten können. Bei einem meiner Lieblingsprojekte haben Fischer aus Le Crotoy ihre Verkaufsplätze im Hafen neu hergerichtet. Dadurch konnten sie sowohl ihre Arbeitsbedingungen und ihr Image bei der Kundschaft wesentlich verbessern als auch eine Brücke zur Gemeinde schlagen, die das Projekt zwar befürwortete, es aber aufgrund knapper Haushaltsmittel nicht fördern konnte. Die finanzielle Unterstützung durch Achse 4 hat somit dazu beigetragen, staatliche Stellen und Fischer für ein gemeinsames Ziel zusammenzubringen.

Das hört sich zwar alles gut an, aber wären diese Projekte vielleicht nicht auch ohne die FLAG zustande gekommen? Was glauben Sie, Gala?

Gala: Ich bezweifle es. Zunächst einmal wegen der wichtigen Änderungen regionaler Vorschriften, die auf die Arbeit der FLAG zurückzuführen sind, und wegen der Anregung gebenden Modelle in anderen FLAG-Gebieten der EU. Aber auch, weil es ohne die strukturierte sektorübergreifende und finanzielle Unterstützung durch die FLAG den Verantwortlichen sicher schwerer gefallen wäre, sich auf ein gemeinsames Ziel zu einigen.

Manuela: In unserem Fall begann das Projekt ohne Förderung durch die FLAG. Der Unternehmensgründer handelte sehr vorausschauend, hatte klare Vorstellungen und wollte sein Ziel mit oder ohne Förderung erreichen. Die FLAG hat jedoch maßgeblich dazu beigetragen, dass er sowohl geografisch als auch technisch expandieren und seinem Unternehmen so weiteres Wachstum sichern konnte.

Frédérique: In unserem Fall ist es eindeutig: Ohne die FLAG hätte es nicht geklappt.

Sprechen wir über Fachkompetenz. In ein paar Stunden werden Sie gemeinsam mit Vertretern anderer FLAG in einer Arbeitsgruppe das „FLAG-Dreamteam und die perfekte Partnerschaft" konzipieren. Können Sie mir sagen, welche Fähigkeit für Sie bei Ihrer Arbeit als FLAG-Managerin am nützlichsten gewesen ist, und welche Ihnen gefehlt hat?

Manuela: In aller Bescheidenheit? Geduld und Verhandlungsgeschick! Damit konnte ich Fischer dazu bringen, miteinander zu reden und sich in ihrem Metier einzubringen, was inzwischen dazu geführt hat, dass uns Fischereivereinigungen als Moderatoren in ihren Gremien haben möchten – vielleicht sollten wir deshalb in den nächsten Jahren einfach überall mitmischen? (Lacht.) Ganz im Ernst: Meiner Meinung nach ist es – wie Gala schon sagte – wichtig, dass man uns als neutral wahrnimmt. Das kann in Diskussionen helfen, aus alten Gewohnheiten resultierende starre Positionen aufzubrechen. Welche Fähigkeiten mir gefehlt haben, kann ich nicht mit Bestimmtheit sagen – meines Erachtens müssen FLAG-Manager wirklich alles in die Waagschale werfen, was sie an Fähigkeiten und Kenntnissen besitzen. Ich hoffe, dass uns die nationalen Verwaltungsstellen in der nächsten Programmperiode im wahrsten Sinne des Wortes hundertprozentig Rückendeckung geben. In Portugal beispielsweise werden nur 90 % der Anlaufkosten aus dem FLAG-Budget bezahlt, so dass wir die restlichen 10 % aus anderen Quellen beschaffen mussten. Das sollte nächstes Mal anders sein.

10 Siehe FARNET Magazin Nr.°9, Seite 15.

▶ ▶ ▶

Gala: Ich glaube, meine wichtigste Eigenschaft war die Neugier, war mein ungekünsteltes Interesse an vielen verschiedenen Dingen. Was die fehlenden Fähigkeiten angeht, so sind es schlichtweg zu viele, als dass ich sie hier aufzählen könnte. (Lacht.)

Frédérique: Was die Fähigkeiten betrifft, so hat der Umstand, dass ich schon einige Zeit in der Branche tätig gewesen war, ganz zweifelsohne dazu beigetragen, dass ich schneller anerkannt wurde. Zudem kam mir meine Erfahrung als fischwirtschaftliche Projektleiterin im Umgang mit Verwaltungsprozessen zugute. Mein Schwachpunkt lag eher in der Kommunikation. Allerdings fehlte es auch an Hilfen zum Ausgleich dieser Schwäche. Meiner Meinung nach hätte es geholfen, wenn uns unsere nationalen Institutionen eine „Kommunikationsausrüstung" oder „Projektleitungsausrüstung" mitgegeben hätten, die uns bei der Konzeption lokaler Werbe- und Aufklärungskampagnen von Nutzen gewesen wären.

Gala, Sie sind zwar „neu" in diesem Geschäft, aber unter Ihrer Leitung der FLAG sind 68 Projekte ausgewählt worden, eine durchaus beachtliche Zahl. Wie haben Sie das geschafft?

Gala: Nachdem das Eis gebrochen war und beide Seiten Vertrauen gefasst hatten, ging alles viel schneller. Aber es war auch unerlässlich, Tag für Tag Kontakt zu halten, beharrlich zu bleiben, neugierig und lernbegierig zu sein, um die Welt der Fischerei zu verstehen. Man muss sich gleichsam mit Haut und Haar auf das Thema einlassen. Außerdem hat der Vorstand maßgeblich dazu beigetragen, dass die FLAG ihre Arbeit aufnehmen konnte. Wir haben uns alle zwei Monate mit allen Partnern getroffen und uns nach Kräften um die Herstellung eines Gemeinschaftsgefühls bemüht, und wir haben die Fischer über den Umweg der Cofradías[11] regelmäßig über den Fortschritt der lokalen Entwicklungsstrategie, über die vorgeschlagenen Projekte und über alles Weitere von Belang informiert.

Die richtige Vermittlung dessen, was eine FLAG anstrebt, ist für den Erfolg von Achse 4 offenbar sehr wichtig. Auf welche ‚Geheimwaffen' setzen Sie dabei? Wie haben Sie die Chancen so verdeutlicht, dass die Aufmerksamkeit in Ihren Gemeinden geweckt war?

Gala: Wenn wir beider FLAG Delta del Ebro FLAG einen Projektaufruf veröffentlichen, laden wir jedes Mal Sektorenvertreter zu einer Vorabkonferenz ein. Dort erläutern wir ihnen die in unserer Strategie umrissenen Maßnahmen und verdeutlichen, welche Art Projekte wir uns wünschen.

Frédérique: Wir haben den einfachen Weg gewählt und dem persönlichen Kontakt den Vorzug gegeben, um maximales Interesse zu erzeugen. Wir haben eine Überfrachtung durch zu viele offizielle Zusammenkünfte vermieden und vierteljährlich ein Rundschreiben herausgegeben. Aber es fehlte uns an Mitteln. Sonst hätten wir viel öfter an Ort und Stelle an Besprechungen und Veranstaltungen teilnehmen und Resultate präsentieren sowie wesentlich mehr online veröffentlichen können.

11 Cofradías ist das spanische Wort für Fischereigenossenschaften.

Manuela: Man muss auf der persönlichen Ebene Vertrauen schaffen, und die Fischer müssen davon überzeugt sein, dass sie sich auf uns verlassen können. Das gleiche gilt für die Kommunikation – es ist wichtig, dass man zuverlässige Kommunikationswege und „Verstärker" nutzt. Die Einbeziehung der Berufsgenossenschaft, des Erzeugerverbands oder der Gemeindeverwaltung ist von großem Nutzen, wenn man die Aufmerksamkeit potenzieller Begünstigter erringen will. Außerdem binden wir die Fischer ein, vor allem bei von der FLAG selber vorgeschlagenen Projekten, denn wenn wir sie nicht in den Mittelpunkt stellen, laufen wir Gefahr, dass sie uns ihr Vertrauen entziehen. Wir versuchen ferner, sie nicht mit Informationen und Sitzungen zu überfrachten. Und, was ganz wichtig für eine FLAG ist, wir gehen aus! Wir lassen uns auf so vielen örtlichen Veranstaltungen sehen wie möglich, bei Festlichkeiten, Einweihungen, Abendgesellschaften… mit unserer Fischereigemeinde lässt es sich gut feiern!

Nutzen Sie die sozialen Medien? Wenn ja, wie? Und wenn nein, warum nicht?

Gala: Nein, wir setzen ganz auf Präsenzsitzungen, die Lokalpresse und das unverbindliche Gespräch. Unterschätzen Sie nie die Wirkung der guten alten Plauderei am Rande einer Partie Schach im Hafen! Mit mehr Zeit und Personal in der FLAG hätten wir ganz bestimmt auch die Online-Kommunikation genutzt. Aber ich bin allein dafür zuständig und hätte trotz aller guten Vorsätze nicht mehr tun können.

Frédérique: Bei mir ist es genauso wie bei Gala. Wir haben nicht einmal eine Website. Die hätte mir schon gefallen, allein um unsere Arbeit zu erläutern und deutlich zu machen, welche Möglichkeiten Achse 4 für die Region bietet.

Manuela: Wir sind in der glücklichen Lage, dass einer unserer Kollegen bei der Agentur für lokale Entwicklung, der unsere FLAG zugeordnet ist, „fachübergreifend" in elektronischen Mitteilungen und sozialen Gemeinschaften über unsere Maßnahmen berichtet. Indem wir beispielsweise bei Facebook aktiv gewesen sind, haben wir unseren Bekanntheitsgrad steigern können. Ein Rundbrief ist zwar nützlich, aber über die sozialen Medien ziehen unsere Informationen viel weitere Kreise und erreichen Bevölkerungsgruppen, die man mit einem „gewichtigeren" Medium nicht hätte ansprechen können, oder an deren Ansprache man gar nicht erst gedacht hätte. Deshalb sollte man die sozialen Medien definitiv nutzen.

Sprechen wir über die Gegenwart und die nahe Zukunft. Frédérique, können Sie mir sagen, was die einheimische Fischwirtschaft vom nächsten EMFF erwartet? Wie ist die Gefühlslage?

Frédérique: Kontinuität und Fortschritt. Das Konzept steht, die Fischer wollen mehr Mittel für anspruchsvollere Projekte und über die künftige FLAG Partnerschaften mit anderen Interessengruppen eingehen. Insbesondere mit Forschungspartnern wie beispielsweise IFREMER und dem Aquakultursektor – mit den Muschelzüchtern, um genau zu sein. Dafür fehlten uns in der abgelaufenen Periode die Mittel, aber das wird in der nächsten hoffentlich anders. Die Fischer wünschen sich ferner eine bessere Struktur in der Kleinfischerei, so dass sie beispielsweise Gütesiegel entwickeln könnten.

Gala, Manuela, Sie kommen aus Regionen mit starkem Fremdenverkehr. Wird der Tourismus „meeresfreundlicher"? Wie entwickelt sich bei Ihnen der Aquakultursektor?

Gala: Bei uns wächst die Tourismuswirtschaft von Tag zu Tag. Unserer Meinung nach hat die FLAG bewirkt, dass die Fischfang- und Aquakulturbetriebe inzwischen ein größeres Stück vom Kuchen bekommen. Wir haben den Fischern geholfen, dabei zu sein und sich neue unternehmerische Möglichkeiten etwa im Pescatourismus zu erschließen. Ja, doch, vermutlich führt das alles zu einem eher ganzheitlich geprägten Küstentourismus, in dem alle lokalen Interessen besser abgebildet sind.

Manuela: Wir wünschen uns in der nächsten Periode eine bessere Zusammenarbeit zwischen Aquakultur und Fischerei. Auf der Halbinsel Setúbal beispielsweise ist der Aquakultursektor unzureichend organisiert. Es gibt viele Einmannbetriebe, die keiner Vereinigung angeschlossen sind. Das könnte in der nächsten Programmperiode ein Förderungsschwerpunkt für uns werden.

Was wird sich für Sie im Rahmen des neuen Konzepts einer von der Bevölkerung betriebenen lokalen Entwicklung (engl. Community-Led Local Development, Abk. CLLD) ändern, und wie bereitet man sich in Ihrer jeweiligen Region darauf vor?

Manuela: Es könnte sich vieles ändern, hoffentlich zum Besseren. So werden wir in Portugal fondsübergreifend Mittel aus EMFF, ESF und EFRE in Anspruch nehmen können. Wir glauben, dass wir auf unserer Ebene alles Mögliche dafür getan haben; wir haben während der Ausgestaltung des Partnerschaftsvertrages unsere Vorstellungen und unsere Haltung dargelegt und an den Sitzungen der Verwaltungsbehörde in Lissabon teilgenommen, zu denen wir eingeladen wurden oder uns bisweilen selbst eingeladen haben (lacht). Das hat uns auf lokaler Ebene weitergebracht und uns in die Lage versetzt, eine erste Fassung der lokalen Entwicklungsstrategie auszuarbeiten, die der Region am 4. Dezember vorgestellt wird. Bei der Verwaltungsbehörde hat man unsere Empfehlungen offenbar teilweise erhört und wird sie über das operationelle Programm (OP) hoffentlich in konkrete Maßnahmen umsetzen.

Manuela, inwiefern würde der fondsübergreifende Ansatz Ihrer künftigen FLAG helfen?

Manela: Unsere Region Alentejo ist überwiegend ländlich geprägt und nur dünn besiedelt, aber unser Nachbar im Norden ist genau das Gegenteil – Lissabon, ein großes und dicht bevölkertes städtisches Gebiet. Wir sehen Möglichkeiten für starke Anknüpfungspunkte zwischen Förderprogrammen für städtische und stark entwickelte Gebiete und Programmen für ländlich und fischwirtschaftlich geprägte Regionen. Die Errichtung neuer Absatzketten für Lebensmittel wie bei dem Projekt, das ich eben beschrieben habe, bietet unübersehbar die Chance für eine engere Abstimmung.

Gala: Wir stecken in den Vorbereitungen und befinden uns in einer vergleichbaren Situation, auch wenn unser Entwurf für die lokale Entwicklungsstrategie noch nicht so weit gediehen ist. Es finden jedoch Strategiesitzungen mit den Fischern statt, und eigentlich warten wir gegenwärtig alle nur auf zweierlei: das OP und das Budget. Sie wollen wissen, ob – und hoffen, dass – für CLLD mehr Mittel zur Verfügung stehen.

Frédérique: Wir sind genauso weit wie Galas FLAG. Bei uns beharren die Fischer darauf, dass die Förderregion vergrößert werden und mehr Gemeinden umfassen sollte.

Welche Veränderung wünschen Sie sich im Zusammenhang mit CLLD?

Frédérique und Manuela (gleichzeitig): Mehr Zusammenarbeit!

Nun, darin sind Sie sich offenkundig einig. Können Sie das präzisieren?

Frédérique: Wir hätten gern bessere und einfachere Rahmenbedingungen für den Aufbau einer Zusammenarbeit beispielsweise mit den Leader-LAG. Unserer Auffassung nach waren unsere nationalen Vorschriften in dieser Hinsicht nicht eindeutig genug, was meiner Meinung nach viele einheimische Gruppierungen von der Mitarbeit abgehalten hat, obwohl sie Ideen hatten und die Partner bereit waren.

Manuela: Wir hatten das Gefühl, dass wir mit unseren Initiativen zur Förderung der Zusammenarbeit – auch wenn es sich dabei überwiegend um Studienaufenthalte handelte – unsere Fischer in die Lage versetzt haben, über den Tellerrand zu schauen und andere strategische Ziele der lokalen Entwicklung, die auf dem Papier bisweilen abstrakt oder stark verallgemeinernd wirken, anhand operationeller Beispiele zu betrachten.

Unser Gespräch hat mir viel Spaß gemacht. Ich hoffe, das SouthWest FLAG.Lab und die Zukunft Ihre Erwartungen erfüllen. Möchten Sie abschließend noch etwas sagen?

Manuela: Ich würde sagen „Warum kompliziert, wenn's auch einfach geht"? Ganz im Ernst: Wir brauchen zukünftig mehr Achse 4, aber bitte nicht zu kompliziert!

Gala, **Frédérique**: Wir würden unsere abschließenden Worte an die Fischwirtschaft richten und ihr sagen: Glauben Sie an sich! Sie können etwas verändern, ohne Ihre Traditionen zu Grabe zu tragen. Achse 4 beziehungsweise CLLD ist ein tolles Instrument für Sie und wird so gut und so wirkungsvoll sein, wie Sie es machen. ■

Das Interview wurde in englischer, französischer und portugiesischer Sprache am 22. September 2014 geführt.

Bericht

OPTIMIERUNG VON ACHSE 4 DES EFF IN HIIUMAA [ESTLAND]

Ein guter Fang

Fischer auf der estnischen Insel Hiiumaa haben das Beste aus den Möglichkeiten gemacht, die Achse 4 des Europäischen Fischereifonds (EFF) ihnen zur Steigerung der Wertschöpfung bietet. Sie haben unter anderem Häfen modernisiert, touristische und andere neue Märkte einschließlich des Pescatourismus erschlossen und gastronomische Veranstaltungen organisiert, um eine Sensibilisierung für die Bedeutung der Fischerei zu bewirken.

▲ *IndrekKaaramees und sein Fischer-Orchester*

Indrek Kaaramees ist der Inbegriff eines Tausendsassas: Er ist Fischer, Unternehmer, Mechaniker, Musiker und Gründungsmitglied der FLAG Hiiukala auf der Insel Hiiumaa. Außerdem ist er ein glücklicher Mensch, denn *„der Fisch ist zurück! Von Januar bis Juni 2014 haben wir hier in Orjaku 35 Tonnen Sprotten, Hornhecht, Hecht und vor allem unsere wichtigste Art Kaiserbarsch angelandet. In den vergangenen Jahren waren die Bestände und dementsprechend die Fangmengen sehr gering. Nun sehen sich alle bestätigt – die Fischer ebenso wie die Gemeinde, die erst mühsam überzeugt werden musste, ehe sie Geldmittel für die Hafenerweiterungen zusagte. Auch das war eine kluge Entscheidung."*

In Zeiten der Sowjetunion, als die Insel größtenteils nur dem Militär und der einheimischen Bevölkerung zugänglich war, gab es in Orjaku einen Fischerhafen. Als Estland 1990 die Unabhängigkeit erlangte, wurde der Hafen an eine Privatperson verkauft, die dort keine Fischer mehr wollte. Später wurde auf einem brachliegenden Gemeindegrundstück ein neuer Fischerhafen gebaut. Dank der Zusammenarbeit innerhalb der FLAG haben die einheimischen Fischer die Gemeinde inzwischen dazu bewegen können, die Hafenanlagen komplett zu sanieren und um einen Jachthafen zu erweitern. *„Es war die Kombination aus Tourismus und Fischfang, mit der wie die Gemeinderatsmitglieder auf unsere Seite gezogen haben"*, betont Indrek.

Mit Kofinanzierung aus Achse 4 in Höhe von 355 536 Euro wurde das Projekt von 2010 bis 2013 in drei Phasen realisiert. Zunächst wurden die trennenden Ufermauern und Anlegestellen zwischen dem Fischer- und dem Jachthafen ausgebaut, dann wurden die notwendigen Versorgungsleitungen (Wasser, Strom usw.) gelegt, und zuletzt folgte die bauliche Infrastruktur. Sie umfasst ein Gebäude für die Berufsfischer mit Werkstattflächen, Kühl- und sonstigen Lagerräumen, einem Büroraum und einem Besprechungszimmer sowie ein von der Gemeinde renoviertes, sehr attraktives Veranstaltungszentrum mit einem Restaurant, einem Festsaal, einem Ladengeschäft für einheimische Produkte und einer Touristeninformationsstelle. Ein Teil der Projektmittel stammte aus anderen EU-Fonds wie etwa Leader. *„Unsere Arbeitsbedingungen und unsere Wettbewerbsfähigkeit haben sich infolge des Projekts so auffallend verbessert, dass sich zwei Jugendliche als Auszubildende gefunden haben. Das passiert hier nicht gerade häufig."*

▲ *Der komplett erneuerte Fischerhafen von Orjaku*

Die neuen Hafenanlagen kommen heute rund 15 Fischern zugute. Was diese an Kaiserbarsch anlanden, geht praktisch vollständig zu einem guten Preis an einen Fischverarbeitungsbetrieb in Pärnu und von dort größtenteils als Filet in die Schweiz. *„Alle anderen Fischarten können wir dank der neuen Anlagen bis zur Tourismussaison, die von Juni bis August dauert, konservieren oder aber vor allem im Frühjahr direkt verkaufen. Die einheimischen Kunden und die Urlaubsgäste kennen die Anlegezeiten genau, und manchmal ist der gesamte Fang binnen einer halben Stunde ausverkauft. Wenn das so weitergeht, können wir schon bald selbst einen Verarbeitungsbetrieb gründen. Das ist unser nächstes Ziel. Ich bin optimistisch, denn dank der Bestandserholung und der neuen Hafenanlagen liegt die schwere Zeit hinter uns."*

Ein weiteres Indiz für bessere Zeiten ist das jährlich veranstaltete Hornhechtfest, das seit 2010 immer in der letzten Maiwoche in Orjaku stattfindet. Im Jahr 2014 wird es mit 9 030 Euro aus Achse 4 bezuschusst. Der Besucherkreis umfasst rund eintausend Gäste und 250 Hobbyangler, die an einem Wettangeln teilnehmen.

Abstimmung von Fischfang- und Tourismussaison

Auf Hiiumaa, 22 km vor dem Festland gelegen und mit einer Fläche von 1 000 km² die zweitgrößte Insel der estnischen Inselgruppe, gehen noch rund 160 Fischer ihrem Beruf nach. Das Brackwasser der Ostsee und die zahlreichen großen und kleinen Buchten der Inselgruppe bescheren der Region eine sehr große Artenvielfalt. *„Aber anders als der Tourismus hat die Fischerei ihre Hochsaison im Frühjahr und Herbst"*, erläutert FLAG-Koordinatorin Tuuli Tammla. *„Zudem ist die einheimische Bevölkerung finanziell nicht auf Rosen gebettet und gönnt sich nur einmal die Woche Fisch. Deshalb sind die mit Fördermitteln aus Achse 4 erworbenen Anlagen – Gefrierkammern, Gefrierfächer, Trocknungsanlagen usw. – so wichtig. Sie garantieren die Lagerfähigkeit des Fangs und machen es möglich, von der Touristensaison im Sommer zu profitieren. Diese bessere Abstimmung zwischen Fischfang- und Fremdenverkehrssaison ist ein Kernelement unserer Strategie."*

Die FLAG wurde im Jahr 2008 von 20 Fischern, den vier Inselgemeinden und mehreren Unternehmen und Verbänden (Hafenbetreiber, Segelsportverein, Aquakulturwirtschaft usw.) gegründet. Sie hat heute 89 Mitglieder. *„Davon sind 80 % direkt oder indirekt der Fischwirtschaft zuzurechnen"*, erläutert Tuuli.

▲ *Einheimische Fischer vor dem Ausbooten im neuen Hafen von Orjaku*

Mehrere Sitzungen zu Programmbeginn mündeten in eine Strategie mit den fünf Schwerpunktbereichen Hafenmodernisierung, Aufwertung der einheimischen Fischerei durch Verarbeitung und Direktverkauf, fischwirtschaftlicher Tourismus (einschließlich des in Estland zulässigen Pescatourismus), Diversifizierung der Fischwirtschaft sowie Ausbildung und Sensibilisierung. Auf dem Feld Ausbildung haben bereits zahlreiche Veranstaltungen stattgefunden, beispielsweise Schulungen zu den Themen umweltfreundliches Bauen für Fischer und Zubereitung von Fischgerichten (160 Stunden in Theorie und Praxis) sowie Informationsveranstaltungen in den Inselschulen zum Thema Fischfang.

▶ ▶ ▶

▲ *Mehrere alte Fischerhäuser sind zu Pensionen umgebaut worden*

Das Erfolgsgeheimnis: ehrenamtliche Arbeit

Die FLAG Hiiukala und die Träger ihrer flankierenden Projekte sind in der glücklichen Lage, dass sie sich auf die Unterstützung vieler ehrenamtlicher Helfer verlassen können.

Die ehemalige Lehrerin Kaja Hiis hilft ehrenamtlich bei allen Maßnahmen der FLAG Hiiukala aus, obwohl sie kein Mitglied ist. *„Ich tue das, weil es mir Spaß macht und meine Familie seit Generationen auf der Insel lebt. Ich bin früher selbst mit meinem Onkel zum Fischen hinausgefahren, es liegt mir im Blut. Aber vor allem habe ich im Ansatz von Achse 4 eine echte Chance gesehen, an der Weiterentwicklung meiner Gemeinde teilzuhaben."*

Kaja, die an einer Schulung zum Thema Wertschöpfung in der handwerklichen Fischerei teilgenommen hat, unterstützt die FLAG und fungiert überdies als Beraterin. *„Sie ist gewissermaßen unser Kontakt zur Außenwelt"*, erläutert FLAG-Koordinatorin Tuuli Tammla.

Besonders stolz war Kaja, als sie die FLAG im Januar 2014 auf der wichtigen Ernährungs- und Landwirtschaftsmesse „Internationale Grüne Woche" in Berlin repräsentieren durfte. *„Ich war zusammen mit einem Fischer dort, und wir hatten beide das Gefühl, dass unsere Arbeit in Hiiumaa auch im Ausland etwas bewirken könnte."*

Kaja hat klare Vorstellungen davon, wie die Herausforderungen in den Fischwirtschaftsgemeinden der Insel zu meistern sind. *„Fischer, Restaurantbetreiber, Hoteliers, Reiseveranstalter und Konsumenten müssen enger zusammenrücken und enger zusammenarbeiten. Die Jugend muss über die Bedeutung der einheimischen Fischwirtschaft aufgeklärt werden. Die Fischerei selbst braucht einen moderneren, attraktiveren Anstrich. In dieser*

Hinsicht hat mich das deutsche Projekt ‚Fisch Vom Kutter'[12] sehr beeindruckt, das unlängst dem Landwirtschaftsministerium in Tallinn vorgestellt wurde. Indem sich die Fischerei neuer technischer Errungenschaften bedient, wird sie ‚trendy' und möglicherweise attraktiv für junge Menschen."

Tuuli Tammla zufolge kann sich die FLAG Hiiumaa auf mehrere Dutzend ehrenamtliche Helferinnen und Helfer stützen. Es seien *„häufig die Ehefrauen unserer Fischer oder andere Familienmitglieder, aber auch viele ganz gewöhnliche Bürgerinnen und Bürger wie Kaja, die der Gemeinde und der Fischwirtschaft einfach nur helfen wollen. Ich weiß zwar nicht, was man bei anderen FLAG von ehrenamtlicher Arbeit hält, aber ich betrachte sie als unersetzlich, und das nicht nur bei der Ausrichtung von Festen und sonstigen Veranstaltungen. Sie ist der Wesenskern einer Region. Sie ist ebenso sehr ihre Stütze wie auch ihr Spiegel."*

12 https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/fish-cutter-flag-aktivregion-ostseek%C3%BCste-de

Anpassung

Sieben der zwölf Häfen auf der Insel reichten Projektvorschläge ein, die angenommen wurden. Sie betrafen wie im Fall Orjaku überwiegend die Ausstattung der Häfen mit Konservierungseinrichtungen und Lagerflächen, um die Möglichkeit zum Direktverkauf und zur Belieferung von Restaurants in der Urlaubssaison zu erschließen. Die Pläne zur Ausweitung der Verarbeitungskapazität mussten jedoch abgespeckt werden. *„Zu Zeiten der Sowjetunion gab es auf der Insel eine große Fischverarbeitungsfabrik, aber die hat im Jahr 2005 den Betrieb eingestellt, wodurch mehrere hundert Arbeitsplätze verloren gingen“*, erläutert Tuuli. *„Heute gibt es nur noch vier kleine Verarbeitungsbetriebe. Aufgrund der geringen Fischbestände zur Zeit der Projektaufrufe haben wir auf dem Gebiet Verarbeitung nur unbedeutende Vorschläge erhalten und deshalb Mittel, die anfänglich für die Verarbeitung vorgesehen waren, in die Felder Diversifizierung und Tourismus umgeleitet.“*

▲ *Fischerei und Tourismus in Eintracht: das Restaurant „Lest &Lammas“ (Scholle & Lamm)*

Unter den ausgewählten Tourismusprojekten, die einen Bezug zur Fischerei aufweisen müssen, wurden drei Restaurants, mehrere Pensionen, der Pescatourismus in den Häfen Orjaku, Sõruund Kõrgessaare sowie kleine Kuttervermietungsbetriebe gefördert. Zwei Fischfestivals – das Hornhechtfest im Mai in Orjaku und das Plattfischfest im August im Dorf Kõrgessaare an der Nordküste – erhielten ebenfalls Fördermittel. Mit allen Projekten sollen der Direktverkauf von Fisch gefördert und sowohl Einheimischen als auch Touristen Wissenswertes über Fisch sowie über das Leben und die Arbeit von Berufsfischern vermittelt werden.

In Sõru, gegenüber des Kais, an dem die Fähren zur größten estnischen Insel Saaremaa ablegen, hat Marko Pruul, ein Fischer wie ganze Generationen seiner Familie vor ihm, ein ehemaliges Lagerhaus zu einem prachtvollen Gästehaus umgebaut. *„Es herrschte hier ein akuter Mangel an Unterkünften, und es bestand Bedarf an einer Sauna. Weil die Banken wegen der Finanzkrise keine Kredite mehr vergaben, habe ich mich mit eigenem Geld an die Arbeit gemacht. Dann hörte ich von der FLAG und beantragte einen Zuschuss aus Achse 4. Das hat mir ungemein geholfen. Ich erhielt knapp 24 000 Euro, das waren 75 % meines Finanzierungsbedarfs.“* Marko vermietet von Frühlingsbeginn an das ganze Haus für 120 Euro pro Nacht oder die Zimmer für 50 bis 80 Euro pro Nacht. Darüber hinaus betreibt er eine Bootsvermietung und bietet er Bootsausflüge an, auf denen Urlaubsgäste Berufsfischern bei der Arbeit zusehen können. In seiner nun zweiten Saison ist er mit den Ergebnissen weitgehend zufrieden: *„Zum Saisonbeginn im April/Mai kommen Sportfischer, ab Juni dann Familien. Seit fünf oder sechs Jahren wird hier außerdem ein Jazzfestival veranstaltet.*[13] *Das hat sich zwar auch auf andere Teile der Insel ausgedehnt, aber die meisten Konzerte finden nach wie vor in oder vor einem großen Gebäude statt, das früher ebenfalls ein Bootshaus war und genau gegenüber liegt. Das Festival verzeichnet mehrere hundert Besucher und stellt einen weiteren Höhepunkt in unserer Fischfangsaison dar. Wir verkaufen an unseren Ständen viel Fisch und sonstige Meerestiere.“* Wie an anderen Orten wurden mehrere Hafenanlagen in Sõruaus Achse 4 mitfinanziert, aber das zweifellos innovativste Projekt ist in Eigenarbeit der Gemeinde und ohne Subventionen entstanden: eine schwimmende Sauna in Form eines Floßes. Wellness pur auf offener See!

Ein weiteres sehr erfolgreiches Tourismusprojekt ist der kleine Restaurant- und Hotelkomplex „Lest & Lammas“ (Scholle & Lamm), eine Idee des Fischers und Unternehmers Sander Kopli. Die moderne Architektur des an der Straße nach Kassari südöstlich von Hiiumaa gleich hinter dem eindrucksvollen Leiger-Denkmal (dem einheimischen „Herkules“) gelegenen Komplexes fällt sofort ins Auge. Das Restaurant gilt bereits zwei Jahre nach der Eröffnung schon als eines der besten auf der Insel. Es wird sowohl von Geschäftsleuten als auch von Urlaubsgästen besucht. *„Alles, was wir anbieten, ist einheimischer Herkunft“*, bekräftigt Sander. *„Das fängt beim Fisch an, der in der Saison direkt aus dem Netz auf den Teller kommt.“* 60 % der Gesamtkosten in Höhe von 71 000 Euro wurden mit Fördermitteln aus Achse 4 bestritten. Investiert wurde in technische Geräte (Trocknungsanlage, Kühlschränke usw.), einen Gartengrill und Gartenmöbel, Werbemittel und nicht zuletzt in eine kleine Hausbrauerei. Das Restaurant serviert 3 000 Gerichte pro Jahr und beschäftigt rund zehn Arbeitskräfte. *„Fischerei und Tourismus werden noch stärker zusammenwachsen, denn unsere Gäste erwarten einen immer aufwändigeren Service in Verbindung mit Authentizität“*, erläutert Sander. *„Unser Erfolg spricht dafür. Hiiumaa braucht weitere Lokale dieses Niveaus.“*

▶ ▶ ▶

13 http://www.culture.ee/event/soru-jazz-2014/

Fischfangausrüstung

Die von der FLAG geförderten Diversifizierungsprojekte sind vielfältig. Sie reichen von der Holzverarbeitung (Möbel- und Rundholzproduktion) über Techniksemi-nare (insbesondere für den Bau von Bootsanhängern), Bootsinstandsetzung und Bau von Glasfaserbooten bis hin zur gewerblichen Erzeugung von Apfelsaft.

Eines der symbolkräftigsten Diversifizierungsprojekte ist das Unternehmen StoneFish, das der Fischer Imre Kivi im Jahr 2011 gegründet hat. Imre wollte nicht mehr für die große Fischfanggesellschaft arbeiten, bei der er seit dem Jahr 2000 als Verantwortlicher für Fischfangausrüstung tätig war. Deshalb beschloss er 2011, sich mit einer Fischernetzmanufaktur selbständig zu machen. Er erhielt 87 000 Euro aus Achse 4 für die Renovierung und Ausstattung seiner Geschäftsräume und für den Kauf eines Lieferwagens. Imres Sortiment umfasst Stellnetze, Reusen, Schleppnetze und Fischkörbe für Fischer und Fischzüchter in Estland und Finnland. *„Für uns spricht die Qualität“,* sagt Imre. *„Da der Fischfang in Estland vielerorts technisch schwierig ist, verlangen die Kunden die beste Ausrüstung.“* StoneFish erwirtschaftet einen Jahresumsatz von 200 000 Euro und beschäftigt fünf Arbeitskräfte, darunter vier Frauen. *„Die Frauen sind mit den Netzen schneller und geschickter“,* sagt der Jungunternehmer. Und was hat er sich für die Zukunft vorgenommen? *„Neue Märkte finden, insbesondere in Finnland. Dafür lerne ich gerade Finnisch. Der heikelste Punkt ist aber stets die Finanzierung. Die Banken stehen Geschäftsbeziehungen mit Kleinunternehmen wie dem unsrigen zurückhaltend gegenüber. Ein großer Vorteil von Achse 4 in Estland bestand darin, dass die Beihilfe sofort nach Abschluss der Vorarbeiten geleistet wurde. So brauchten wir lediglich für ein Drittel der Gesamtausgaben Eigenkapital einzusetzen.“*

Im Zeitraum 2010 bis 2014 hat die FLAG Hiiukala insgesamt 126 Projekte finanziert. *„Es sind aber nicht nur die Einzelprojekte, die der ganzen Region Hoffnung verleihen. Wir haben erfolgreich versucht, die Fischer ins Boot zu holen, und jetzt bringen sie sich kooperativ ein“,* sagt Tuuli Tammla. *„Wenn ich all diese Menschen beim Hornhecht- oder Plattfischfest mitarbeiten oder Spaß haben sehe, geht mir das Herz auf. Ich spüre eine wahrhaft lokale, zugleich aber weltoffene Dynamik.“* ■

▲ *Fertigung hochwertiger Fischernetze bei StoneFish*

HIIUKALA (Estland)

Fläche:
1 023 km²

Einwohner:
9 830 Einwohner

Bevölkerungsdichte:
9,6 Einwohner/km²

Budget Achse 4	EUR			
	EU	National	Privat	Summe
Summe	2 250 000	750 000	–	3 000 000

KONTAKT
MTÜ Hiiukala
c/o **Tuuli Tammla**
Vabrikuväljak 1,
EST-92411 Kärdla, Hiiumaa
Tel. +37 256 941 855
info@hiiukala.org – www.hiiukala.org

HIIUKALA

Daher weht der Wind

GIFS: Handlungshilfe und Landkarte der Küstenfischerei in Europa

Das Projekt GIFS (Geography of Inshore Fishing and Sustainability, dt. Geografie der Küstenfischerei und der Nachhaltigkeit der Küsten) war ein Projekt im Rahmen des im Jahr 2012 aufgelegten Programms INTERREG 2 Meere. Es war mit einem Budget von 4,6 Millionen Euro ausgestattet. Ziel der sechs Projektpartner in vier Mitgliedstaaten (UK, FR, BE, NL) war die Ermittlung der sozioökonomischen und kulturellen Bedeutung der Küstenfischerei für die Küstenwirtschaft im Meeresraum des Ärmelkanals (http://www.gifsproject.eu/wiki/) und die Schaffung besserer Grundlagen für Fischereipolitik, Küstensanierungskonzepte und nachhaltige Gemeindeentwicklung. Gemeinden, Fischer und andere lokale Interessengruppen sollten in die Projektarbeit eingebunden und mit Partnern aus der Wissenschaft wie beispielsweise der Universität Greenwich in Großbritannien und der Universität Brest in Frankreich in Kontakt gebracht werden. Auf diese Weise wollte man gewährleisten, dass die Gemeinden als Sprachrohr der Küstenfischerei deren Ansichten vertreten konnten. Das Projekt wurde im September 2014 abgeschlossen. Zu seinen wichtigsten Ergebnissen zählt der Katalog „21st Century Catch" (dt. Fang des 21. Jahrhunderts) mit Handlungshilfen zur Ermittlung der Bedeutung der Küstenfischerei und zur Erneuerung von Küstengemeinden (http://www.gifsproject.eu/en/toolkit). Der Katalog soll einem breiten Empfängerspektrum einschließlich der Fischwirtschaftsgemeinden dabei helfen, den über den eigentlichen Gegenstand der Küstenfischerei hinausgehenden Nutzen richtig einzuschätzen, zu berücksichtigen und zu vermitteln.

Drei Fragen an Tim Acott, GIFS-Projektleiter an der Fakultät für Naturwissenschaften und Technik der Universität Greenwich

FARNET Magazin: Als lokale Akteure waren mehrere FLAG an dem Projekt beteiligt. Wie wurden sie eingebunden, und welchen Beitrag haben sie geleistet?

Wir sind so oft wie möglich an die Mitglieder und Vertreter der FLAG in der Projektregion herangetreten. Sowohl die belgische FLAG als auch die britischen FLAG North Norfolk, Hastings, North Devon und Cornwall fungierten als „Sprungbrett" für lokale Fallstudien und als Schaltstellen, über die wir eine Zusammenarbeit mit Fischwirtschaftsgemeinden und fischwirtschaftlichen Organisationen aufnehmen konnten.

FM: Was hat GIFS über die gesamte Projektdauer hinweg für die FLAG bewirkt?

Im Mittelpunkt von GIFS stand die Erfassung des breit gefächerten sozioökulturellen Nutzens der Küstenfischerei. Daran sind die FLAG in hohem Maße interessiert. Zwar erkennen viele die Bedeutung der Küstenfischerei intuitiv, aber GIFS bot zahlreiche Methoden zur Umsetzung dieser Intuition in Fakten, die gegenüber den Küstengemeinden als Beleg für den umfassenden Nutzen der Küstenfischerei herangezogen werden können.

FM: Gibt es einen Rat, den Sie den FLAG für die nächsten Jahre geben würden?

Wir empfehlen ihnen, sich mit dem Handlungskatalog auseinanderzusetzen und die darin beschriebenen Methoden ihren jeweiligen Verhältnissen anzupassen. Dann können sie sowohl die soziokulturelle als auch die wirtschaftliche Bedeutung des Küstenfischfangs in ihren Gebieten darlegen.

t.g.acott@greenwich.ac.uk – www.gifsproject.eu

Comm Maritime Hub: elektronische Anbindung der blauen Wirtschaft über WLAN auf See

Comm Maritime Hub ist ein Pilotprojekt, das aus der Antwort eines IT-Ingenieurs auf eine Frage seines ehemaligen Arbeitgebers hervorgegangen ist. Nach Abschluss eines Auftrags für die Gemeinde Vilanova i la Geltrú in der autonomen spanischen Region Katalonien wurde Ramón Codina gefragt: „Was würden Sie zur Verbesserung der Lage jener unternehmen, die auf See arbeiten?" Ramóns Antwort kam prompt: „Wie in allen anderen Branchen besteht auch im Fischereisektor die Notwendigkeit zur Sammlung, zum Austausch und zur Auswertung von Daten, und dafür braucht man Datenleitungen." So schlug die Geburtsstunde der Initiative Comm Maritime Hub. Im Jahr 2013, nach drei Jahren Entwicklung einschließlich des Aufbaus von Partnerschaften mit meerespolitischen Interessengruppen, Fischereigenossenschaften und Jachthafenbetreibern sowie Unternehmen aus den Branchen IT und Meeresinfrastruktur, hatten Ramón und sein Partner, der Wirtschaftsingenieur Luis Felipe Mazo, über eine Distanz von 375 km entlang der Küste vor Tarragona einen Verbund aus potenziellen Nutzern errichtet. Zudem hatten sie die spanischen Konzerne Telefónica (Telekommunikation) und Repsol (Energie) als Vertragspartner gewonnen. Im Rahmen ihres Projekts sollte auf einer Ölbohrplattform von Repsol im Mittelmeer ein Sendemast für die drahtlose Datenübertragung über eine von Telefónica vergebene Frequenz errichtet werden. Der Sender ist inzwischen in Betrieb und ermöglicht jedem Boot im Umkreis von 43 Seemeilen die drahtlose Netzeinwahl und die kostenlose Internetnutzung – wie vom Hafen aus.

Drei Fragen an Ramón Codina, Leiter des Projekts Comm Maritime Hub

FARNET Magazine: Welche Rolle haben die Fischer bei der Projektentwicklung gespielt, und welche Erkenntnisse haben Sie aus der Zusammenarbeit mit ihnen gewonnen?

Die Fischer haben insofern eine Rolle gespielt, als sie das System als Erste getestet haben. Sie waren vom ersten Tag an eingebunden und haben mit ihren Beiträgen die Projektziele festlegen helfen. Das war ein Meilenstein auf dem Weg zu ihrer weiteren Einbindung in den Aufbau einer datentechnisch integrierten blauen Wirtschaft.

FM: Das Projekt stützt sich maßgeblich auf die Mitwirkung privatwirtschaftlicher Unternehmen. Wie haben Sie deren Einbindung bewerkstelligt?

Die Gewinnung von Unternehmen wie Repsol, Telefónica, Móviles und Ericsson für das Projekt war unerlässlich. Sie haben entweder einen finanziellen Beitrag geleistet – Repsol etwa hat die Baukosten für den Sender in Höhe von rund 200 000 Euro übernommen – oder die Kommunikationswege geöffnet wie die IT-Firmen. Allerdings haben sie mit einem Projekt wie diesem letztlich auch viel zu gewinnen, denn sie treiben maßgeblich den Aufbau einer Infrastruktur und die Einrichtung eines Dienstes für möglicherweise mehrere tausend Nutzer voran.

FM: Das Projekt läuft jetzt zunächst drei Monate zur Probe. Wie geht es danach weiter? Hat die EU Ihnen Zuschüsse gewährt?

Die Antworten auf die zwei Fragen hängen zusammen. Zunächst hoffen wir, dass wir nach der Testphase ein starkes Nutzerinteresse vorweisen können. Unter den Fischern ist das bereits der Fall; viele von ihnen nutzen die neue Möglichkeit als Alternative zum UKW-Sender. Wir hoffen, dass wir mit einem solchen Ergebnis die Notwendigkeit einer Ausweitung des Projekts und beispielsweise der Entwicklung von Senderprototypen aufzeigen können, die nicht auf Bauwerke im Meer angewiesen sind. Und da kommt die EU ins Spiel.

ramoncod@gmail.com – www.mobilemaritimehub.com

Im Blickpunkt

INSTRUMENTE FÜR DIE FLAG ZUR EINBINDUNG DER EINHEIMISCHEN BEVÖLKERUNG IN DIE STRATEGIEENTWICKLUNG

Verbesserung von Kommunikation und Partizipation

Die erfolgreiche Ausarbeitung der Strategie ist untrennbar mit der erfolgreichen Einbindung der Bevölkerung verbunden. Deshalb muss für einen Dialog zwischen den Akteuren und für die effektive Einbindung von Vertretern des Gemeinwesens gesorgt werden.

Alle FLAG, die aus dem EMFF unterstützt werden möchten, müssen für ihr Gebiet eine neue Strategie für die lokale Entwicklung ausarbeiten und vorlegen.

Ob die Ausarbeitung der Strategie erfolgreich verläuft, hängt von der Einbindung der Bevölkerung ab. Deshalb ist es erforderlich, dass die FLAG zunächst die einzubindenden gesellschaftlichen Kräfte eindeutig bestimmen. Sobald diese möglichen FLAG-Mitglieder ermittelt sind, sollte eine erste Kontaktaufnahme erfolgen, die in einen Dialog mündet und schließlich die aktive Mitwirkung besagter Kräfte nach sich zieht. Für jeden dieser Schritte stehen Mittel und Methoden zur Verfügung, die im Folgenden auszugsweise behandelt werden.

Wie wichtig die Aktivierung der Bevölkerung zu von ihr betriebenen Maßnahmen zur lokalen Entwicklung (engl. Community-Led Local Development, Abk. CLLD)ist, zeigt sich darin, dass LAG und FLAG bis zu 25 % ihrer Budgets für diese Aufgaben werden einsetzen können (die Betriebskosten dürften ebenfalls enthalten sein). Die FLAG werden ferner Anspruch auf vorbereitende Unterstützung haben (siehe Artikel auf Seite 4), die sich zugunsten einer stärkeren Einbeziehung der Akteure in die Strategieentwicklung nutzen ließe.

Ermittlung zentraler Akteure und Zusammenarbeit mit ihnen

Bevor die FLAG mit ihren Vorbereitungen für die neue Strategie beginnen, müssen sie sich (erneut) fragen, welche Kräfte sie ins Boot holen wollen. Unter Umständen müssen sie neue Kontakte knüpfen, eventuell aber auch den Kontakt zu jenen Akteuren wiederherstellen, die sie schon in der abgelaufenen Förderperiode angesprochen haben, die aber kein Interesse hatten oder zwischenzeitlich ausgeschieden sind.

Viele FLAG hatten Schwierigkeiten in der Kontaktaufnahme mit dem **Fischereisektor**, weil die Fischer für die Teilnahme an Sitzungen und Gesprächen zu beschäftigt waren, neuen Ideen skeptisch gegenüberstanden oder den Nutzen einer Mitarbeit nicht erkannten. In der neuen Programmperiode könnte sich diese Aufgabe hier und da einfacher gestalten, da inzwischen viele Beispiele für Projekte angeführt werden können, in deren Rahmen Fischer von der Unterstützung durch eine FLAG oder von der Förderung durch Achse 4 profitiert haben. Andererseits könnten die Schwierigkeiten jedoch insbesondere dort bestehen bleiben, wo eine FLAG Mittel aus dem EMFF mit Mitteln aus jenen anderen EU-Fonds zu kombinieren beabsichtigt, die weniger eindeutig auf die Fischwirtschaft ausgerichtet sind. Die FLAG sollten besonderes Augenmerk auf das Gespräch mit Fischern, Fischereivereinigungen, Verarbeitungsbetrieben und branchenübergreifenden Organisationen legen, damit diesen in der Strategieentwicklungsphase Gehör geschenkt wird.

▲ *Von der FLAG Stockholmer Inselgruppe (Schweden) organisierte „Fischtage“*

In jedem Fall müssten in einem ersten Schritt die Akteure im Gebiet der FLAG erfasst, ihre Wertschöpfung veranschlagt und ihre Rolle in der Arbeit der FLAG ermessen werden. Die wichtigsten Grundsätze für die Erfassung der Akteure sind in der folgenden Übersicht dargestellt.

▶ ▶ ▶

▲ *Mehr Publizität: Frédérique Deschamps, Leiterin der FLAG Trois Estuaires, im Gespräch mit einem französischen Fernsehteam*

Erfassung der Akteure

Zur **Erfassung der Akteure** stehen verschiedene Methoden zur Verfügung. Für gewöhnlich ist jedoch nicht nur eine vollständige Liste der Akteure das Ziel, sondern auch deren Kategorisierung anhand bestimmter Merkmale wie etwa ihrer Motivation zur Mitwirkung oder ihres Einflusses auf die bzw. ihres Beitrags zur FLAG.

Beispiel: Einteilung der Akteure

Akteure nach Sektoren (Name der Schlüsselakteure nach Sektoren)	Merkmale (Stärken und Schwächen, Gebietsabdeckung)	Motivation, Erwartungen (warum Mitwirkung?)	Potenzieller Beitrag zur Arbeit der FLAG (Fähigkeiten)
Privatwirtschaft (Fischerei, Tourismus, Veranstalter usw.)			
Staat			
Überstaatliche Organisationen (Umwelt, Soziales usw.), Bürgerinitiativen			

Tabelle 1: Beispiel: Maßnahmenkatalog für Akteure

Schlüssel-akteur	Einbindungs-gründe	Mitwirkungs-hemm-nisse	Maßnahme zur Einbindung	Zuständigkeit; Termin
…				

Tabelle 2: Beitrag einzelner Instrumente und Methoden zur partizipatorischen Strategieentwicklung

	Ermittlung und Auswertung	**Kontaktaufnahme**	**Einbindung**	**Dialog**
Analyse der Akteure	●●●			
Öffentliche Versammlungen	●	●●●	●●	●●
Öffentliche Anhörungen	●	●	●●●	●●●
Befragungen	●	●●	●●	
Bilaterale Sitzungen	●●	●●●	●	●
Zielgruppengespräche	●●●	●●	●●	●
Arbeitsgruppen, Arbeitskreise	●	●●	●●●	●
Problembaum- und Zielbaumanalyse			●●●	
Dorfanalyse	●	●●●	●●	●●
Schulungen	●●	●●	●●●	●
Ausstellungen, Fach-messen usw.	●	●●	●●	
Herkömmliche Medien	●	●●	●●	●●
Soziale Netzwerke	●●	●●●	●●	●●●

● einigermaßen relevant ●● relevant ●●● äußerst relevant

Als nächstes sollte ein Maßnahmenkatalog (Aktionsplan) für die Annäherung an die Schlüsselakteure erstellt werden. Dabei ist zu beachten, dass die Beweggründe der Akteure unterschiedlich und einzelne Akteure aufgrund äußerer Umstände an einer effektiven Mitwirkung gehindert sein können. Die Ansprache der potenziellen Mitglieder könnte man jenen Mitgliedern der FLAG übertragen, die jeweils am besten in der Lage sind, die unterschiedlichen Beweg- und Hinderungsgründe zu erkennen (siehe Tabelle 1)

Es ist zu beachten, dass nicht alle Schlüsselakteure auf die gleiche Art und Weise eingebunden werden müssen. Nicht jeder braucht an der schriftlichen Niederlegung der Strategie mitzuwirken oder Vorstandsmitglied zu werden; ein Beitrag zur FLAG kann auch in ehrenamtlicher Arbeit oder in Sachleistungen bestehen. So könnten Einzelpersonen an Gesprächs- und Arbeitsgruppen teilnehmen, Unternehmen organisatorische und logistische Unterstützung leisten (etwa Druckdienste erbringen oder Fahrzeuge zur Verfügung stellen) und der öffentliche Sektor Räumlichkeiten für Sitzungen zur Verfügung stellen.

Gewährleistung von Mitwirkung und Zweiweg-Kommunikation

Sobald die Beweggründe der einzelnen Akteure für eine Mitarbeit bei der Strategieentwicklung ermittelt sind, muss für die Mitwirkung der Akteure an der Ausgestaltung der Strategie gesorgt werden. Der Übergang von der allgemeinen Bereitschaft hin zur effektiven Mitarbeit ist zeit- und arbeitsaufwändig.

Einem Missverständnis unterlegen ist häufig das Verhältnis zwischen Partizipation und Kommunikation. Dabei wird die Kommunikation als ein von oben nach unten gerichteter Vorgang betrachtet, bei dem die „Empfänger" ungefragt mit Informationen versorgt werden. Kommunikation kann jedoch wesentlich mehr sein als das und sollte eigentlich die Förderung eines Dialogs zum Ziel haben. Mit einer solchen „Zweiweg-Kommunikation" lässt sich Verantwortungsgefühl wecken und dafür sorgen, dass die lokalen Akteure später, wenn es um die Anwendung der Strategie geht, ein größeres Engagement zeigen. Die meisten Mittel und Wege zur Förderung einer effektiven Mitwirkung der Akteure eignen sich auch zur Erleichterung der Zweiweg-Kommunikation.

Mittel und Wege zur Einbindung der Gemeinden

Zur Einbeziehung der Bevölkerung stehen in den einzelnen Abschnitten der Strategieentwicklung unterschiedliche Instrumente und Methoden zur Verfügung. Einige eignen sich eher für eine frühe Kontaktaufnahme, andere wiederum besser zur Beschleunigung und zur genaueren Betrachtung einzelner Aspekte oder Elemente der Strategie. Welchen Beitrag die Instrumente und Methoden in den einzelnen Phasen der partizipatorischen Strategieentwicklung leisten, ist in der folgenden Tabelle dargestellt. Anschließend erfolgt eine ausführlichere Erläuterung.

Öffentliche Versammlungen

Öffentliche Versammlungen stellen ein klassisches Mittel zur Kontaktaufnahme mit der Bevölkerung dar. Sie können sehr effektiv sein, wenn man bestimmte Grundregeln befolgt:

> Öffentliche Versammlungen sollten über Medien, mittels Mundpropaganda usw. hinreichend angekündigt werden.
> Öffentliche Versammlungen sollten zeitlich und örtlich so angesetzt werden, dass der Bevölkerung aus der Teilnahme keine Ungelegenheiten entstehen.
> Der Versammlungszweck sollte deutlich vermittelt werden. Bei Versammlungsende sollten die nächsten Schritte deutlich gemacht werden.
> Förmliche Auftritte sollten auf ein Mindestmaß beschränkt und stattdessen möglichst viel Zeit auf Diskussionen und die Beantwortung von Fragen verwendet werden (zur Diskussionsanregung sollten spezielle Methoden der Gruppenarbeit vorgesehen werden wie im folgenden Beispiel „World Café").
> Die Entscheidung über den Versammlungsvorsitz ist von großer Bedeutung. Der bzw. die Vorsitzende sollte eine lokal oder regional hochangesehene Persönlichkeit und imstande sein, die Diskussion sachlich und sachgerecht zu lenken.

In einer späteren Phase der Entscheidungsfindung kann von öffentlichen Versammlungen zu öffentlichen Anhörungen übergegangen werden. Öffentliche Anhörungen dienen zur Anregung von Dialog und Beratschlagung und als Mittel zur Aufklärung. Des Weiteren tragen sie zu einer transparenten Entscheidungsfindung etwa in Bezug auf einzelne Vorschläge innerhalb der lokalen Strategie bei. Zu einer Anhörung sollten alle interessierten Stellen eingeladen werden. Im Verlauf ist darauf zu achten, dass die unterschiedlichen Ansichten zum Ausdruck gebracht werden können. Die Organisatoren sollten die einzelnen Diskussionspunkte schon im Vorfeld bekanntgeben und für einen geordneten Diskussionsverlauf sorgen. Wichtig ist auch, den Akteuren zu erklären, wie die im Zuge der Anhörung geäußerten Meinungen bei der letztgültigen Entscheidung berücksichtigt werden. Ansonsten besteht die Gefahr, das Vertrauen der Teilnehmer und in der Konsequenz auch deren Bereitschaft zur Mitarbeit zu verlieren.

▶ ▶ ▶

World Café

World Café ist eine Methode zur Anregung eines Dialogs und der Weitergabe von Wissen in großen Gruppen. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sitzen in kleineren Gruppen im Raum verteilt an Tischen und besprechen dort Fragen, die mit dem Leitthema der Veranstaltung zu tun haben. In regelmäßigen Abständen wechseln die Teilnehmer mit Ausnahme des Tischgastgebers an einen anderen Tisch. Der Tischgastgeber fasst das beendete Gespräch für die neuen Gäste kurz zusammen, damit keine Idee verloren geht. Für das World Café sind ein geeigneter Raum und eine qualifizierte Moderation vonnöten. Die Methode ist schon bei mehreren transnationalen FARNET-Seminaren erfolgreich zur Anwendung gekommen.

▲ *Exkursion während des von FARNET geförderten „SouthWestFLAG.Lab" in Barcelona (22. bis 23. September 2014)*

Befragungen

Befragungen können zur Analyse der Stärken und Schwächen eines Gebiets beitragen. Sie lassen sich zur Ermittlung wertvoller Güter ebenso einsetzen wie zur Feststellung der Erwartungen und Ziele der Bevölkerung. Sie dienen zur Ansprache jener, die für gewöhnlich nicht zu Versammlungen gehen oder sich mit öffentlichen Äußerungen zurückhalten. Überdies kann man Befragungen als Kommunikationsmittel verstehen, da sie die Vermittlung von Wissen über die Ziele der Befragung und der FLAG erleichtern. Die Ausarbeitung eines guten Fragebogens und (gegebenenfalls) die Auswahl des richtigen Adressatenkreises ist eine anspruchsvolle Aufgabe, so dass unter Umständen Sachverstand von außen hinzugezogen werden muss. Es gibt speziell entwickelte Befragungsmethoden für ländliche und kleine Gemeinden *(siehe Beitrag „Dorfanalyse")*.

Problembaum- und Zielbaumanalyse

Die Problembaumanalyse dient zur Ermittlung der Probleme einer Region und zur Anordnung dieser Probleme in Form eines „Baums", aus dem ihre Wechselbeziehungen zueinander sowie ihre Ursachen und Folgen hervorgehen. Auf dieser Grundlage lassen sich strategische Ziele bestimmen. Das Ergebnis ist ein weiterer „Baum", der darstellt, wie die einzelnen Maßnahmen der Strategie zu Zielen und letztlich zu Resultaten beitragen. Nach einer abschließenden Analyse wird dann entschieden, welche der vorgeschlagenen Maßnahmen, Ziele und Resultate am ehesten erstrebenswert und im Rahmen des Budgets und der Durchführungskapazität der FLAG am ehesten praktikabel sind. Ein Beispiel für einen „Problembaum" und einen „Zielbaum" findet sich unter dieser Adresse [14] (Quelle: Europäische Kommission, 2004).

Kleingruppensitzungen

Für eine tiefergehende Erörterung einzelner Themen oder Sachverhalte können Diskussionen in Kleingruppen zweckdienlicher sein als Großveranstaltungen. Diese vor allem bei Detailfragen angezeigten Beratungen im kleinen Kreis können in unterschiedlicher Form organisiert werden.

> Bilaterale Sitzungen
Bilaterale Sitzungen stellen eines der einfachsten, aber auch effektivsten Mittel auf dem Weg zur Ausarbeitung einer Strategie dar. Das persönliche Gespräch (insbesondere unter vier Augen oder im kleinen Kreis) trägt maßgeblich zur erstmaligen oder weiteren Einbeziehung von Handlungsträgern bei. Die Mitglieder und Beschäftigten der FLAG können an Sitzungen und Veranstaltungen der Akteure teilnehmen oder die Akteure dort aufsuchen, wo sie arbeiten oder ihre Freizeit verbringen (Cafés, Gaststätten, Bibliotheken, Jugend- und Gemeindezentren usw.). Wer auf die einzelnen Gruppen zugeht und nicht von ihnen erwartet, dass sie ständig von sich aus die FLAG aufsuchen, kann Beziehungen insbesondere zu jenen aufbauen, die in ihrer vertrauten Umgebung womöglich zugänglicher sind.

Dorfanalyse

Dorfanalysen sind von einer Gemeinde für die Gemeinde durchgeführte Befragungen, in der Regel in ländlichen Gebieten. Da sie lokal eng (eben auf ein Dorf) begrenzt sind, können sie bei der Einbindung der Bevölkerung sehr hilfreich sein. Die Befragungsergebnisse sollten die Grundlage für einen dörflichen Maßnahmenkatalog bilden, können aber auch als Datenbasis für die Entwicklung einer breiter gefassten lokalen Entwicklungsstrategie dienen. Dorfanalysen stellen ferner eine gute Möglichkeit zur Einbeziehung der entlegeneren Teile einer Region dar, die sich häufig von der regionalen Entwicklung abgeschnitten fühlen, und eignen sich insbesondere für bevölkerungsärmere Gebiete mit kleinen, abgelegenen Siedlungen.

14 http://www.sswm.info/category/planning-process-tools/decision-making/decision-making-tools/situation-and-problem-analys-0

▲ *Die FLAG Costa da Morte (Spanien) auf der FARNET-Konferenz im November 2011 in Brüssel*

> Zielgruppengespräche
Bei dieser Methode berät eine kleine Gruppe aus in der Regel vier bis zwölf Akteuren über Präferenzen, Nutzwerte oder Hemmnisse im Zusammenhang mit einem bestimmten Thema. Zielgruppengespräche eignen sich zur Erörterung erster Konzepte, zur Sammlung von Ideen für die Strategie und zur Erprobung und Bewertung einzelner Lösungsansätze. An ihnen können sowohl Einzelpersonen als auch Gruppen beteiligt werden. Voraussetzung für den Erfolg dieser Methode sind eine sorgfältige Teilnehmerauswahl und eine gute Moderation.

> Arbeitsgruppen, Arbeitskreise
Diese Methode zählt auf dem Feld der lokalen Entwicklung zu den am häufigsten angewandten. Sie eignet sich vor allem für Partner, die an einem bestimmten Thema oder an der Entwicklung eines bestimmten Projekttyps interessiert sind. Arbeitsgruppen können sowohl in der Entwicklungsphase als auch in der Durchführungsphase einer Strategie gebildet werden. Ihr wesentlicher Zweck besteht allerdings zumeist darin, konkrete Ergebnisse hervorzubringen und einer größeren Anzahl Akteuren Lösungen, Handlungsoptionen und Ideen zu konkreten Sachverhalten vorzulegen. Aus diesem Grund müssen Auftrag und Aufgaben der Gruppe, die Ergebniserwartungen und die Ergebnisverwendung eindeutig formuliert sein.

> Konsenskonferenzen
Bei dieser Form der öffentlichen Anhörung bewertet eine Gruppe aus 10 bis 30 Bürgern einen innerhalb der lokalen Strategie strittigen Sachverhalt. Die Bürger können ein Expertengremium befragen und untereinander einen Konsens aushandeln. Anschließend erstellen sie einen für die Allgemeinheit zugänglichen Bericht. Auf diese Weise soll die Debatte durch Berücksichtigung der Standpunkte von Laien auf eine breitere Grundlage gestellt werden.

Schulungen

Schulungen sind dazu geeignet, die Akteure der lokalen Entwicklung besser zu qualifizieren und ihr Wissen über die akuten Herausforderungen und Chancen zu vergrößern. Sie können in jeder Phase der Strategieentwicklung und zu jedem Themenfeld stattfinden. Insofern dienen sie zur Vermittlung sowohl allgemeiner Kenntnisse über die Möglichkeiten, Mittel und Methoden der lokalen Entwicklung als auch spezieller Kenntnisse auf bestimmten Themenfeldern. Über den eigentlichen Kapazitätsaufbau hinaus können Schulungen ferner dazu dienen, die einheimische Bevölkerung zu informieren, die sozialen Beziehungen zu stärken und ein Vertrauensverhältnis zwischen jenen lokalen Akteuren aufzubauen, für die eine Zusammenarbeit mit anderen ungewohnt ist. Das dürfte sich jedoch kaum mit Angeboten „von der Stange" bewerkstelligen lassen. Folglich ist bei der Konzeption von Schulungsprogrammen darauf zu achten, dass sie den Erfordernissen der betroffenen Gemeinde tatsächlich gerecht werden.

Ausstellungen, Fachmessen, Vorzeigeprojekte

Mit der Teilnahme an lokalen Veranstaltungen beispielsweise zu kulturellen und gesellschaftspolitischen Themen können die FLAG ihr Profil schärfen und relativ einfach mit der Bevölkerung ins Gespräch kommen. Zu einem späteren Zeitpunkt können die FLAG ferner die Ergebnisse und Erfolge der ersten von ihnen geförderten Projekte herausstellen. Das Stichwort in dieser Hinsicht lautet „Zusammenspiel", und mit Hilfe der Tipps im FARNET-Leitfaden „Vermarktung von Fisch aus heimischem Fang" lässt sich in der Bevölkerung nachhaltig Wirkung erzielen. So könnte man Projektpräsentationen mit lokalen Fachmessen rund um Themen mit regionalem Bezug (Natur- und Kulturerbe, Ernährung, Handwerk usw.) verbinden.

▶ ▶ ▶

▲ *Das von der FLAG Litoral Costa de l'Ebre geförderte Projekt „Mirador de la Badia" ist bei Facebook*

Medien und Telekommunikation

Zur Förderung von Austausch und Mitwirkung steht den FLAG ein breites Spektrum an Medien (Presse, Lokalfernsehen und Lokalradio, Internet) offen. Diese Kommunikationswege stellen auch eine große Hilfe bei der Aufklärung über die Arbeit, die Ziele und erste Erfolge einer FLAG dar. Es sollte besonderes Augenmerk darauf gelegt werden, dass die entsprechenden Informationen auch die weniger aktiven Gruppen und die potenziellen Randgruppen in der Gemeinde erreichen.

Soziale Netzwerke

Die sozialen Netzwerke werden häufig als „Gerüchteküche des 21. Jahrhunderts" bezeichnet. Natürlich wird die gute alte Kneipendiskussion nicht aussterben, aber die sozialen Netzwerke ebnen zweifelsohne einen neuen Weg zur Kontaktaufnahme mit einzelnen Teilen einer Gemeinde. Das Internet kann beim Erreichen der entlegenen Ecken einer Region, der weniger mobilen Gemeindemitglieder und der jugendlichen Bevölkerung von Nutzen sein. Gerade junge Menschen bevorzugen die Kommunikation über soziale Netzwerke. Darüber hinaus fördern die sozialen Netzwerke in hohem Maße den Dialog und die zeitnahe Übermittlung von Informationen. Weitere Informationen zum Thema soziale Medien finden sich auf der FARNET-Website (https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/der-digitale-markt-soziale-medien-im-vergleich. ■

Weitere Informationsquellen

Mehr Informationen, Orientierungshilfen und Handlungsempfehlungen zur Einbindung der örtlichen Bevölkerung in die Strategieentwicklung finden sich hier:

> **„Involving People in Local Development"** – Leader-Dossier
http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-de/biblio/metho/part1-00.htm

> **„Gebietsbezogene Entwicklung in Fischwirtschaftsgebieten. Ein Leitfaden für Lokale Aktionsgruppen für Fischerei (FLAG)"** – FARNET-Leitfaden Nr. 1 (in elf Sprachen)
https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/files/documents/FARNET%20Start-up%20Guide%20DE.pdf

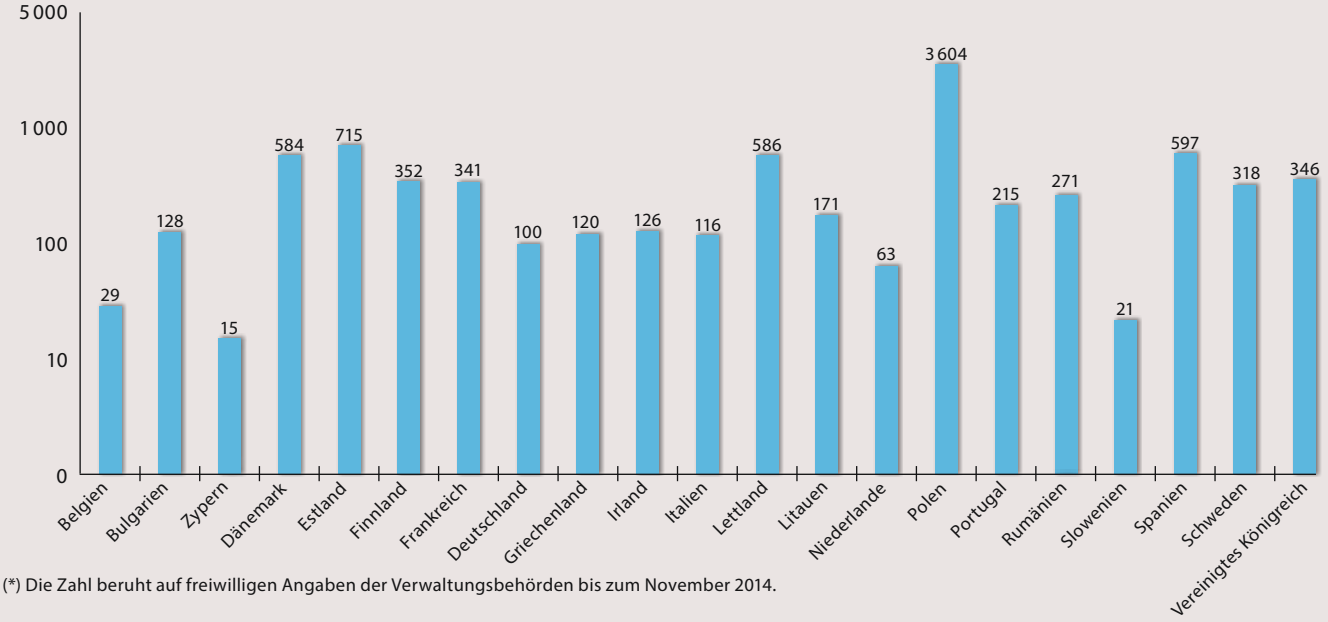
> **„Die Leader-interne Kommunikation verbessern"**
http://enrd.ec.europa.eu/enrd-static/leader/leader/leader-tool-kit/improving-implementation-of-leader/de/improving-communications-in-leader_de.html

> **„Schritte zum Erfolg"** – FARNET-Leitfaden Nr 4
https://webgate.ec.europa.eu/fpfis/cms/farnet/sites/default/files/documents/FARNET_Steps-for-Success_Guide-4_DE.pdf

FARNETzwerk

> Stand der Dinge: 8 818 Projekte bei steigender Tendenz

Mit Stand Oktober 2014 waren in 21 Mitgliedstaaten 312 FLAG aktiv. Sie hatten bis dahin schätzungsweise 8 818 Projekte gefördert..*



(*) Die Zahl beruht auf freiwilligen Angaben der Verwaltungsbehörden bis zum November 2014.

> Konferenz „Mit vollen Segeln ins Jahr 2020" der GD MARE

Im März 2015 führen alle Wege nach Brüssel zu einer wichtigen FARNET-Revisionsveranstaltung, die den Übergang vom Achse-4-Programm für den Zeitraum 2007-2013 auf das neue CLLD-Programm für den Zeitraum 2014-2020 markiert.

> LIFE-Projekte zur Flusssanierung: die Rückkehr der Wanderfische

Vor kurzem hat in Estland die erste LIFE-Podiumssitzung zum Thema Flussfischarten stattgefunden. An der Veranstaltung nahmen Vertreter von mehr als 15 abgeschlossenen und laufenden LIFE-Projekten teil, die den Erhalt von Süßwasserarten, insbesondere Wanderfischarten, zum Gegenstand haben. Projektschwerpunkte sind die Wiederansiedlung von Arten, die Überwachung und Kontrolle, die Beseitigung von Migrationssperren und der Bau von Migrationshilfen (z. B. Fischpässen) sowie die Darlegung der Vorteile einer Einbindung von Interessengruppen und Kommunen in Renaturierungsvorhaben.
http://ec.europa.eu/environment/life/features/2014/rivers1.htm

> AQUAEXCEL: EU-Forschung verhilft Fischzüchtern zu mehr Wettbewerbsfähigkeit

Mit der Aquakultur ist die Erwartung verbunden, dass weniger wildlebender Fisch gefangen werden muss. Die Nachfrage nach Fisch nimmt weltweit zu, viele Arten sind von Überfischung bedroht. Die Fischzucht oder Aquakultur mindert diesen Bestandsdruck – die Hälfte der weltweit verzehrten Menge an Fisch stammt heute aus Fischfarmen. Allerdings könnte man mehr tun, um die europäische Aquakulturwirtschaft mit ihren rund 80 000 Beschäftigten effizienter und nachhaltiger zu machen. Im Rahmen von AQUAEXCEL erhalten Wissenschaftler aus der EU und assoziierten Staaten Zugang zu gemeinsamen Projekten und erstklassigen Aquakultur-Forschungszentren nebst entsprechender Ausstattung – Versuchsstandorte, Gendatenbanken und bildgebende Systeme – in ganz Europa.
http://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/en/news/eu-research-helps-fish-farmers-become-more-competitive

FARNET Agenda

WANN	WAS	WO
02.-03. März 2015	Konferenz „Mit vollen Segeln ins Jahr 2020" der GD MARE	Brüssel (B)
21.-23. April 2015	Europäische Ausstellung für Meeresfrüchte	Brüssel (B)
19.-21. Mai 2015	Europäischer Tag der Meere	Piräus (GR)
12.-15. Oktober 2015	OPEN DAYS – 13. Europäische Woche der Städte und Regionen	Brüssel (B)

KL-AI-14-011-DE-N

Profil

NAME: Achse 4 des Europäischen Fischereifonds (EFF)

ZIEL: Der EFF kann, in Ergänzung zu den anderen Finanzinstrumenten der Gemeinschaft, lokale Projekte zugunsten der nachhaltigen Entwicklung und der Verbesserung der Lebensqualität kofinanzieren.

DURCHFÜHRUNG: 21 Mitgliedstaaten führen die Achse 4 durch. Bei der Durchführung dieser Achse stellt die Betonung des gebietsbezogenen Ansatzes eine wichtige Innovation dar.

ZIELGEBIETE: „**Fischwirtschaftsgebiete**" sind Gebiete, die am Meer oder an einem See gelegen sind oder ein Flussmündungsgebiet umfassen und ein hohes Beschäftigungsniveau im Fischereisektor haben. Bei der Auswahl der förderfähigen Gebiete legen die Mitgliedstaaten folgende Kriterien zugrunde: Es sollte sich um kleine Gebiete (unterhalb der NUTS 3-Ebene) handeln, die aus geografischer, wirtschaftlicher und sozialer Sicht eine zusammenhängende Einheit bilden. Die Förderung sollte entweder dünn besiedelte Gebiete oder Gebiete mit rückläufiger Fischerei oder Gebiete mit kleinen fischwirtschaftlichen Gemeinschaften betreffen. Die Mitgliedstaaten können bei der Auswahl der Gebiete weitere Kriterien zugrunde legen.

BEGÜNSTIGTE: „Lokale Aktionsgruppen für Fischerei (FLAG)", d.h. Zusammenschlüsse von öffentlichen, privaten und gemeinnützigen Partnern, die gemeinsam Strategien und innovative Maßnahmen für die nachhaltige Entwicklung eines Fischwirtschaftsgebiets entwickeln. Die FLAG werden von den Mitgliedstaaten aufgrund von Kriterien ausgewählt, die in ihren Operationellen Programmen definiert sind. EU-weit wurden mehr als 300 FLAG eingerichtet.

FÖRDERFÄHIGE MASSNAHMEN: Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Fischwirtschaftsgebiete; Umstrukturierung, Neuausrichtung und Diversifizierung der Wirtschaftstätigkeiten; Steigerung der Wertschöpfung bei Fischereiprodukten; kleine fischwirtschaftliche und touristische Infrastrukturen und Dienstleistungen; Umweltschutz; Wiederherstellung des Produktionspotenzials, wenn dieses durch Katastrophen geschädigt wurde; interregionale und transnationale Zusammenarbeit der Akteure; Kapazitätsaufbau zur Entwicklung von Strategien zur lokalen Entwicklung; die Verwaltungskosten der FLAG.

NETZWERK: Alle mit Achse 4 beschäftigten Interessenten und Betroffenen sind um ein **„Europäisches Netzwerk für Fischwirtschaftsgebiete (FARNET)"** gruppiert, das (durch Seminare, Tagungen und Veröffentlichungen) innovative Projekte bekannt macht, die zugunsten von Fischwirtschaftsgebieten durchgeführt werden und grenzübergreifende Zusammenarbeit unterstützt. Das Netzwerk wird von der **„FARNET-Unterstützungsstelle"** koordiniert.

PROGRAMMDAUER: Sieben Jahre (2007-2013). Projekte können jedoch bis Ende 2015 durchgeführt werden.

FÖRDERUNG DURCH DIE EUROPÄISCHE UNION: Das Budget der Prioritätsachse 4 aus Mitteln des EFF für den Zeitraum 2007-2013 beläuft sich auf 570 Mio. EUR, wozu nationale Kofinanzierungsmittel und private Investitionen hinzugerechnet werden müssen. Es stellt knapp ungefähr 13 % des gesamten EFF-Budgets (2010) dar.

Abonnements

Wenn Sie das FARNET-Magazin oder den FARNET-Newsletter beziehen möchten, schicken Sie bitte die erforderlichen Informationen (Name, Organisation, Anschrift, e-mail-Adresse und Telefonnummer) an:

info@farnet.eu

Lassen Sie von sich hören!

Die FARNET-Veröffentlichungen verstehen sich als Ressource für alle, die an einer nachhaltigeren Zukunft für Europas Fischwirtschaftsgebiete arbeiten. Bitte schicken Sie uns Nachrichten und Informationen, die auch andere Gruppen oder Akteure aus diesem Sektor interessieren könnten. Wir interessieren uns besonders für Ihre Erfolge und Fortschritte, Ihre wichtigsten Veranstaltungen und Ankündigungen sowie für Ihre Ideen und Vorschläge für Erfahrungsaustausch oder Zusammenarbeit mit anderen Fischwirtschaftsgebieten.

info@farnet.eu

Folgen Sie FARNET auf

ISSN 2363-3123

9 771831 571007

Amt für Veröffentlichungen

farnet fisheries areas network

Europäische Kommission