



Mit vollen Segeln ins Jahr 2020: Achse 4 in der Praxis



BRÜSSEL 02.-03. MÄRZ 2015

Mit vollen Segeln ins Jahr 2020: Achse 4 in der Praxis

Fotos:

Abdruck der Fotos zu den Projektbeschreibungen mit freundlicher Genehmigung der FLAG oder der Projektträger, ausgenommen: Foto (Seite) – iStock (5), Teresa Martínez Pallarés (11), Martin Alvarez Espinar (12), Pierre Peetah (13, 59), Vincent Van den Storme (14), Harrieta171 (18), Nicolas Kennis (19), Daddybinro (22), Yves Tennevin (24), David Perez (29), Valantis Antoniadis (30), SIBA B. Ruiz (36), Costel Slineu (40), Michele Truex (44), Aleksander Kaasik (48), Kyle Taylor (57), Ruta Cultural (62)

Autoren:

Urszula Budzich-Tabor, Monica Burch, Yves Champetier

Beitrag zu den Projektbeschreibungen:

Serge Gomes da Silva, Susan Grieve, Sabine Kariger, Enrique Nieto Initial, Lorena van de Kolk, Margot Van Soetendaal

Produktion:

DevNet geie (AEIDL/Grupo Alba)/Kaligram.

Kontakt:

FARNET Support Unit
Rue de la Loi 38, boîte 2 | B-1040 Bruxelles
+32 2 613 26 50 | info@farnet.eu | www.farnet.eu

Herausgeber:

Comisión Europea, Dirección General de Asuntos Marítimos y Pesca. Director General.

Rechtliche Hinweise:

Die Generaldirektion für Maritime Angelegenheiten und Fischerei ist zwar für die Gesamtproduktion dieser Veröffentlichung verantwortlich, nicht aber für die Genauigkeit, den Inhalt und die dargestellten Ansichten in den einzelnen Abschnitten. Die Europäische Union hat keine der in dieser Publikation dargestellten Ansichten angepasst oder geprüft, außer es wurde anderweitig angegeben, und es handelt sich dabei nicht automatisch um die Ansichten der Kommission oder der Generaldirektion für Maritime Angelegenheiten und Fischerei. Die Europäische Kommission garantiert weder für die Richtigkeit der in der Broschüre enthaltenen Daten noch übernimmt sie oder Personen, die in ihren Auftrag handeln, die Verantwortung für deren Gebrauch.

© Europäische Union, 2015.

Gedruckt in Belgien auf Recyclingpapier.

Inhaltsverzeichnis:

Kapitel 1:	Mit vollen Segeln ins Jahr 2020	4
Kapitel 2:	Projektbeispiele in der Ausstellung	6
	> Verkürzung der Absatzketten	8
	> Regionale Wertschöpfung	14
	> Umweltschutz	21
	> Imageverbesserung für die Fischerei	28
	> Verknüpfung von Fischerei und Tourismus	35
	> Fischerei als Nährboden für neue Geschäftsfelder	42
	> Attraktivität von Fischwirtschaftsgebieten	47
	> Nachwuchsarbeit	52
Kapitel 3:	42 Projekte zugunsten einer nachhaltigen lokalen Entwicklung	58
Kapitel 4:	Ein neuer Abschnitt mit neuen Herausforderungen	63

KAPITEL 1

Mit vollen Segeln ins Jahr 2020

Im Jahr 2007 beschloss die Europäische Kommission ein neues Konzept zur Bewältigung konkreter Herausforderungen für vom Fischfang abhängige Gemeinden. Von 2007 bis 2013 wurden in 21 Mitgliedstaaten 312 vielfältig besetzte lokale Aktionsgruppen Fischerei (engl. Fisheries Local Action Groups, Abk. FLAG) gegründet. Diese Gruppen konnten zur Stärkung der **lokalen Entwicklung** erstmals Fördermittel aus dem Europäischen Fischereifonds (EFF) in Anspruch nehmen. Im Rahmen dieses als Achse 4 des EFF bezeichneten Ansatzes sollten die FLAG den Fischfang ersetzende oder ergänzende wirtschaftliche Initiativen auf den Weg bringen, um neue Möglichkeiten für Wachstum und Beschäftigung in Fischwirtschaftsgebieten zu schaffen. Für den Programmplanungszeitraum 2014-2020 ist Achse 4 unter dem Dach der örtlich betriebenen lokalen Entwicklung (engl. Community-Led Local Development, Abk. CLLD) auf alle Europäischen Struktur- und Investitionsfonds ausgeweitet worden.

Auf der Konferenz „Mit vollen Segeln ins Jahr 2020“: von der örtlichen Bevölkerung betriebene lokale Entwicklung in Küstengemeinden“, organisiert von der Generaldirektion für Fischerei und maritime Angelegenheiten (GD MARE) der Europäischen Kommission in Zusammenarbeit mit dem Europäischen Netz für Fischwirtschaftsgebiete (FARNET), werden Vertreter von FLAG, EFF-Verwaltungsbehörden und anderen beteiligten Stellen sowohl die Erfolge von Achse 4 seit dem Jahr 2007 als auch die neuen Herausforderungen und Chancen des Zeitraums 2014-2020 erörtern.

9 500 Projekte und vieles mehr

Von 2007 bis Mitte 2014 hatten die FLAG rund 9500 Projekte eines breiten Spektrums lokaler Träger aus Staat, Wirtschaft und Gesellschaft gefördert, dem natürlich auch Fischer angehörten. Wie aus einer Studie der GD MARE aus dem Jahr 2014¹ hervorgeht, haben diese Projekte erhebliche

Beschäftigungseffekte erzielt. Mit ihrer Hilfe wurden schätzungsweise bis zu 8000 Arbeitsplätze geschaffen und 12500 gesichert.

Das Aufgabenspektrum der FLAG umfasst folglich **weit mehr als nur die finanzielle Förderung einzelner Projekte**. Die Aktionsgruppen sind bestrebt, neue Kontakte zwischen lokalen Handlungsträgern zu knüpfen und so einen strategischen Orientierungsrahmen für die Entwicklung ihres jeweiligen Gebiets zu schaffen. Die FLAG sollen das Gespräch mit jenen suchen, die zwar potenziell förderberechtigt sind, aber möglicherweise keinen Anspruch auf Mittel aus den üblichen Quellen haben. Letztlich können die FLAG damit aber nur dann uneingeschränkt erfolgreich sein, wenn sie die Projektträger zu innovativen **hochwertigen Projekten** befähigen, die zu ihrer Strategie passen.

¹ http://ec.europa.eu/fisheries/documentation/studies/axis-4/index_en.htm



Mit dem nahenden Ende der Anwendung des EFF ist die Zeit für eine Betrachtung dessen gekommen, was die mit Hilfe von Achse 4 geförderten Projekte in Fischwirtschaftsgebieten der EU bewirkt haben. Ein Kernstück der Konferenz „Mit vollen Segeln ins Jahr 2020“ bildet eine **Ausstellung mit 42 im Rahmen von Achse 4 geförderten Projekten**. Auf Einladung haben FLAG aus der gesamten EU ihre interessantesten von Achse 4 geförderten Projekte eingereicht. Die aus 200 Vorschlägen ausgewählten 42 Ausstellungsprojekte gewähren einen Einblick in die Vielfalt der Initiativen in ganz Europa. Sie verkörpern einige der von den FLAG am häufigsten geförderten Projektarten in der EU und sind in **acht Themenkreise aufgeteilt**:

- > Verkürzung der Absatzketten;
- > Regionale Wertschöpfung;
- > Umweltschutz;
- > Imageverbesserung für die Fischerei;
- > Verknüpfung von Fischerei und Tourismus;
- > Fischerei als Nährboden für neue Geschäftsfelder;
- > Attraktivität von Fischwirtschaftsgebieten;
- > Nachwuchsarbeit.

Die ausgewählten Projekte veranschaulichen in vielerlei Hinsicht, wie die Arbeit der FLAG den Fischwirtschaftsgemeinden zugutekommen kann. So bringen die FLAG unterschiedliche Akteure an einen Tisch oder bewirken die Schaffung neuer Arbeitsplätze und Einnahmequellen. Sie geben den Fischereigemeinden eine Stimme und setzen sich für die Förderung von in der Regel schwer erreichbaren Gruppen wie etwa Langzeitarbeitslosen ein. Die bislang gesammelten Erfahrungen werden den FLAG helfen, im nächsten Programmzeitraum Projekte von noch höherer Qualität auf den Weg zu bringen.

Zu diesem Heft

In diesem Heft werden die 42 für die Konferenzausstellung ausgewählten Projekte zunächst vorgestellt. Es folgt eine Analyse der Projektwirkung auf die Entwicklung in dem jeweiligen Fischwirtschaftsgebiet. Im Schlusskapitel wird erläutert, welche Herausforderungen und Chancen der neue Programmzeitraum mit sich bringt und welche CLLD-Projekte die FLAG im Rahmen des EMFF im Zeitraum 2014-2020 fördern können.

Das Heft ist in erster Linie für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Veranstaltung „Sailing towards 2020“ gedacht, kann aber auch für Einzelpersonen oder Organisationen mit Interesse an einer von der örtlichen Bevölkerung betriebenen lokalen Entwicklung geeignet sein. Es kann den beteiligten Stellen (FLAG, Verwaltungsbehörden, Projektträger) als Anregung für künftige Projekte dienen, und die EFF-Projektbeispiele könnten breiteres Interesse etwa in Forschungs-, Begutachtungs- und Medienkreisen oder bei überstaatlichen Organisationen wecken.

Die FARNET-Unterstützungsstelle dankt allen FLAG und Projektträgern für ihr Entgegenkommen und ihre Geduld bei der Beantwortung von Fragen zu den für die Ausstellung ausgewählten Projekten.

KAPITEL 2

Projektbeispiele in der Ausstellung

■ Verkürzung der Absatzketten

- Stand 1 Fish all days: Fisch vom Kutter und Lieferung ins Haus
- Stand 2 Bootsladen Jammerbugt: Frischfisch im Stadtzentrum
- Stand 3 Loestamospescando.com: Online-Verkauf
- Stand 4 Fisch aus der Auktion: Abnahmeverpflichtung ortsansässiger Restaurants
- Stand 5 O melhor peixe do mundo: kurze Wege und Nachhaltigkeit

■ Regionale Wertschöpfung

- Stand 6 Frische Qualitätsgarnelen: längere Haltbarkeit
- Stand 7 Blaukrabbe: neue Märkte für frische und verarbeitete Meerestiere
- Stand 8 Currican: handwerkliche Konservenherstellung
- Stand 9 SCIC Arrainetik: genossenschaftlicher Verarbeitungsbetrieb
- Stand 10 Biokarpfen: Aufklärung und Imageverbesserung
- Stand 11 Vianapesca: erfolgreiche Produktplatzierung

■ Umweltschutz

- Stand 12 Telecapêche: Fangüberwachung
- Stand 13 Cap Roux: Fischereischutzzone
- Stand 14 Fluss Nyköping: gemeinsame Bewirtschaftung einer gemeinsam genutzten Ressource
- Stand 15 Robbensichere Fischernetze: umweltschonende Fischfangausrüstung
- Stand 16 Mehr verdienen ja, mehr fangen nein: Nachhaltigkeitssiegel
- Stand 17 Aquamar: eine neue Methode der Wasserreinigung

■ Imageverbesserung für die Fischerei

- Stand 18 Besuch im Fischerhafen Vega: Rundgang und Vorführung
- Stand 19 Werbung für Meerestiere aus der Region: Fischfestival, Werbekampagne und Seminare
- Stand 20 a Gastronomie für Köche: Schulung in der Zubereitung von Fischgerichten in Bulgarien
- Stand 20 b Gastronomie für Köche: Schulung in der Zubereitung von Fischgerichten in Polen
- Stand 21 Fischbeauftragter: Vernetzung des Fischereisektors
- Stand 22 Legends of Kitka: ein Videospiel zum Thema Fischerei



■ Verknüpfung von Fischerei und Tourismus

- Stand 23** Pescaturismus: Fischfang und Aquakultur erleben
- Stand 24** „Put ‘n’ Take“: Fischgarantie für Hobbyangler
- Stand 25** Karpfentourismus: Führungen mit Karpfenexperten
- Stand 26** Sommerrestaurant: Wellen und Meer
- Stand 27** Fischerpension: Unterkunft mit Familienanschluss
- Stand 28** Die tausendjährige Thunfischroute: Schnürung eines Fremdenverkehrspakets

■ Fischerei als Nährboden für neue Geschäftsfelder

- Stand 29** Herstellung von Fischfangausrüstung: Diversifizierung in neue Geschäftszweige und neue Märkte
- Stand 30** Netzflückerei und mehr: Ladengeschäft für Sportfischerei und Kunsthandwerk
- Stand 31** Bootswerkstatt: Reparatur und Neubau für Fischerei und Freizeit
- Stand 32** Sandabbau und Sandtransport: Service für die Muschelfischerei

■ Attraktivität von Fischwirtschaftsgebieten

- Stand 33** Sanierung des Hafens von Oiu: Anreize für Leben und Arbeit
- Stand 34** Helling InisLyre: Leben mit Zukunft auf einer kleinen Insel
- Stand 35** Heimathafen: ein Ort zum Leben, Arbeiten und Hoffen
- Stand 36** Annan Harbour: Crowdfunding für kommunale Infrastruktur

■ Nachwuchsarbeit

- Stand 37** Ausbildungsprogramm: Gründung und Fortführung von Unternehmen durch junge Leute
- Stand 38** Lehrgänge: Vorbereitung junger Leute auf eine Berufstätigkeit in der Fischerei
- Stand 39 a** Unternehmensgründung: Frauen als Vorbilder
- 39 b** Unternehmensgründung: Schulung, Beratung, Betreuung für Arbeitslose
- Stand 40** J.F. Mexilhães: ein neues Leben als Muschelzüchter

Verkürzung der Absatzketten



Der Fischverkauf an Endverbraucher mit so wenigen Zwischenstationen wie möglich stellt für Fischer und Fischzüchter eine Möglichkeit dar, sich einen größeren Anteil am Ertrag ihrer

Arbeit zu sichern. Er kann über den Aufbau von Geschäftsbeziehungen ferner

dazu beitragen, Fischer und Verbraucher einander wieder näher zu bringen und dem Fischereisektor mehr Aufmerksamkeit zu verschaffen. Die Förderung kürzerer Absatzwege kann daher den Lebensunterhalt von Fischerfamilien langfristig sichern helfen. Aus dieser Erkenntnis heraus haben viele FLAG in der gesamten EU mit Hilfe von Achse 4 Projekte gefördert, die je nach Gesetzeslage eine Vereinfachung des Verkaufs von Frischfisch direkt vom Kutter oder über Auktionshäuser zum Ziel hatten.

Die Projektbeispiele in diesem Themenkreis veranschaulichen, wie Fischer die Absatzwege für ihre Ware verkürzen können. Sie reichen vom Direktverkauf auf dem eigenen Fischkutter nebst Haustürlieferung bis hin zu einem „Fischgeschäft“ auf einem Fischkutter in einer belebten Innenstadt. Bei anderen Projekten vermarkten benachbarte Fischereigenossenschaften ihren Fang auf einer gemeinsam betriebenen Onlineplattform. Ebenfalls interessant ist der Ansatz, ortsansässige Restaurants und Lebensmittelgeschäfte ihr Fischangebot vom heimischen Auktionshaus beziehen zu lassen.

Viele der genannten Beispielprojekte lassen erkennen, dass die Zusammenarbeit zwischen Fischereibetrieben einen wichtigen Faktor zur erfolgreichen Verkürzung des Absatzwegs darstellt. Aus allen wird ersichtlich, wie Fischer mit Investitionen in kurze Absatzwege sowohl ihre Umsatzerlöse und Einkünfte steigern als auch neue und treuere Kunden gewinnen können.



Fish All Days: Fisch vom Kutter und Lieferung ins Haus

„Fish All Days“ ermöglicht es dem Endverbraucher, Frischfisch direkt am Kutter zu kaufen oder ihn sich nach Hause liefern zu lassen. Durch die Kombination klassischer Aufklärungs- und Werbekampagnen mit neuen Medien und sozialen Netzwerken hat sich ein Fischer aus dem italienischen Molfetta einen treuen Kundenstamm aufgebaut.



FLAG TERRE DI MARE, ITALIEN

Ergebnisse (nach zehn Monaten):

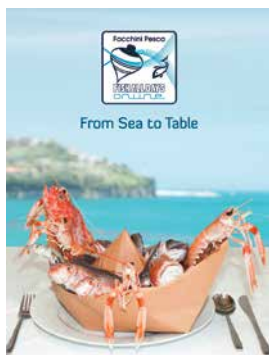
- > 60 regelmäßig belieferte Privathaushalte
- > 4 regelmäßig belieferte Restaurantbetriebe
- > 30 – 35 % Umsatzsteigerung

Gesamtkosten: € 42 000

EFF Achse 4: Projektidee und Hilfe bei der Projektentwicklung

Projektträger:

Fischereibetrieb Facchini Pesca
[www.facebook.com/FishallDays?](https://www.facebook.com/FishallDays?ref=nf)
 ref=nf



Der Familienbetrieb Facchini Pesca litt darunter, dass er für seinen Fisch auf der Großhandelsauktion in seinem Heimatort nur sehr niedrige Preise erzielen konnte. Deshalb baute er seinen Kutter für den Direktverkauf der fangfrischen Ware an die Endverbraucher um. Vorrangiges Ziel war die Einhaltung der Hygiene- und Sicherheitsbestimmungen. Hinzu kam die Ausstattung des betriebs-eigenen Lieferwagens mit einer Kühlanlage. Es folgten umfangreiche Maßnahmen zur Werbung für das neue Direktverkaufsangebot und zur Aufklärung der ortsansässigen Bevölkerung über die gesundheitlichen Vorteile des Verzehrs von hoch-

wertigem Fisch aus nachweisbar heimischem Fang. Das Maßnahmenpaket umfasste die Ausarbeitung von Broschüren und Platzdeckchen für die regionalen Restaurants, die Einrichtung einer Website mit Produktinformationen und Produktpreisen und die Produktwerbung in sozialen Netzwerken.

STAND 1



Bootsladen Jammerbugt: Frischfisch im Stadtzentrum

Der Fischereiverein Thorupstrand in Dänemark (Thorupstrand Kystfiskerlaug) hat einen klassischen Fischkutter zu einem schwimmenden Fischgeschäft umgebaut und die Genehmigung erhalten, das Boot mitten in Kopenhagen zu vertäuen. Damit hat er sich einen besonderen Zugang zu den wohlhabenden Kunden in der dänischen Hauptstadt gesichert.



FLAG NORDJÜTLAND, DÄNEMARK

Ergebnisse (nach 10 Monaten):

- > Rund 1 500 € Umsatz aus dem Fischverkauf pro Tag (weiter steigend)
- > 7 neue Arbeitsplätze im Lager und im Bootsladen
- > Höhere Auslastung des vereinseigenen Verarbeitungsbetriebs

Gesamtkosten: € 268 000

EFF Achse 4: € 65 000

Projektträger:

Thorupstrand Kystfiskerlaug
(Fischereiverein)

ole@thorupstrandkystfiskerlaug.dk

www.thorupstrandkystfiskerlaug.dk



Nachdem die Fischer von Thorupstrand den Verein gegründet hatten, konnten sie mit dem Erwerb privatwirtschaftlicher Fangquoten dafür sorgen, dass die Fischerei weiter in den Händen ihrer Gemeinde lag. Anschließend bauten sie zur besseren Vermarktung ihres Fangs einen Kutter so um, dass er für den Direktverkauf geeignet war. Ihre Verkaufsstelle liegt mitten in Kopenhagen vor Anker und bietet einen unvergleichlich

reizvollen Ort zur Präsentation der Thorupstrand-Produkte. Der Fisch wird direkt per LKW angeliefert, und da die Fischer von Thorupstrand täglich auf Fangfahrt gehen, gehört ihre Ware zur frischesten in ganz Kopenhagen. Das Verkaufsgeschäft, in dem nicht nur ganzer Fisch, sondern auch Filets, frische Fischfrikadellen und andere kleine Gerichte aus dem vereinseigenen Verarbeitungsbetrieb verkauft werden, wird von einem Koch geleitet.

STAND 2

Loestamospescando.com: Online-Verkauf

Auf Initiative der FLAG Costa da Morte in Spanien haben sich neun galicische „Cofradías“ (Fischereigenossenschaften) mit mehr als 500 angeschlossenen Fischern und Muschelzüchtern auf die Erstellung und den gemeinsamen Betrieb einer Verkaufsplattform im Internet geeinigt.



Unter den zahlreichen Fischereivereinigungen in der spanischen Region Galicien sind Rivalitäts- und Konkurrenzdenken weit verbreitet. Der daraus resultierende Mangel an Zusammenarbeit innerhalb des Fischfangsektors fügt jedoch der Wettbewerbsfähigkeit der einzelnen Betriebe schweren Schaden zu. Die Initiatoren des Projekts Loestamospescando wollten ein „Schaufenster“ für Meerestiere aus Galicien aufbauen und durch

einen Schulterschluss zwischen den einheimischen Fischern deren Verhandlungsposition stärken. Die Zusammenarbeit ermöglichte die Direktvermarktung des Fangs der angeschlossenen Betriebe an zahlreiche Neukunden in ganz Spanien. Die Abnehmer – sowohl Privathaushalte als auch Gewerbebetriebe wie etwa Restaurants – bestellen die gewünschte Ware telefonisch oder online zum Festpreis. Die Plattformbetreiber sortieren die Bestellungen und beauftragen eine der beteiligten Genossenschaften, auf der Fischauktion einen Teil des Fangs zu dem vereinbarten Höchstpreis zurückzukaufen. Die Auslieferung wird über die Verkaufsplattform abgewickelt. Loestamospescando.com bietet seinen Kunden einen „Käuferplatz“ bei der Auktion, so dass die Fischer einen gerechten Preis erzielen und das Abnehmerspektrum weiter gefächert ist. Nachdem das Projekt unter Leitung der FLAG erfolgreich eine einjährige Versuchsphase durchlaufen hatte, ging die betriebliche Verantwortung auf die Genossenschaften über.



FLAG COSTA DA MORTE, SPANIEN

Ergebnisse (nach 2,5 Jahren):

- > Internet-Verkaufsplattform aufgebaut und in Betrieb genommen
- > Preise für bestimmte Arten um 15 % erhöht
- > Im ersten Jahr 8 Tonnen Fisch im Wert von 25 000 € abgesetzt.

Gesamtkosten: € 59 171

EFF Achse 4: € 40 828

Projekträger:

FLAG Costa da Morte
www.loestamospescando.com

STAND 3

Fisch aus der Auktion: Abnahmeverpflichtung ortsansässiger Restaurants

Im Rahmen des Projekts „Peix de llotja“, wörtlich übersetzt „Fisch aus der Auktion“, verkaufen mehrere spanische Fischereivereinigungen ihre Erzeugnisse an Restaurants in ihrer Region. Dazu wurde eigens ein Markenname erfunden. Restaurants, die sich verpflichten, ihren Fisch direkt aus der Auktion vor Ort zu erwerben, werden mit Sternen ausgezeichnet.



In vielen Küstengebieten kaufen Restaurants ihren Fisch beim Großhandel. Sie legen mehr Wert auf Preis und Bequemlichkeit als auf die Frage, ob die Ware aus regionaler Erzeugung stammt. Der Verband der Fischereivereine des Ebro-Deltas hat zur Ankurbelung des Verzehrs von einheimischem Frischfisch in den regionalen Restaurants eine Initiative koordiniert, in deren Rahmen sich die Restaurants beim jeweiligen Auktionshaus als

Käufer eintragen lassen konnten. Infolgedessen haben die Verbandsmitglieder ihren Kundenstamm verbreitern und mehr Fisch direkt verkaufen können. Als Herkunftsnachweis wurde ein Bescheinigungssystem eingeführt. Darüber hinaus werden an die beteiligten Restaurants je nachdem, wie viel Fisch sie auf der Auktion vor Ort direkt erwerben, ein bis drei Sterne vergeben.



FLAG DELTA DEL EBRO, SPANIEN

Ergebnisse (nach 22 Monaten):

- > Zusammenarbeit innerhalb der Fischerei sowie zwischen Fischerei, Tourismus und Gastgewerbe
- > 13 Restaurants kaufen direkt auf der Auktion
- > 10 bis 15 % höhere Auktionspreise für restauranttypische Arten

Gesamtkosten: € 23 925

EFF Achse 4: € 8 155

Projekträger:

Verband der Fischereigenossenschaften im Ebro-Delta
www.peixdelotja.com

STAND 4



O melhor peixe do mundo: kurze Wege und Nachhaltigkeit

Ein portugiesisches Unternehmen hat mit Fördermitteln aus Achse 4 eine neuartige kurze Absatzkette für Meerestiere erdacht. Sie schlägt eine Brücke zwischen dem Betrieb und dessen Kunden und ermöglicht einen nachhaltigen Fischfang in der Region Sesimbra.



FLAG ALEM TEJO, PORTUGAL



Das mittelständische portugiesische Unternehmen *Fixe em Casa* hat sich für die Vermarktung des Fangs ausgewählter Fischer, die konkreten Nachhaltigkeitskriterien genügen, eine Absatzmethode der kurzen Wege ausgedacht. Mit Hilfe von Achse 4 konnte der Betrieb seinen Online-Verkauf ausbauen, ein Nachhaltigkeitsiegel erwerben und eine neuartige Verpackung entwickeln, die sowohl Werbeträger ist als auch

eine längere Haltbarkeit seiner hochwertigen Fischerzeugnisse ermöglicht. Der Fisch kann auf einer eigens dafür eingerichteten Website bestellt werden. *Fixe em Casa* sammelt die Bestellungen, beauftragt die zuliefernden Fischer mit dem Kauf der Ware auf der Auktion in Sesimbra (in Portugal muss jeder Fisch über eine Auktion verkauft werden) und liefert den Kunden die Ware bis an die Haustür. Inzwischen beliefert das Unternehmen mit zertifiziertem Fisch aus heimischen Gewässern auch ortsansässige Naturkostläden.

Ergebnisse (nach 3 Jahren):

- > 40 beteiligte Fischer, von denen drei ausschließlich für das Unternehmen arbeiten
- > Verdreifachung der Verkaufsmenge (Absatz im Jahr 2013: 40 Tonnen)
- > 3 neue Arbeitsplätze im Hafen Sesimbra

Gesamtkosten: € 25 110

EFF Achse 4: € 5 022

Projektträger:

Fixe em case Ltd.
<http://loja.peixefresco.com.pt>

STAND 5

Regionale Wertschöpfung



Fischwirtschaftsgemeinden können die Wertschöpfung aus dem Fang ihrer Fischer auf unterschiedliche Art und Weise erhöhen. Die Möglichkeiten reichen von der Anwendung neuer Transportmethoden über die Verbesserung der Produktqualität und die Verarbeitung zu verzehrfertigen Produkten bis hin zu neuartigen Verpackungen und Werbemethoden.

Die FLAG wiederum können mit der Förderung solcher Wertschöpfungsmaßnahmen dafür sorgen, dass der wirtschaftliche Nutzen der Ressource Fisch zu einem größeren Teil den Fischwirtschaftsgemeinden zugutekommt. Der Wandel des Konsumverhaltens hin zum Verzehr von Fertigprodukten und zum Ausprobieren neuer Rezepte sowie der Trend zu höherwertigen und klassischen regionalen Produkten bergen erhebliches Potenzial für die Förderung von Projekten zur Aufwertung regionaler Fischerzeugnisse.

Die Projekte in diesem Themenkreis stellen eine vielfältige Sammlung FLAG-geförderter Maßnahmen dar. Sie reichen von der Krabbenverarbeitung für die Ernährung asiatischer Bürger in Europa bis zu verbesserten Erhitzungs- und Kühlmethoden zur Verlängerung der Haltbarkeit. Die damit einhergehende Erschließung neuer Märkte bildet auch das Kernelement eines neu gegründeten Genossenschaftsbetriebs zur Herstellung tiefgekühlter Fischfilets für Gemeinschaftsküchen. Ein weiteres Beispielprojekt ist die Gründung eines Betriebs, der die klassische Handwerkskultur wieder aufleben lässt und Feinkostkonserven herstellt. Weitere Beispiele sind ein Unternehmen zur Vermarktung frischer und geräucherter Erzeugnisse aus biologisch aufgezogenen Karpfen sowie die Werbekampagne eines Erzeugerverbands zur Verbesserung des Images klassischer Erzeugnisse aus dem Meer. Innovation, Qualität und Direktverkauf von Fisch aus heimischen Gewässern bilden die Schwerpunkte dieser Projekte.

FrISChe Qualitätsgarnelen: längere Haltbarkeit

Garnelen aus Belgien können jetzt ohne Konservierungsstoffe länger frisch gehalten werden. Möglich wird dies durch eine neu entwickelte Frischlieferkette. Kleine Küstenfischereibetriebe aus Flandern haben es mit verbesserten Erhitzungs- und Kühlverfahren geschafft, die Haltbarkeit ihrer Produkte wesentlich zu verlängern und so ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern.



Häufig im Ausland von Hand gepult, haben Garnelen aus Belgien zumeist einen langen Weg hinter sich, wenn sie im Heimatland auf den Markt kommen. Sie sind daher zumeist stark konserviert oder tiefgekühlt. Es werden zwar auch frische Garnelen aus heimischen Gewässern verkauft, doch überwiegend ungepult und mit einer Haltbarkeit von lediglich vier Tagen. Sie werden seit jeher noch an Bord des Krabbenkutters in

unbehandeltem Meerwasser abgekocht und dann gekühlt an Land gebracht. Die FLAG Westflandern hat ein Projekt zur Entwicklung eines optimierten Erhitzungs- und Kühlverfahrens (mit strenger Kontrolle von Temperatur, Wasserqualität usw.) gefördert, das sich auf die Ergebnisse eines im Rahmen von Achse 3 des EFF geförderten Forschungsprojekts stützt. Mit dem neuen Verfahren, das in einer Pilotanlage an Land erprobt wurde, konnte die Haltbarkeit frischer Garnelen wesentlich verlängert werden. Der Verzicht auf Konservierungsstoffe stärkt die Wettbewerbsposition der Fischer und ermöglicht einen höheren Verkaufspreis. Zudem können die Garnelen nun unter Einsatz einer Druckluftmaschine direkt in Belgien geschält werden. Damit verbleibt die gesamte Wertschöpfung in der Region.



FLAG WESTFLANDERN, BELGIEN

Ergebnisse (nach 2 Jahren):

- > Entwicklung eines Prototyps einer an Land errichteten Erhitzungs- und Kühlanlage
- > Haltbarkeit frischer Garnelen ohne Konservierungsstoffzusatz von 4 auf 14 Tage erhöht
- > Neue Absatzmöglichkeiten in weiter von der Küste entfernten Gebieten

Gesamtkosten: € 231 250

EFF Achse 4: € 84 406

Projekträger:

Vlaamse Visserij Vereniging
(Fischereivereniging Flandern)
Brevisco BVBA – Willy Versluys
willy@versluys.net
www.vlaamsegarnalen.be

STAND 6



Blaukrabbe: neue Märkte für frische und verarbeitete Meerestiere

In Griechenland hat sich mit finanzieller Unterstützung der FLAG Thessaloniki das Unternehmen Blue Crab P.C. gegründet, das in einem umgebauten Gebäude in der Stadt Chalastra eine breite Palette an Fisch, Krebstieren und Muscheln verarbeitet.



Zwei ortsansässige Spezialisten für Aquakultur und Fischkrankheiten hatten die Ausbreitung der blauen Schwimmkrabbe in der Region als Chance für ein neues Geschäftsmodell erkannt. Zwar waren einige Fischer bereits in Fang und Verkauf der Art tätig, aber abgesehen davon war der Markt für Blaukrabben kaum erschlossen. Mit Unterstützung aus Achse 4 wurde Blue Crab P.C. gegründet und in einem alten Wirtshaus in der

Stadt Chalastra eine Betriebsstätte eingerichtet. Der Betrieb besteht aus drei Abteilungen: einer Verarbeitungsanlage für Fisch, Krebstiere und Muscheln, einer Tiefkühlanlage für Kraken, Tintenfische und Krabben und einer Abteilung für die Zubereitung von Saucen und leichten Fischgerichten. Vorzeigeprodukt des Unternehmens sind lebende Blaukrabben; sie werden auf traditionelle Art gefangen und an asiatische Gewerbekunden in sechs Ländern der EU verkauft. Blue Crab P.C. arbeitet mit rund 25 Fischern zusammen, die neben der Blaukrabbe auch noch Fisch und Muscheln fangen und zur Verarbeitung anliefern. Gegenwärtig entwickelt Blue Crab P.C. in einem zweiten Schritt Saucen und Fertiggerichte in erster Linie für den griechischen Markt.

FLAG THESSALONIKI, GRIECHENLAND

Ergebnisse (nach 18 Monaten):

- > Markt für lebende Blaukrabben in sieben Ländern (GR, ES, IT, FR, BE, DE und CZ) erschlossen
- > Drei Arbeitsplätze geschaffen
- > Umsatz in Höhe von rund 250 000 € im ersten vollen Geschäftsjahr

Gesamtkosten: € 451 776

EFF Achse 4: € 203 299

Projektträger:

Blue Crab P.C.
www.bluecrab.gr

STAND 7

Currican: handwerkliche Konservenherstellung

Drei Frauen aus Spanien haben in Galicien ein eigenes Unternehmen gegründet, das handwerklich hergestellte Fisch- und Muschelkonserven verkauft.



FLAG MARIÑA – ORTEGAL, SPANIEN

Ergebnisse (nach 2 Jahren):

- > Unternehmensneugründung durch drei Frauen im Alter von über 45 Jahren, von denen zwei zuvor arbeitslos waren
- > Umgerechnet 2,5 neue Arbeitsplätze geschaffen
- > Umsatz im ersten vollen Geschäftsjahr: 65 000 €
- > Neuauftrag über den Export von Fischkonserven nach Mexiko erhalten

Gesamtkosten: € 53 124

EFF Achse 4: € 23 909

Projektträger:

Currican

www.conservascurrican.es



Drei Frauen haben mit Hilfe von Achse 4 in Galicien das Unternehmen Currican gegründet, das die Tradition der Herstellung von Fischkonserven in regionaltypischen Konservengläsern fortführen will. Nuria und Nieves waren arbeitslos, als sie von den Fördermöglichkeiten im Rahmen von Achse 4 erfuhren. Sie baten die örtliche FLAG um Hilfe bei der Umsetzung ihrer Geschäftsidee einer manuellen Herstellung von Konserven aus

regionalen Fischerzeugnissen. Mit einer auf Vermarktung spezialisierten Partnerin entwickelten sie 15 handwerklich hergestellte Produkte, davon acht (z. B. Thunfisch in Olivenöl) im ersten und sieben (z. B. Krake in Olivenöl) im zweiten Geschäftsjahr. Mittlerweile haben ihre Produkte Einzug in Feinkostläden in ganz Galicien und darüber hinaus in Fachgeschäfte etwa in Madrid, Asturien und Huelva gehalten.



SCIC Arrainetik: genossenschaftlicher Verarbeitungsbetrieb

Eine aus Achse 4 geförderte französische Studie hat zur Gründung eines genossenschaftlichen Verarbeitungsbetriebs im Fischerhafen von St Jean de Luz / Ciboure geführt. Das 100 000 Euro teure Werk verarbeitet früher wenig genutzte Fischarten und liefert seine Produkte an Schulkantinen.



FLAG CÔTE BASQUE, FRANKREICH

Ergebnisse (nach 3 Jahren):

- > Umfassende Untersuchung des Angebots und der Verarbeitung von regionalem Fisch
- > Inbetriebnahme einer Verarbeitungsanlage im Wert von 700 000 €
- > 5 Arbeitsplätze (auf Vollzeitkräfte umgerechnet) geschaffen, voraussichtlich Schaffung von 2 weiteren nach 6 Monaten
- > Produktion von 100 Tonnen Fischfilet im ersten und 130 Tonnen im zweiten Jahr erwartet

Gesamtkosten: € 62 948

EFF Achse 4: € 12 240

Projektträger:

Agglomération Sud Pays Basque
www.agglospb.fr



Die von der FLAG Côte Basque finanzierte Machbarkeitsstudie legte nahe, dass es insbesondere für in Bayonne angelandete Fischarten einen Absatzmarkt für Verarbeitungsprodukte (Tiefkühlfilets) gab. An der Studie waren Fischfang-, Verarbeitungs- und Großküchenbetriebe sowie staatliche Stellen beteiligt. Im Zuge der Studie wurde ein Aktionsplan ausgearbeitet, mit dessen Hilfe neue regionale Märkte für regionale Fischerzeugnisse erschlossen werden sollen. Die Studienergebnisse hatten die Gründung eines neuen genossenschaftlichen Verarbeitungsbetriebs zur Folge, der Schul-, Krankenhaus- und andere Kantinen mit Filetfisch aus der Region beliefert. An der Finanzierung des Unternehmens beteiligten sich der örtliche Erzeugerverband, Fischfangrat und Gemeindeverband sowie Investoren aus der Privatwirtschaft.

Die Studienergebnisse hatten die Gründung eines neuen genossenschaftlichen Verarbeitungsbetriebs zur Folge, der Schul-, Krankenhaus- und andere Kantinen mit Filetfisch aus der Region beliefert. An der Finanzierung des Unternehmens beteiligten sich der örtliche Erzeugerverband, Fischfangrat und Gemeindeverband sowie Investoren aus der Privatwirtschaft.

Biokarpfen: Aufklärung und Imageverbesserung

Die Karpfenzüchter in der Oberlausitz haben ihre Betriebe auf biologische Erzeugung umgestellt und arbeiten an einem besseren Image für ihr Produkt. Sie bewirken damit gerade bei jungen Verbrauchern eine Veränderung der Verzehrgeohnheiten und eine größere Aufmerksamkeit für Karpfenerzeugnisse.



Die Karpfenzüchter in der Oberlausitz haben ihre Betriebe auf biologische Erzeugung umgestellt und in Zusammenarbeit mit einem modernen sächsischen Verarbeitungsbetrieb neue Frisch- und Räucherprodukte entwickelt. Damit einhergegangen ist die Entwicklung eines einheitlichen Namens für die Produkte. Die Vermarktung erfolgt gemeinschaftlich; die Fischqualität wird von einer kleinen Gruppe regionaler Erzeuger überwacht. Zur Verkaufsförderung wurden im Rahmen des Projekts Broschüren entworfen und gedruckt sowie Unterlagen für die Teilnahme an Fachmessen erstellt. Das Projekt hat dazu geführt, dass biologisch erzeugte Karpfenprodukte nun erstmalig in deutschen Naturkostläden erhältlich sind.



FLAG OBERLAUSITZ, SACHSEN, DEUTSCHLAND

Ergebnisse (nach 22 Monaten):

- > Umstellung von konventioneller auf biologische Karpfenzucht
- > Ein Arbeitsplatz geschaffen
- > Biokarpfen jetzt in Naturkostläden in Deutschland erhältlich

Gesamtkosten: € 165 628

EFF Achse 4: € 124 221

Projektträger:

Oberlausitzer Biokarpfen
www.oberlausitzer-biokarpfen.de

STAND 10



Vianapesca: erfolgreiche Produktplatzierung

Mit Hilfe von Achse 4 hat der Erzeugerverband Vianapesca, dem kleine und mittelgroße Fischfangbetriebe aus Nordportugal angeschlossen sind, eine europaweite Werbekampagne für traditionelle Meereserzeugnisse entwickelt.



Die Verbandsmitglieder hatten aufgrund von Absatzproblemen und geringen Verkaufspreisen mit niedrigen Gewinnen aus ihrer fischwirtschaftlichen Tätigkeit zu kämpfen. Als Konsequenz daraus erarbeitete Vianapesca ein Werbekonzept zur Steigerung des Absatzes marktfähiger Fischerzeugnisse und zum Aufbau eines landesweiten Absatzverbunds. Den Schwerpunkt der Werbekampagne bildete die Aufklärung über den ernährungsphysiologischen und kulturellen Wert klassischer Fischkonserven. Zu diesem Zweck wurde das vorhandene Verpackungs- und Werbematerial umgestaltet. Im Jahr 2013 hatte das Projekt so viel Aufmerksamkeit erzeugt, dass Vianapesca in Zusammenarbeit mit anderen portugiesischen Erzeugerverbänden das Fachgeschäft *loja das conservas* in Lissabon eröffnen konnte. Dort werden regionale Konservenspezialitäten verkauft. Ein Jahr später führte die Werbekampagne zur Eröffnung eines Gangs mit Fischkonserven aus Portugal in einem Feinkostgeschäft in Paris. Diese Erfolge tragen zu höheren Einkommen und besseren Lebensbedingungen in den klassischen Fischwirtschaftsgemeinden Portugals bei.

FLAG LITORAL NORTE, PORTUGAL

Ergebnisse (nach 2 Jahren):

- > Neue Markennamen für 13 Fischkonservenprodukte
- > 1 neues Unternehmen in Lissabon gegründet
- > 4 Dauer- und etwa 20 Saisonarbeitsplätze geschaffen
- > Zusatzeinnahmen in Höhe von 30 000 € im ersten Geschäftsjahr erzielt, Verdoppelung im zweiten Geschäftsjahr erwartet

Gesamtkosten: € 199 260

EFF Achse 4: € 104 612

Projektträger:

Vianapesca (Erzeugerverband)
Pagina Facebook: Vianapesca OP

STAND 11

Umweltschutz



Der Fischereisektor sieht sich wegen der von ihm ausgehenden Umweltbelastung häufig Kritik ausgesetzt. Die Fischer können jedoch dank ihrer Fachkompetenz eine wichtige Rolle beim Schutz der Meeres- und Binnengewässer spielen, und viele FLAG haben ihnen bei der Wahrnehmung dieser Aufgabe, häufig unter Hinzuziehung von Wissenschaftlern und anderen Experten, Unterstützung geleistet. Darüber hinaus können die FLAG als lokale Partnerschaften häufig am besten die Zusammenarbeit zwischen den lokalen Interessengruppen fördern und so Streitigkeiten über die Nutzung küstennaher Ökosysteme beilegen helfen.

Die in diesem Themenkreis beschriebenen Projekte stehen beispielhaft dafür, wie Berufsfischer bei ihren Bemühungen um den Schutz der Umwelt und eine nachhaltige Bewirtschaftung der Fischbestände unterstützt worden sind. Gegenstand der Projekte sind die Vereinfachung von Fangmeldungen, die Überwachung eines Naturschutzgebietes zwecks Bekämpfung der illegalen Fischerei, eine Gemeinschaftsaktion zur Aufstellung eines Bewirtschaftungsplans für Fließgewässer sowie die Entwicklung und Erprobung robbersicherer Fischernetze. Ebenfalls in diesem Themenkreis findet sich ein Projekt zur Zertifizierung eines nachhaltigen Fischfangs und eines zur Entwicklung einer umweltfreundlichen Technik zur Verbesserung der Wasserqualität in Binnenseen. Alle beschriebenen Projekte verdeutlichen, wie wichtig die FLAG bei der ökologischen Aufwertung ihrer Region sein können, wenn sie umweltverträgliche Methoden fördern, für Nachhaltigkeit sensibilisieren und gemeinschaftliches Handeln vorantreiben.



Telecapêche: Fangüberwachung

TELECAPECHE ist ein in Frankreich entwickeltes elektronisches System, das die Meldung von Muschelfangergebnissen an die für Fischerei und Aquakultur zuständigen amtlichen Stellen vereinfacht. Die in Echtzeit übermittelten Fischbestandsdaten können den Behörden bei der Ergreifung geeigneter nachhaltiger Bewirtschaftungsmaßnahmen von Nutzen sein.



In Frankreich haben Muschelfischer ihre Fänge monatlich an die zuständige Behörde zu melden. Aufgrund von Verfahrensmängeln wurden die Daten in der Vergangenheit jedoch nicht zeitnah verarbeitet, so dass sie bei den für Fischerei und Aquakultur zuständigen Aufsichtsorganen nur mit Verspätung eingingen. Dadurch gestaltete sich die Bewirtschaftung der ohnehin schon rückläufigen Bestände schwierig. Mit Förderung

durch Achse 4 wurde ein elektronisches System entwickelt und erprobt, mit dessen Hilfe die Fischer ihre Fangdaten direkt online oder per SMS melden können. Für die Fischer bedeutet das System eine echte Zeitersparnis. Die Meldebehörden wiederum verfügen dank des Systems stets über aktuelle Bestandsdaten und sind deshalb in der Lage, Bestandsprobleme rasch zu erkennen und viel schneller als früher entsprechende Maßnahmen wie etwa die Schließung oder den Neubesatz bestimmter Gebiete einzuleiten.



FLAG AURAY, FRANKREICH

Ergebnisse (nach 9 Monaten):

- > Entwicklung und Erprobung eines elektronischen Meldesystems
- > Fischer können sofort ihre Fangmeldungen und individuelle Fangstatistik einsehen
- > Inzwischen von allen 300 Muschelfischern in der Provinz Morbihan genutzt
- > Nutzung durch alle 300 Muschelfischern in der Provinz Morbihan

Gesamtkosten: € 35 179

EFF Achse 4: € 17 590

Projektträger:

CRPEMB (Regionale Fischerei- und Aquakulturbedörde, Bretagne)
www.cdpmem56.fr

STAND 12

Cap Roux: Fischereischutzzone

Zur Durchsetzung von Schutzmaßnahmen in einer Fischereischutzzone an der Côte d'Azur haben Fischer, Gemeindevertreter und Wissenschaftler auf Anregung einer ortsansässigen überstaatlichen Organisation einen effektiven und nachhaltigen Bewirtschaftungsplan aufgestellt.



FLAG VAR, FRANKREICH

Ergebnisse (nach 2 Jahren):

- > Mehr als 112 Kontrollfahrten durchgeführt
- > 7 Fischer für Kontrollfahrten gewonnen und finanziell entschädigt (umgerechnet insgesamt ein Vollzeitarbeitsplatz)
- > Zustand des Meeresraums in der Schutzzone verbessert
- > Rolle von *Prud'homie* bei der Bewirtschaftung des Fischbestands in dem Gebiet gestärkt

Gesamtkosten: € 142 072

EFF Achse 4: € 52 856

Projektträger:

Planète Mer
www.planetemer.org



Die 445 ha große Schutzzone Cap Roux in dem von Verstädterung und Tourismus hochgradig belasteten Seegebiet wurde bereits im Jahr 2004 von der lokalen Fischfangvereinigung *Prud'homie* eingerichtet. Da die Maßnahme jedoch nicht hinreichend bekannt gemacht wurde und die Kapazitäten zur Durchsetzung der Schutzvorschriften nicht ausreichten, fiel der Effekt für Fauna und Flora in der Zone dürrig aus. Im Rahmen

eines Achse-4-Projekts haben schließlich mehrere Fischer Kontrollfahrten zur Bekämpfung des illegalen Fischfangs durchgeführt und geprüft, wie sich die Kontrollen in einen effektiven und finanziell tragfähigen Bewirtschaftungsplan einarbeiten lassen. Die Wirkung der Schutzmaßnahmen wird mit Hilfe von Datenerhebungen kontrolliert. Darüber hinaus klären die Fischer in Zusammenarbeit mit anderen Nutzern des Meeresraums über dessen Wert die Wichtigkeit seines Schutzes auf.



Fluss Nyköping: gemeinsame Bewirtschaftung einer gemeinsam genutzten Ressource

Zur Wahrung und Verbesserung der Qualität des Oberflächen- und Grundwassers kommen in allen EU-Mitgliedstaaten Bewirtschaftungspläne für Flusseinzugsgebiete zur Anwendung. Eine schwedische FLAG hat im Rahmen eines Projekts nachgewiesen, wie sich derlei Pläne in effektiver partnerschaftlicher Zusammenarbeit aufstellen lassen.



FLAG KUSTLINJEN, SCHWEDEN

Ergebnisse (nach einem Jahr):

- > Errichtung eines partnerschaftlichen Verbunds aus neun Organisationen
- > Aufstellung eines gemeinsamen Flussbewirtschaftungsplans
- > Ausgleich widerstreitender Interessen

Gesamtkosten: € 54 035

Achse 4: € 27 017

Projektträger:

Nyköpingsåarnas vatten-
vårdsförbund

www.vattenorganisationer.se/nvvf



Vor dem Projekt gab es für das Einzugsgebiet des Flusses Nyköping in Südostschweden keinen in sich schlüssigen Bewirtschaftungsplan. Darüber hinaus bestand zwischen den verschiedenen Interessengruppen (Fischerei und Tourismus) keinerlei Konsens über eine nachhaltige und für beide Gruppen vorteilhafte Bewirtschaftung des Flusses. Die FLAG Kustlinjen nahm sich dieser Problematik an und initiierte Gespräche zwischen

Vertretern von Staat und Wirtschaft mit dem Ziel einer einvernehmlichen vertraglichen Regelung. Unter effektiver Moderation eines auf Umweltschutz spezialisierten Beratungsunternehmens wurden sozioökonomische und ökologische Belange miteinander in Einklang gebracht. Die positiven Resultate haben bewirkt, dass sich die Arbeitsbeziehungen zwischen wichtigen Beteiligten verbessert haben und eine weitreichende Rahmenlösung für die Bewirtschaftung des Flusses Nyköping gefunden wurde. Damit ist gleichzeitig der Boden für die künftige Arbeit der FLAG bereitet.

STAND 14



Robbensichere Reusen: umweltschonende Fischfangausrüstung

Fischer im Osten Finnlands haben in Zusammenarbeit mit Naturschützern und Wissenschaftlern Reusen entwickelt, die ihren Fang vor der räuberisch lebenden Saimaa-Ringelrobbe schützen, ohne dieser gefährdeten Art Schaden zuzufügen.



Maßnahmen zum Schutz der ausschließlich in Süßgewässern vorkommenden Saimaa-Ringelrobbe wie etwa das Verbot von Reusen stellen eine erhebliche Beeinträchtigung für den gewerblichen Fischfang in der Region dar. Deshalb schlugen die ortsansässigen Fischer der FLAG Ostfinnland ein Gemeinschaftsprojekt zur Entwicklung und Erprobung robbensicherer Pontonreusen für Süßgewässer vor. Als Grundlage sollten die in der Ostsee gesammelten Erfahrungen dienen. Die FLAG sorgte für Fördermittel aus Achse 3 des EFF sowie dafür, dass die Fischer gemeinsam mit Umweltschützern und Wissenschaftlern eine Reuse für Hecht, Zander und Renke entwickeln und erproben konnten, in die Saimaa-Ringelrobben nicht eindringen können. Zur Steuerung des Projektablaufs wurde ein Koordinator eingestellt. Die Reusen wurden von sechs Berufsfischern mehr als drei Jahre lang getestet.

FLAG OSTFINNLAND, FINNLAND

Ergebnisse (nach 4 Jahren):

- > Neue robbensichere Reuse entwickelt und erfolgreich erprobt
- > Überarbeitung der Gesetze mit Blick auf Zulassung des Reusen-fischfangs
- > Im Nachgang zu dem EFF-Projekt 5 Mio. € für ein LIFE-Projekt zur Verbesserung des Schutzes und zur Weiterentwicklung von Selektivität und Diversifizierung in der Fischerei

Gesamtkosten: € 239 000

Achse 4: Moderation und Koordination durch FLAG-Manager

Projektträger:

FLAG Ostfinnland
www.kalatalous.wordpress.com

STAND 15



Mehr verdienen ja, mehr fangen nein: Nachhaltigkeitssiegel

„Mehr verdienen ja, mehr fangen nein“ lautet das Motto der schwedischen FLAG Blekinge. Zu diesem Zweck hat sie einen umfassenden Hilfskatalog für die Fischer in ihrem Gebiet ausgearbeitet. So leistet sie beispielsweise Unterstützung bei der Erlangung von Nachhaltigkeitszertifikaten für den gefangenen Fisch.



FLAG BLEKINGE, SCHWEDEN

Ergebnisse (nach 2,5 Jahren):

- > Ein Fischer mit Nachhaltigkeitssiegel KRAV für Kabeljau ausgezeichnet
- > KRAV-Anträge für Hecht und Barsch eingereicht
- > 20 – 25 % höherer Gewinn bei KRAV-zertifiziertem Fisch

Gesamtkosten: (KRAV Zertifizierung): € 72 610,39

EFF Achse 4: € 36 305,34

Projektträger:

FLAG Blekinge
www.leaderblekinge.se



Aus dem Motto ist für die Region und die darin lebenden Fischer inzwischen ein Leitprinzip geworden, das für die gesamte fischwirtschaftliche Wertschöpfungskette gilt. Die FLAG hat den Fischern mit einem ganzheitlichen Maßnahmenpaket geholfen, die Qualität und den Wert ihres Fangs durch umweltverträglichere Fischfangmethoden sowie die Optimierung von Transport und Verkauf zu steigern. Einen Schwerpunkt

bildete das Bemühen um die Auszeichnung des im FLAG-Gebiet gefangenen Fisches mit dem bekanntesten Nachhaltigkeitssiegel Schwedens, dem KRAV. Eine solche Zertifizierung ist langwierig, da in erheblichem Umfang Daten über die entsprechenden Fischbestände erhoben werden müssen. Zudem musste dafür gesorgt werden, dass Fischkutter, Fangausrüstung, Lager- und Transporteinrichtungen den geltenden Vorschriften entsprechen. Ein Projektkoordinator erstellte gemeinsam mit den Fischern und den zuständigen Fischereibehörden die notwendigen Zertifizierungsanträge. Ein erster Fischer hat die Zertifizierung inzwischen erhalten; andere werden folgen.

STAND 16



Aquamar: eine neue Methode der Wasserreinigung

Die polnische FLAG Bytowsee hat technisch und finanziell ein Projekt unterstützt, bei dem aus einer innovativen Idee ein profitables Unternehmen hervorging, das Wasserreinigungsdienste für Fischerei- und Aquakulturbetriebe anbietet.



Eutrophierung kann eine schwerwiegende Beeinträchtigung der Wasserqualität bewirken und dadurch Einkommenseinbußen für Fischer und Fischzüchter zur Folge haben. Ein polnischer Aquakulturbetrieb hatte viele Wasserreinigungsmethoden ausprobiert, doch alle für zu teuer und zu aufwendig befunden. Deshalb entwickelte er in jahrelangen Experimenten eine neue biologische Methode, bei der ausgewählte Bakterienarten in

das Wasser eingesetzt werden, die organische Stoffe abbauen. Mit Mitteln aus Achse 4 wurde die Anschaffung eines mobilen Labors gefördert, das sich auf einen Lieferwagen oder ein kleines Motorboot montieren lässt. Es dient zur Erhebung und Auswertung von Wassergütedaten vor Ort und ermöglicht so die Planung und/oder Überwachung von Wasserreinigungsmaßnahmen.

FLAG BYTOWSEE, POLEN

Ergebnisse (nach 11 Monaten):

- > Neue umweltverträgliche Wasserreinigungsmethode (zu einem Fünftel bis einem Sechstel der Kosten für chemische Methoden)
- > Neugründung eines Betriebs mit bislang fünf erteilten Wasserreinigungsaufträgen

Gesamtkosten: € 71 700

EFF Achse 4: € 26 250

Projektträger:

Andrzej Marczyński
www.aquamar.com.pl

STAND 17

Imageverbesserung für die Fischerei



In vielen Mitgliedstaaten ist das Berufsbild des Fischers breiten Bevölkerungskreisen kaum bekannt. Das Wissen über die Probleme oder den ökonomischen Wert der Fischerei, über die mit ihr verbundenen Chancen, ja selbst über den Fischfang an sich und über den Handel mit Fisch ist nach wie vor lückenhaft. Viele denken

im Zusammenhang mit der Fischerei in erster Linie an eine Beeinträchtigung der Umwelt. Allerdings nimmt das öffentliche Interesse an Herkunft und Erzeugung unserer Nahrungsmittel zu. Deshalb stellt die Imageverbesserung für die Fischerei einen Arbeitsschwerpunkt vieler FLAG dar, die bestrebt sind, das Band zwischen Berufsfischerei und Bürgern neu zu knüpfen.

Die Projektbeispiele in diesem Themenkreis zeigen, wie sich das Wissen über die Fischerei und den Wert von Fisch als Qualitätserzeugnis vergrößern lässt. In einigen Fällen sind neue Arbeitsplätze geschaffen und neue Märkte für Fischerzeugnisse erschlossen worden. Bei einem Projekt wurden Anlegeplätze und Fischauktionshäuser so umgebaut, dass sie für Besucher attraktiver und leichter erreichbar sind. Bei einem anderen Projekt wurde mit Hilfe von Medien, Bildungsveranstaltungen und Festlichkeiten Werbung für die Fischwirtschaft betrieben. Weitere Beispielprojekte verdeutlichen, wie wichtig das Knüpfen von Kontakten zwischen der Fischerei und anderen Wirtschaftszweigen oder die Ausbildung von Köchen ist, die Fischgerichten zu größerer Popularität verhelfen können. Bei einem Projekt wurde ein neuartiges Videospiel entwickelt, das Jugendliche und Technikaffine über die Anforderungen für die Fischerei aufklären soll. In Anbetracht dessen, dass die Überalterung des Fischerstandes in vielen FLAG-Gebieten einen Grund zur Sorge bietet und die jüngere Generation sich zunehmend von Fertigprodukten ernährt, stellt es keine Überraschung dar, dass viele Projekte in diesem Themenkreis einen auf junge Leute gerichteten Langfristansatz verfolgen.



Besuch im Fischerhafen Vega: Rundgang und Vorführung

Eine *cofradía* („Fischereivereinigung“) aus der spanischen Provinz Asturien hat das örtliche Auktionshaus für Führungen und Seminare umgebaut und so die regionale Fischwirtschaft touristisch und kulturell aufgewertet.



Die Besucher des Auktionshauses können nun im Rahmen eines interaktiven Rundgangs mehr über die tägliche Arbeit der ortsansässigen Fischer erfahren. Eine Führung mit einem in Fische-reibeißen erfahrenen Mitglied der Vereinigung kostet 3 € pro Person (für Kinder bis 12 Jahre ist der Eintritt frei). In einem eigens gebauten Vorführraum werden die Methoden und Besonderheiten der regionalen Fischerei gezeigt. Zur

Steigerung der Attraktivität insbesondere für Familien mit Kindern und die örtlichen Schulen kommen dabei Bild- und Tonmaterial zum Einsatz. Über das Projekt ist landesweit ausführlich berichtet worden. Das Auktionshaus hat sich zu einer wichtigen regionalen Touristenattraktion entwickelt; sogar die ortsansässigen Hotels kaufen im großen Stil Eintrittskarten und reichen sie kostenlos an ihre Gäste weiter. Mit Blick auf die Zukunft will die *Cofradía* ihr Angebot um Ausflüge auf Fischerbooten erweitern.

FLAG NAVIA-PORCÍA, SPANIEN

Ergebnisse (nach 6 Monaten):

- > Insgesamt 600 Besucher in den Sommermonaten (Juli bis August)
- > Einnahmen in Höhe von 4 000 €
- > Rund 25% der Besucher sind Kinder

Gesamtkosten: € 135 400

EFF Achse 4: € 101 550

Projektträger:

Fischereivereinigung „Nuestra Señora de la Atalaya“
www.naviaporcia.com

STAND 18



Werbung für frische Meerestiere aus der Region: Fischfestival, Werbekampagne und Seminare

Die FLAG Larnaca und Famagusta in Zypern wollte für frische Meerestiere aus der Region werben und führte deshalb eine Reihe von Veranstaltungen und Werbeaktionen durch. Es kamen mehrere tausend Gäste, um die vorgestellten Produkte aus heimischer Fischerei und Aquakultur zu probieren und zu kaufen.



FLAG LARNACA UND FAMAGUSTA, ZYPERN

Ergebnisse (nach 18 Monaten):

- > 7 000 Besucher beim Fischfestival Protaras
- > 400 Teilnehmer bei den Fischfang- und Aquakulturseminaren
- > zwei neue Fischmärkte in der Region eröffnet

Gesamtkosten: € 110 000

EFF Achse 4: € 50 000

Projektträger:

FLAG Larnaca und Famagusta
www.anetel.com



Mit dem Projekt wollte man über das Angebot an Meerestieren aus der Region und ihren Nährwert informieren. Den Anfang bildete das erste Fischfestival in Protaras. Es fand großen Anklang und rückte die Erzeugnisse, das Fischereierbe und die Fischwirtschaft der Region in ein deutlich besseres Licht. Es folgte eine Werbekampagne für die regionale Fischerei und Aquakultur, bei der man auf Plakate an Landstraßen ebenso setzte wie auf

Anzeigen im Internet und andere Medien. Zum Abschluss fanden mehrere Seminare unter anderem zu den Themen Fischbiologie, Fischfang und Fischzucht in Zypern sowie zu den Bestimmungskriterien für Nährwert und Frische von Meerestieren statt. An den speziell für weiterführende Schulen konzipierten Seminaren nahmen mehr als 400 Schülerinnen und Schüler teil.

STAND 19



Gastronomie für Köche: Schulung in der Zubereitung von Fischgerichten

Eine bulgarische FLAG hat Schulungen zur Weiterqualifizierung von Köchen gefördert und so zu einem verstärkten Verzehr von Fisch und wachsenden Touristenzahlen in der Hochgebirgs-Fischregion Dospat beigetragen, dem „Königreich der Forelle“.



Dospat liegt in den westlichen Rhodopen. Die Region ist für ihre Bergseen und die wild vorkommende Balkanforelle bekannt, aber auch die Aquakultur ist weit entwickelt. Die Lehrkräfte der Kochschule „Vasil Levski“ stellten fest, dass Fischgerichte in der Region nicht sehr beliebt waren. Sie hielten es jedoch für möglich, dass man diese Abneigung mit einer größeren Auswahl an gesunden und ansprechend dargebotenen Gerichten überwinden könne. Deshalb boten sie Schulungen für Köche aus der Region an, um die Beliebtheit von Fisch sowohl bei der einheimischen Bevölkerung als auch bei Touristen zu steigern und so den Erzeugern und Restaurants höhere Einnahmen zu verschaffen. Die Schulungen wurden ergänzt durch eine Fachprüfung für die Zubereitung von Fischgerichten, das Sammeln von Rezepten aus der bulgarischen und ausländischen Küche sowie die Herausgabe eines Kochbuchs. Zudem wurde die Bevölkerung zu einer Verkostung mit von den Schulungsteilnehmern zubereiteten Fischgerichten eingeladen.

Dospat liegt in den westlichen Rhodopen. Die Region ist für ihre Bergseen und die wild vorkommende Balkanforelle bekannt, aber auch die Aquakultur ist weit entwickelt. Die Lehrkräfte der Kochschule „Vasil Levski“ stellten fest, dass Fischgerichte in der Region nicht sehr beliebt waren. Sie hielten es jedoch für möglich, dass man diese Abneigung mit einer größeren Auswahl an gesunden und ansprechend dargebotenen Gerichten überwinden könne. Deshalb boten sie Schulungen für Köche aus der Region an, um die Beliebtheit von Fisch sowohl bei der einheimischen Bevölkerung als auch bei Touristen zu steigern und so den Erzeugern und Restaurants höhere Einnahmen zu verschaffen. Die Schulungen wurden ergänzt durch eine Fachprüfung für die Zubereitung von Fischgerichten, das Sammeln von Rezepten aus der bulgarischen und ausländischen Küche sowie die Herausgabe eines Kochbuchs. Zudem wurde die Bevölkerung zu einer Verkostung mit von den Schulungsteilnehmern zubereiteten Fischgerichten eingeladen.

FLAG HWR BATAK-DEVIN- DOSPAT, BULGARIEN

- Ergebnisse** (nach 10 Monaten):
- > 30 Berufsköche in der Zubereitung gesunder Fischgerichte geschult
 - > 5 Dauerarbeitsplätze und 10 Saisonarbeitsplätze in örtlichen Restaurants erhalten bzw. geschaffen
 - > Druck und Vertrieb eines Buchs mit Fischrezepten aus der Region

Gesamtkosten: € 14 192

EFF Achse 4: € 10 644

Projektträger:

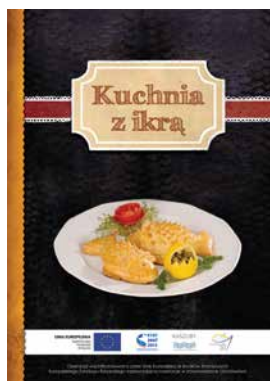
Kochschule Vasil Levski
www.pgddospat.com

STAND 20a



Gastronomie für Köche: Schulung in der Zubereitung von Fischgerichten

Im Zuge einer Schulung zu den Themen Fischfang, Fischverarbeitung und Zubereitung regionaler Fischgerichte wurden 60 Auszubildende und Dozenten polnischer Kochschulen mit dem Potenzial von Fisch als wertvollem Nahrungsmittel vertraut gemacht.



Die in Polen verzehrte Menge an Fisch ist eine der niedrigsten in ganz Europa. Ein Grund liegt darin, dass insbesondere die einheimischen Arten als uninteressant und schwer zuzubereiten gelten. Zwei FLAG organisierten in Zusammenarbeit mit sechs Kochschulen einen Kurs zum Thema Fang, Verarbeitung und Zubereitung von Fisch. Die teilnehmenden Kochschüler und Dozenten besuchten einen Fischverarbeitungsbetrieb und erhielten 72 Stunden Unterricht von Köchen mit langjähriger Erfahrung in der Zubereitung schmackhafter Fischgerichte.

FLAG KASZUBY UND FLAG NORD-KASZUBY, POLEN

Ergebnisse (nach 6 Monaten):

- > Umfassende Schulung mit Teilnahmebescheinigung für 60 Kochschüler
- > Mentalitätswandel bei den Teilnehmer gegenüber Fischgerichten
- > Druck eines Kochbuches mit Rezepten auf der Grundlage von Fisch aus der Region und der traditionellen regionalen Küche

Gesamtkosten: € 37 730

EFF Achse 4: € 28 302

Projektträger:

FLAG Kaszuby und FLAG
Nord-Kaszuby
<http://www.lgrkaszuby.pl>
<http://www.plgr.pl>

STAND 20b



Fischbeauftragter: Vernetzung des Fischereisektors

Dank der persönlichen Herstellung von Kontakten zwischen Handel und Fischerei in Verbindung mit Hilfe zur Selbsthilfe hat sich im Norden der britischen Grafschaft Devon das Angebot an Fisch aus der Region erhöht.



Im Rahmen des drei Jahre laufenden Projekts ist die Stelle eines Förderbeauftragten geschaffen worden, der im Außendienst den Kontakt zwischen Fischerei, Gastronomie, Einzelhandel und Bevölkerung herstellen und vertiefen soll. Die Zusammenarbeit zwischen interessierten Unternehmen und der Aufbau neuer Beziehungen hat die Vermarktung von Fisch aus der Region erleichtert, so dass sein Handelsanteil im Norden

der Grafschaft Devon gewachsen ist. Zusätzlich hat man neue Veranstaltungen mit den Schwerpunkten Fisch, Schalentiere, Meeresumwelt und maritimes Erbe ins Leben gerufen. Das Projekt umfasst ferner Unterstützung bei der Werbung für Fisch aus der Region und zur Stärkung des regionalen Fischereierbes. Auch Schulungs- und Starthilfen zur praktischen Umsetzung von Ideen bilden einen wichtigen Projektbestandteil. Aus dem Projekt sind unter anderem die Fischbude „The Glorious Oyster“, der Straßenverkaufsstand „Seadog Foods“ und der Fischfeinkost- und Grillfischlieferant „Sunfish Cuisine“ hervorgegangen.

FLAG NORTHERN DEVON, UK

Ergebnisse (nach 16 Monaten):

- > Zwei Teilzeitarbeitsplätze (umgerechnet ein Vollzeitarbeitsplatz) und zwei Saisonarbeitsplätze geschaffen
- > Zwei Vollzeitarbeitsplätze gesichert
- > Drei Unternehmen gegründet
- > Vier Produkte entwickelt

Gesamtkosten: € 152 280

EFF Achse 4: € 57 100

Projektträger:

North Devon +
www.ndflag.co.uk

STAND 21

Click to play!



Legends of Kitka: ein Videospiel zum Thema Fischerei

Im Jahr 2013 wurde die Kitkan-Viisas-Renke in das EU-Verzeichnis für Nahrungsmittel mit geschützter Ursprungsbezeichnung aufgenommen. Der kleine Speisefisch hat sich zu einer geschätzten und gesuchten Delikatesse entwickelt. Und er spielt die Hauptrolle in einem Online-Videospiel für PC und mobile Endgeräte.



FLAG KAINUU KOILLISMAA, FINNLAND

Ergebnisse (nach 12 Monaten):

- > Entwicklung und Einführung eines mehrsprachigen Videospiels zum Thema Fischerei
- > Rund 1 300 Downloads auf Android-Geräte im ersten Monat
- > Rund 800 Spieler (alle drei Sprachen zusammen) für die PC-Version im ersten Monat

Gesamtkosten: € 22 225
(für das Spiel)

EFF Achse 4: € 9 200

Projektträger:

Naturpolis
www.naturpolis.fi



Im Zusammenhang mit einer groß angelegten Werbe- und Produktentwicklungskampagne zur Förderung des g.U.-Produkts entwickelte die FLAG Kainuu Koillismaa gemeinsam mit einheimischen Fischern und einer jungen ortsansässigen Entwicklungsfirma das mehrsprachige, für Android-Geräte und PC geeignete Online-Videospiel „Legend of Kitkan viisas“. In dem Spiel können die Spieler, mit der Wathose eines finnischen Fischers bekleidet,

die Seen im Gebiet der FLAG Kainuu Koillismaa erkunden. Sie erfahren, welche Fischarten es in der Region gibt, wie man seinen Fang verkauft und wie man neue Fischgründe findet. Das Spiel dient als interaktive Werbekampagne für die wichtigste Fischspezialität der Region Kitkan Viisas. Aufgrund seiner Benutzerfreundlichkeit und seiner attraktiven Grafiken bereitet es Kindern und Erwachsenen gleichermaßen Vergnügen. Da die Region jährlich von einer Million Touristen – viele davon Angler – besucht wird, ist das Spiel auch in Englisch und Russisch erhältlich und wird in Hotels und Touristikämtern beworben.

STAND 22

Verknüpfung von Fischerei und Tourismus



Da viele FLAG ihren Sitz in landschaftlich reizvollen Küstengebieten haben, steht der Tourismus bei der Suche nach zusätzlichen Arbeitsplätzen und Einkommensquellen häufig ganz oben auf der Liste der Möglichkeiten. Er ist ferner ein Mittel zur Erschließung neuer Märkte für regionale Fischereierzeugnisse

und zur Stärkung von Wahrnehmung und Anerkennung der Rolle des Fischfangs in der Region. Zudem haben viele FLAG die wachsende Nachfrage nach neuen und „authentischen“ Erlebnissen auch kulinarischer Art dazu genutzt, durch Werbung für die fischwirtschaftlichen Werte ihres Gebiets Berührungspunkte zwischen Fischerei und Tourismus zu schaffen. Viele Fischer haben inzwischen eigene touristische Angebote im Programm und in anderen Fällen profitieren sie indirekt.

Die Projekte in diesem Themenkreis veranschaulichen, worauf es bei der Entwicklung eines erfolgreichen fischwirtschaftlichen Fremdenverkehrs im Wesentlichen ankommt. Das Projektspektrum ist vielfältig: Fahrten zur Beobachtung von Fischern und Fischzüchtern bei der Arbeit (Pescatourismus); ein Angelbecken am Meer, in das Fische eingesetzt werden, die Fischer aus der Region gefangen haben; Führungen durch eine Karpfenzuchtanlage; ein von ortsansässigen Fischern gegründetes Fischrestaurant; eine Frühstückspension im Privathaus einer Fischerfamilie. Ein weiteres Projektbeispiel verdeutlicht, wie man aus den fischwirtschaftlichen Aktivposten eines Gebietes und anderen regionalen Besonderheiten ein stimmiges und attraktives touristisches Angebotspaket schnürt. Wesentliche Schlüssel zum Erfolg sind dabei die unmittelbare Mitarbeit der Fischer, Schulungen, die Abstimmung mit regionalen Tourismusexperten und effektive Werbemaßnahmen.



Pescatourismus: Fischfang und Aquakultur erleben

Eine von mehreren Kommunen gebildete Körperschaft hat Fischfang-, Muschelzucht- und Fremdenverkehrsbetriebe in *Bassin d'Arcachon* (Frankreich) dazu bewegt, ein Ökotourismuspaket rund um Fischfang und Aquakultur zu verwerten und zu fördern, das auch zur Stärkung der regionalen Identität beitragen soll.



FLAG ARCACHON, FRANKREICH

Ergebnisse (nach 5 Jahren):

- > Qualitätscharta für den Pescatourismus erstellt
- > 11 Fischer und 14 Austernfischer berufsergänzend im Tourismus tätig geworden
- > 1 400 Touristen bei Pescatourismusfahrten im Zeitraum 2010 bis 2013 und 1 159 im 2014

Gesamtkosten: € 39 564

EFF Achse 4: € 17 715

Projektträger:

Syndicat Intercommunal du Bassin d'Arcachon (SIBA)
www.bassin-arcachon.com/route-huitre-et-patrimoine-maritime



Das Projekt sollte dazu dienen, der regionalen Fischwirtschaft Anerkennung für ihre maßgebliche Rolle in der Region und überdies zusätzliche Einnahmequellen zu verschaffen. Mehrere Arbeitsgruppen aus Vertretern von Fischerei- und sonstigen Behörden ebneten den Weg zur Entwicklung und Markteinführung eines pescatouristischen Angebots. Eine Qualitätscharta sichert die Qualität und die Einheitlichkeit des Angebotspakets.

Begleitend wurde Werbematerial erstellt und verteilt. Darüber hinaus erhielten die beteiligten Fischer und Fischzüchter Direkthilfen wie beispielsweise Schulungen für die Mitnahme von Touristen auf ihren Booten.



„Put ‘n’ Take“: Fischgarantie für Hobbyangler

Ein innovatives Projekt in Dänemark bietet an einem leicht zugänglichen Ort ein gefahrloses Fischfängerlebnis für die ganze Familie mit garantiertem Fangerfolg. Es hat das touristische Angebot der Region aufgewertet und einen neuen Markt für Fisch aus der Region geschaffen. Grundlage ist eine einzigartige Zusammenarbeit zwischen Fischern, einem Fischhändler und einem Aquarium.



FLAG WESTJÜTLAND, DÄNEMARK



In einem eigens für das Projekt gesperrten Küstenabschnitt werden in der Region gefangene Fischarten wie Scholle, Steinbutt und Kabeljau wieder ausgesetzt („put“). Sie dürfen dort von Hobbyfischern geangelt werden („take“). Die drei Projektpartner – ein Reiseveranstalter, ein Fischhändler und mehrere Fischer (die den Lebendfisch liefern) – erzielen mit dem Verkauf von Angelkarten, Angelgerät und Ködern sowie

Getränken und kleinen Mahlzeiten einen Nebenverdienst. Für die Hobbyangler stehen am Strand Tische, Bänke, Abfallbehälter und als Wetterschutz eine Hütte bereit. Wer einmal nichts fängt, hat trotzdem die Gewissheit, dass er zum Abendessen Fisch auf dem Teller hat. Er geht einfach zum Fischhändler und erhält eine Scholle pro Angler gratis.

Ergebnisse (nach 6 Monaten):

- > Rund 1 000 Besucher von August bis Dezember 2013
- > Neuer Absatzweg für ortsansässige Berufsfischer (die den Lebendfisch liefern)
- > Neukunden für das Fischfachgeschäft im Ort

Gesamtkosten: € 26 000

EFF Achse 4: € 5 000

Projektträger:

Michael Madsen
www.saltvandsputntake.dk

STAND 24



Karpfentourismus: Führungen mit Karpfenexperten

Die Karpfenregion Aischgrund in Bayern hat mit Hilfe von Achse 4 eine konzertierte Aktion von rund 1 000 Karpfenerzeugern zur Entwicklung und Förderung des Karpfentourismus auf den Weg gebracht. Es wurden eine Informationsstelle eingerichtet, Touris-
muspakete geschnürt und 50 „Karpfenführer“ ausgebildet.



FLAG AISCHGRÜNDER KARPFEN, DEUTSCHLAND

Ergebnisse: (nach 4 Monaten):

- > Informationsstelle zur Förderung des Karpfentourismus (2 Vollzeit-arbeitsplätze)
- > 50 Karpfenführer ausgebildet, darunter Karpfenzüchter
- > Karpfentourismus gestärkt und Bekanntheitsgrad des „Aischgründer Karpfens g.g.A.“ bei Verbrauchern erhöht
- > Umsatzsteigerung in Restaurants mit dem Gütesiegel „Aischgründer Karpfenküche“

Gesamtkosten: € 205 020

EFF Achse 4: € 82 008

Projektträger:

Karpfenland Travel
www.karpfenland-travel.com



Die Karpfenzucht blickt in der Region Karpfenland Aischgrund auf eine lange Tradition zurück. Rund 1 000 Teichbesitzer züchten in mehr als 7 000 über die gesamte Region verteilten Teichen den bekannten „Aischgründer Spiegelkarpfen“. Im Januar 2013 hatten der Vereinsvorsitzende des Karpfenland Aischgrund e.V. und ein Bürgermeister aus der Region die Idee zur Gründung eines Verkehrsamtes zur Förderung des Karpfentourismus.

Nach der Gründung von „Karpfenland Travel“ fanden Schulungen für Karpfenzüchter statt, die Touristen bei Führungen durch die langen Teichgürtel, bei Busausflügen und bei Besuchen im örtlichen Karpfenmuseum begleiten. Ganz allgemein umfasst das touristische Angebot ferner Fahrradtouren und Stadtrundfahrten. Als Werbeträger werden Prospekte, eine mehrsprachige Website, eine Facebook-Seite und ein Youtube-Kanal genutzt. Der Karpfentourismus soll eine maßgebliche Stütze des regionalen Fremdenverkehrs werden. Schon jetzt erzielen viele Karpfenzüchter einen Nebenverdienst als Karpfenführer.



Sommerrestaurant: Wellen und Meer

Ein kleiner Fischereibetrieb in Griechenland hat ein Restaurant eröffnet, bietet dort in den Sommermonaten den selbst gefangenen Fisch an und sichert sich so ein zusätzliches Einkommen.



Während der Laichsaison in den Sommermonaten sind viele Fischfanggründe rund um die griechische Insel Kalymnos mit einem Fangverbot belegt. Für die einheimischen Fischer bedeutet das weniger Arbeit und geringere Einkünfte. Kostas Pizanias beschloss, die Gelegenheit zu nutzen und sich mit Hilfe von Achse 4 ein zweites Standbein für den Sommer zu schaffen. Er baute ein ihm gehörendes Gebäude in dem kleinen Fi-

scherdorf Emporeios in ein vollwertiges Fischrestaurant um und rührte fleißig die Werbetrommel. Inzwischen betreibt er das Restaurant in den Sommermonaten zusammen mit zwei weiteren Saisonarbeitskräften. Seine Gäste können bei Meerblick und Wellenrauschen Frischfisch genießen, der zu 100 % aus der Region stammt und zu 80 % von Kostas gefangen ist.

FLAG DODECANESE, GRIECHENLAND

Ergebnisse (nach 12 Monaten):

- > Neues Restaurant direkt am Strand eröffnet
- > 35 % höherer Jahresumsatz (70 % Steigerung in den Sommermonaten)
- > Drei Saisonarbeitsplätze (in Vollzeit umgerechnet) geschaffen

Gesamtkosten: € 60 941

EFF Achse 4: € 26 327

Projektträger:

Kostas Pizanias (Fischer)
www.tokyma-kalymnos.gr

STAND 26



Fischerpension: Unterkunft mit Familienanschluss

Die Fischersgattin Ecaterina Epifan hat Pensionszimmer eingerichtet, um sich ein zweites Einkommen zu sichern und dem rumänischen Fischerdorf Mila 23 mehr Touristen zu beschern.



Zur Ergänzung des Familieneinkommens hat Fischersgattin Ecaterina in ihrem Haus im Dorf Mila 23 im Donaudelta Gästezimmer eingerichtet. Wer möchte, für den bereitet sie außerdem Gerichte mit den von ihrem Mann frisch gefangenen Fischen zu. Ursprünglich waren es Familienmitglieder und enge Freunde, die Ecaterina unterbrachte. Als die jedoch von Jahr zu Jahr wiederkamen und über Mundpropaganda weitere Gäste anlockten, wurde das Haus zu klein. Ecaterina nutzte die mit den steigenden Gästezahlen verbundene Chance und gründete einen Übernachtungsbetrieb. Sie bat die FLAG Tulcea um Unterstützung, damit ihre Pension den Ansprüchen der Besucher des Donaudeltas gerecht werden konnte. Mit Hilfe der FLAG wurden sieben Gästezimmer eingerichtet, eine Terrasse angelegt und ein Speiseraum für 20 Personen gebaut.



FLAG TULCEA, RUMÄNIEN

Ergebnisse

(im ersten Jahr erwartet):

- > Zwei Arbeitsplätze geschaffen
- > 1 000 bis 1 500 Kunden pro Jahr

Gesamtkosten: € 215 021

EFF Achse 4: € 96 759

Projektträger:

P.F.A. Epifan Ecaterina

STAND 27



Die tausendjährige Thunfischroute: Schnürung eines Fremdenverkehrspakets

Auf Initiative einer spanischen FLAG haben mehr als 100 Gewerbebetriebe unter anderem aus den Branchen Fischerei, Fischverarbeitung, Gastronomie und Tourismus sowie zwei Naturparks mehrere Fremdenverkehrspakete für die Region an der Straße von Gibraltar geschnürt.



FLAG CÁDIZ ESTRECHO, SPANIEN

Ergebnisse (nach 2 Jahren):

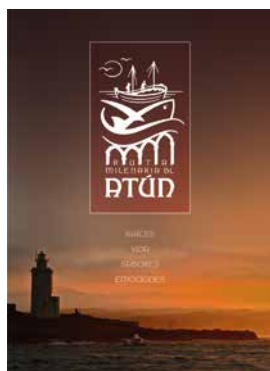
- > 100 Unternehmen mobilisiert
- > Fünf neue Produkte hervorgebracht
- > Vier Arbeitsplätze geschaffen
- > Über 200 000 € Umsatz

Gesamtkosten: € 389 240

EFF Achse 4: € 291 930

Projektträger:

FLAG Cádiz Estrecho
www.rutamilenariadelatun.com



Aufgrund der hohen Arbeitslosigkeit in der Region und der erdrückend schlechten Lage des Fischereisektors hat die FLAG Cádiz Estrecho eine Werbekampagne für das fischwirtschaftliche Erbe der Region und insbesondere den dort betriebenen traditionellen Thunfischfang („almadraba“) als Alleinstellungsmerkmal gefördert mit dem Ziel, auch außerhalb der Hauptsaison zahlungskräftige Touristen anzulocken. Gemeinsam mit regionalen Fischereiverbänden, Fischauktionshäusern und Fischverarbeitungsfirmen hat sie entsprechende Führungen und Seminare entwickelt, die Teil eines umfassenden Angebotspakets aus Sport, Natur, Kultur und Gastronomie sind. Zur Präsentation dieses vielfältigen Angebots ist eine Website eingerichtet worden. Des Weiteren wurden Reiseveranstalter aus dem In- und Ausland dafür gewonnen, sich ein Bild von der „tausendjährigen Thunfischroute“ zu machen und für sie zu werben.

STAND 28

Fischerei als Nährboden für neue Geschäftsfelder



Die Schaffung von Arbeitsplätzen und die Suche nach neuen, nachhaltigen Einkommensquellen für Fischwirtschaftsgemeinden stellt eine Aufgabe dar, die nicht allein mit Hilfe der Fischerei bewältigt werden kann. In vielen Fischwirtschaftsgebieten ist man bestrebt, die Wachstumschancen der blauen Wirtschaft wie bei-

spielsweise das Fremdenverkehrspotenzial (siehe Themenkreis 5 „Verknüpfung von Fischerei und Tourismus“) zu nutzen. Manche FLAG haben jedoch erkannt, wie man in Fischwirtschaftsgebieten auf andere Art und Weise zusätzliche Einkommensquellen erschließen und die Wirtschaftskraft erhalten kann.

Innovationen sind ein wichtiges Mittel der lokalen Entwicklung und können durch die Fachkompetenz und die Förderhilfen der FLAG gefördert werden. Mit derartigen Projekten lassen sich nicht nur Arbeitsplätze sichern oder schaffen, sondern auch Anreize für Innovationen in anderen Branchen setzen. Dadurch wird die wirtschaftliche Entwicklung in Küstengemeinden langfristig weiter gestärkt.

Von FLAG geförderte Diversifizierungsmaßnahmen können nicht nur von der Fischwirtschaft, sondern auch von anderen lokalen Akteuren wie beispielsweise KMU auf den Weg gebracht werden. Dabei ist vor allem darauf zu achten, dass die Fischwirtschaft von den Maßnahmen profitieren kann. Die FLAG-geförderten Projekte schlagen häufig eine Brücke zwischen traditionellem Handwerk und modernen industriellen Anwendungen für neue Märkte. Die Projekte in diesem Themenkreis reichen von der Fertigung und Reparatur von Fischernetzen über eine Bootsreparaturwerkstatt bis zum Sandabbau für die Muschelzucht. Diese Projekte haben sich positiv auf die Beschäftigungslage ausgewirkt und neue Marktchancen eröffnet. Darüber hinaus haben sie den Berufsfischern die Arbeit erleichtert und den sozialen Zusammenhalt vor Ort gestärkt.

Herstellung von Fischfangausrüs- tung: Diversifizierung in neue Ge- schäftszweige und neue Märkte

Mit Förderung aus Achse 4 hat ein Fischer von der estnischen Insel Hiiumaa einen Betrieb zur Herstellung von Fischfangausrüstung und Mehrzwecknetzen gegründet und sich so ein zweites berufliches Standbein für die Zeit außerhalb der Fischfangsaison geschaffen.



Imre Kivi, ein Fischer auf dem Eiland Hiiumaa, hat als zweites berufliches Standbein und Nebenerwerbsquelle einen Produktionsbetrieb für Netze unterschiedlicher Art und sonstige Fischfangausrüstung gegründet. Mit Fördermitteln aus Achse 4 baute er eine alte Scheune zu einer modernen und energieeffizienten Fertigungsstätte um. Neben Ringwaden-, Kiemen- und Schleppnetzen, Fischzuchtzubehör und Signalflaggen für die Fi-

scherei umfasst die Produktpalette auch Kletternetze für Kinderspielplätze, Fußballnetze und Schlepptaue. Der Betrieb arbeitet ganzjährig und hat auf der Insel 4.5 Arbeitsplätze für Leute aus der Umgebung geschaffen.

FLAG HIIUKALA, ESTLAND

Ergebnisse (nach 3 Jahren):

- > Neuer Betrieb gegründet, Kunden in Estland und Finnland
- > 4.5 Arbeitsplätze geschaffen

Gesamtkosten: € 90 474

EFF Achse 4: € 47 500

Projektträger:

FIE Imre Kivi

www.stonefish.ee

STAND 29

Netzflickerei und mehr: Ladengeschäft für Sportartikel und Kunsthandwerk

Mit technischer und finanzieller Unterstützung einer spanischen FLAG haben zwei Netzflickerinnen in der Provinz Asturien ihr angestammtes Berufsfeld um neue Geschäftszweige (Fachkurse und Tourismus) erweitert.



Teté und Margarita, beide erfahrene Netzflickerinnen, verrichteten ihre Arbeit in einem alten und heruntergekommenen Gebäude. Zudem gingen ihre Einnahmen aus dieser Tätigkeit immer weiter zurück. Mit Unterstützung der FLAG La Sidra haben sie ihre Geschäftsräume renoviert und als neue Einkommensquelle ein Ladengeschäft eröffnet, in dem sie Kunsthandwerk, Sportfischerartikel und Andenken verkaufen. Ihr

Sortiment umfasst unter anderem handgefertigte Teppichbrücken, Broschen, Fußballnetze und Platzdeckchen. Zur Bewahrung des Netzflickerhandwerks geben sie ferner Kurse, um jungen Leuten die Eigenheiten und Methoden dieser uralten Kunst näherzubringen. Für Touristen bieten sie eine Ladenführung mit Erläuterungen zu ihrer Arbeit an.

FLAG LA SIDRA, SPANIEN

Ergebnisse (nach 7 Monaten):

- > 300 Kunden in der Sommersaison und weitere 120 in den übrigen vier Monaten
- > 400 Touristen bei den Führungen
- > 17 Teilnehmer beim Netzflickkurs

Gesamtkosten: € 17 485

EFF Achse 4: € 6 701,43

Projekträger:

Equipo A.T., C.B.
www.mancosi.es

STAND 30



Bootswerkstatt: Reparatur und Neubau für Fischerei und Freizeit

Mit Hilfe der FLAG Slowinska hat ein Kleinunternehmen im polnischen Fischerort Ustka Arbeitsplätze geschaffen, den ortsansässigen Fischern die Arbeit erleichtert und ihnen die Expansion in den Tourismus ermöglicht.



Das Unternehmen liegt in einem Gebiet, in dem es zwar drei Fischereihäfen, aber keinen Instandhaltungsbetrieb gab. Es erwarb mit Hilfe von Fördermitteln die notwendige Technik für die Reparatur von Fischkuttern und deren Umbau zu touristischen Zwecken. Darüber hinaus ist das Unternehmen in Entwicklung und Bau neuer Spezialschiffe für Freizeit und Tourismus tätig. Die ortsansässigen Fischer profitieren davon in Form

niedrigerer Kosten und einer höheren Lebensqualität, weil sie ihre Kutter nicht mehr zu einer weiter entfernten Werkstatt zu transportieren brauchen. Zudem können sie auf ihren Kuttern jetzt Ausflugs- und Angelfahrten anbieten.

FLAG SLOWINSKA, POLEN

Ergebnisse (nach ca. 8 Monaten):

- > Sechs Arbeitsplätze im bestehenden Gewerbebetrieb gesichert
- > Drei Arbeitsplätze geschaffen, einen davon für einen frühen Fischer
- > Acht Kunden in der Bootsreparaturwerkstatt bedient

Gesamtkosten: € 150 110

EFF Achse 4: € 64 770

Projektträger:

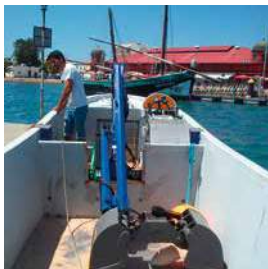
Arkadiusz Siekierzycki
www.sgr.org.pl

STAND 31



Sandabbau und Sandtransport: Service für die Muschelfischerei

Nuno Russo stammt aus einer portugiesischen Muschelfischerfamilie in Ria Formosa an der Algarve. Er hat sich mit Hilfe von Achse 4 ein zweites Geschäftsfeld erschlossen, das auch seinen Kollegen zugutekommt.



Ganz wie beim Ackerbau muss auch bei der klassischen Herzmuschelzucht mit Geduld und Präzision dafür gesorgt werden, dass die Fruchtbarkeit des Bodens erhalten bleibt. Die Herzmuscheln benötigen für ihr Wachstum ein Substrat aus Sand und Kies, dessen ideale Zusammensetzung immer wieder kontrolliert und gegebenenfalls erneuert werden muss. Das bedeutet für die Muschelfischer langwierige und anstrengende

Abbau- und Transportarbeit. Nuno Russo entdeckte in diesem Aufwand eine Chance und entschloss sich zum Bau eines Spezialschiffs mit Kran und Leichter, das er für den Abbau und Transport von Sand einsetzt. Die Geschäftsidee sichert Nuno ein zweites Einkommen und erleichtert den anderen Muschelerzeugern in der Region die Arbeit.

FLAG SOTAVENTO, PORTUGAL

Ergebnisse (nach 5 Monaten):

- > Einen neuen Geschäftszweig in Betrieb genommen
- > Zwei Vollzeitarbeitsplätze gesichert
- > Sechs Kunden gewonnen

Gesamtkosten: € 62 263

EFF Achse 4: € 37 358

Projektträger:

Nuno Russo (Muschelerzeuger)
www.gacsotavento.com

STAND 32

Attraktivität von Fischwirtschaftsgebieten



Die Steigerung der Anziehungskraft von Fischwirtschaftsgebieten (für Arbeit, Freizeit und Tourismus) und die Verbesserung der Lebensqualität ihrer Bevölkerung stellen für viele FLAG ein vorrangiges Ziel dar. Das gilt vor allem in abgelegenen und strukturschwachen Gebieten, die womöglich Schwierigkeiten

haben, die Wettbewerbsfähigkeit ihrer Produkte und Dienstleistungen sowie die Wirtschaftskraft ihrer Gemeinden zu erhalten. In strukturstärkeren Gebieten wiederum kann es der Fall sein, dass Fischerhäfen und Infrastruktur sanierungsbedürftig und die auf diese Einrichtungen angewiesenen Einwohner von der wirtschaftlichen Entwicklung um sie herum abgeschnitten sind. Zur Bewältigung dieser Probleme bedarf es häufig erheblicher Investitionen in die technische und soziale Infrastruktur. Allerdings können die entsprechenden Ausgaben in Verbindung mit einer planvollen Wirtschafts- und Beschäftigungsförderung die Attraktivität von Fischwirtschaftsgebieten steigern und so dazu beitragen, einen Bevölkerungsrückgang zu vermeiden und die Zukunftsfähigkeit der Gemeinden zu sichern.

Die Projekte in diesem Themenkreis reichen von der Sanierung einer Helling (wodurch das wirtschaftliche Überleben einer kleinen Insel gesichert wurde) über die Modernisierung eines Fischerhafens (zugunsten von Fischerei und Wassersport) und eine regelmäßige Hafenveranstaltung zur Feier des Fischererbes einer Stadt bis zu einer neuartigen Methode zur Finanzierung kommunaler Infrastruktur. Der Erfolg dieser Projekte hängt zum einen von der entschiedenen Rückendeckung durch die Bevölkerung und zum anderen davon ab, dass Investitionen nicht um ihrer selbst willen, sondern als Taktgeber für weitere Entwicklungsschritte getätigt werden.



Sanierung des Hafens von Oiu: Anreize für Leben und Arbeit

Der estnische Hafen Oiu ist mit Fördermitteln aus Achse 4 als erster Hafen am Vortsjarv-See mit allen für die Fischerei notwendigen Einrichtungen ausgestattet worden. Auch seine Attraktivität für andere Branchen soll gesteigert werden.



Oiu ist ein kleines Fischerdorf am Nordufer des Vortsjarv-Sees. Aus Mangel an Infrastruktur gestaltete sich die Arbeit der rund 20 dort lebenden Berufsfischer früher sehr schwierig. Als Hilfe für die Fischer und die Gemeinde lag es daher nahe, die benötigte Infrastruktur zu bauen bzw. zu modernisieren. Das Projekt wurde von den Fischern selbst vorgeschlagen. Mit den neuen Hafenanlagen hat sich nicht nur ihre, sondern auch

die Lebensqualität der übrigen Dorfeinwohner verbessert. Dank der neuen Tankstelle beispielsweise brauchen die Fischer und andere Bootsbesitzer ihren Treibstoff nicht mehr in Kanistern aus der nächsten Stadt zu holen. Die Modernisierung des Hafens belebt zudem die Ansiedlung von Unternehmen aus anderen Branchen wie etwa dem Tourismus.

FLAG VÖRTSJÄRV-SEE, ESTLAND

Ergebnisse (nach 7 Monaten):

- > 50 am See ansässige Fischer nutzen die Hafeninfrastruktur
- > Vier Gewerbebetriebe am Hafen gegründet: Restaurant; Bootsbau und Fischverarbeitung; Pension; Bootsverkauf und Bootsverleih

Gesamtkosten: € 128 900

EFF Achse 4: € 77 340

Projektträger:

Jachtclub Oiu
www.oiusadam.ee

STAND 33



Helling InisLyre: Leben mit Zukunft auf einer kleinen Insel

Die irische FLAG North West hat die Instandsetzung einer Helling auf der Insel Inislyre in Clew Bay gefördert. Sie hat so dafür gesorgt, dass der Eigentümer auf der Insel bleiben und den Lebensunterhalt für sich und seine Familie erwirtschaften kann.



Die Instandsetzung der Helling auf der drei Einwohner zählenden Insel hat für eine höhere Reparaturkapazität in einer abgelegenen Region gesorgt. Die nächstgelegene Helling in Rosmoney wies eine Kapazität von lediglich einem Schiff auf und stieß daher rasch an ihre Grenzen. Die im Privatbesitz befindliche Helling auf Inislyre kann dank der Modernisierung drei Boote gleichzeitig aufnehmen. Da Inspektions-, Wartungs- und Reparaturarbeiten sowohl an gewerblich genutzten wie auch an Sportbooten durchgeführt werden können, erspart die neue Helling weite Wege auf der Suche nach Alternativen vergleichbarer Qualität. Zudem hat sie eine Erweiterung des Leistungsangebots ermöglicht.

FLAG NORTH WEST, IRLAND

Ergebnisse (nach 12 Monaten):

- > Einen Vollzeitarbeitsplatz gesichert
- > Drei neue Leistungen: Reparaturen, Neuanstrich und Rumpfreinigung
- > Sechs Kundenboote im Jahr 2014
- > Projektbedingte Zusatzeinnahmen in Höhe von 4 950 € im ersten vollen Geschäftsjahr

Gesamtkosten: € 7 586

EFF Achse 4: € 1 517

Projektträger:

Joachim Gibbons

STAND 34



Heimathafen: ein Ort zum Leben, Arbeiten und Hoffen

Simrishamn ist ein malerisches Küstenstädtchen in Südschweden mit großer Fischfangtradition. Allerdings hatten mehrere Krisen zur Folge, dass die Fischerei in der Region seit den 1980er Jahren stark an Bedeutung verlor und die Fischer weder Gehör noch Beachtung fanden. Dank Achse 4 haben sie ihre gesellschaftliche Bedeutung wiederhergestellt und Simrishamn neue Besucher beschert.



FLAG SÜDLICHE OSTSEE, SCHWEDEN

Ergebnisse (nach 3 Jahresveranstaltungen):

- > Schätzungsweise 14 000 Besucher beim Heimathafenfest
- > Zusatzeinnahmen für die teilnehmenden Fischer während der Festdauer (rund 165 € pro Tag)
- > Erhöhte öffentliche Aufmerksamkeit für die regionale Fischerei und stärkere Mitwirkung überstaatlicher Organisationen
- > Erkanntes Marktpotenzial für zuvor nicht marktfähige Arten (bis zu 4 € mehr je kg)

Gesamtkosten (2013): €75 000

EFF Achse 4: €37 500

Projektträger:

FLAG Südliche Ostsee
www.southbalticflag.se



Die Fischer wollten dem Teufelskreis aus „weniger Fischkutter gleich weniger Beachtung“ entkommen und entschieden sich für die Alternative „mehr Beachtung gleich mehr Interesse“. Mit Hilfe von Achse 4 organisierten sie ein Hafenfest für alles und alle rund um die örtliche Fischerei. Es gab Verkaufsstände mit Fisch aus heimischen Gewässern (darunter zuvor unterschätzte Arten), öffentliche Kochkurse, Spiele für Kinder und „of-

fene Schiffe“ für Bordbesichtigungen. Die Veranstaltung war so erfolgreich, dass sie im zweiten Jahr erweitert wurde und inzwischen zwei Wochen dauert. Die breite öffentliche Aufmerksamkeit trägt dazu bei, dass die regionale Fischfangtradition sowohl den Einwohnern als auch den Besuchern nähergebracht wird und die Fischerei als Erwerbszweig bei den Fischern von Simrishamn wieder an Attraktivität gewinnt. Sie hat sogar die Stadtväter dazu bewegt, ihre Pläne für den Umbau des historischen Fischmarktgebäudes am Hafen in ein Hotel zurückzunehmen und stattdessen den Fischmarkt wieder aufleben zu lassen.



Annan Harbour: Crowdfunding für kommunale Infrastruktur

Die Aktionsgruppe Annan Harbour in Schottland hat mit Hilfe der Schwarmfinanzierung unverzichtbare private Gelder für ein von der FLAG Dumfries and Galloway gefördertes Sanierungsprojekt eingeworben.



Die Aktionsgruppe Annan Harbour will den Hafen Annan zu einem Aktivposten der Gemeinde machen und die wirtschaftliche Nutzung von Strand und Meer fördern. Das Projekt fügt sich in eine Reihe von Maßnahmen zur Ankurbelung der Wirtschaft durch Wiederherstellung des mit einem lebendigen Hafen verbundenen Potenzials. Das besondere Augenmerk liegt auf einem lukrativen Bootstourismus. Zur Nutzung der damit

verbundenen Chancen muss aber zunächst einmal das Hafenbecken von dem Schlamm befreit werden, der sich in den letzten 50 Jahren dort angesammelt hat und sowohl Fischkuttern als auch Sportbooten die Einfahrt erschwert. Zur Einwerbung privater Geldmittel setzt die Aktionsgruppe auf das Konzept der Schwarmfinanzierung, bei der Privatleute gegen Zusage einer „Belohnung“ kleinere Beträge verleihen. Die wesentlichen Vorteile dieser Finanzierungart liegen darin, dass sie eine breite öffentliche Projektunterstützung zum Ausdruck bringt und die Gemeindemitglieder dazu anregt, sich Gedanken über die Art ihres Engagements und ihres Austauschs untereinander zu machen.

FLAG DUMFRIES AND GALLOWAY, UK

Ergebnisse (nach 3 Monaten):

- > 7 624 € binnen 56 Tagen durch Schwarmfinanzierung gesammelt
- > Einzahlungen von 45 Unterstützern

Gesamtkosten: € 55 007

EFF Achse 4: € 14 290

Projektträger:

Annan Harbour Action Group
www.annanlive.co.uk

STAND 36

Nachwuchsarbeit



Aus- und Weiterbildung sowie die Unterstützung bei der Umsetzung von Ideen stellen bei vielen von Achse 4 geförderten Projekten in der gesamten EU einen wichtigen Erfolgsfaktor dar. Zahlreiche FLAG-Projekte stellen gezielt auf die persönliche Förderung ab. Damit wird anerkannt, dass der Mensch

ein wichtiger Aktivposten jeder „von unten“, d. h. von der Bevölkerung, betriebenen lokalen Entwicklung zugunsten eines erfolgreichen und zukunftsfähigen Fischereisektors ist.

Jedes Projektbeispiel in diesem Themenkreis ist die Geschichte einer Person oder einer Personengruppe, deren Leben sich mit Hilfe von FLAG und EFF verändert hat. Eine Tochter übernimmt das Geschäft ihres Vaters; arbeitslose Jugendliche bilden sich weiter und finden Beschäftigungsmöglichkeiten in der Fischerei; Mitglieder einer Fischwirtschaftsgemeinde (insbesondere Frauen) gründen eigene Unternehmen; ein arbeitslos gewordener Staatsbediensteter wechselt das Metier und findet seine Berufung in der Aquakultur. Wichtig für den Erfolg dieser Projekte war die Kombination unterschiedlicher Formen der Unterstützung (Unterricht und Hilfestellung in Theorie und Praxis, Rückgriff auf Vorbilder und Nutzung von Beziehungen, Einwerbung von Beteiligungskapital zur Umsetzung von Ideen usw.) sowie die Abstimmung der Unterstützung auf den individuellen Bedarf der Geförderten.



Ausbildungsprogramm: Gründung und Fortführung von Unternehmen durch junge Leute

Dank eines Ausbildungsgangs für junge Fischer in Verbindung mit finanzieller Unterstützung zur Modernisierung eines Fischereibetriebs ist die 33 Jahre alte Tanja Åkerfelt aus Finnland heute eine erfolgreiche Unternehmerin, die frischen und verarbeiteten Fisch aus eigenem Fang direkt an Endverbraucher verkauft.



FLAG SÜDFINNLAND, FINNLAND

Ergebnisse für einen Teilnehmer (nach 18 Monaten):

- > Einen Fischereibetrieb erhalten und von einer jungen Inhaberin fortgeführt
- > Fischverarbeitung und Direktverkauf aufgebaut (50% Steigerung)
- > 1 Vollzeitstelle für eine junge Inhaberin und 2 Teilzeitstellen in Verarbeitung und Verkauf

Gesamtkosten: € 49 000

EFF Achse 4: € 18 963

Projektträger:

Nylands Fiskarförbund (Regionale Fischereigewerkschaft)
www.akerfeltsfisk.fi



Im Gebiet der FLAG Südfinnland kann das Angebot an Fisch trotz gesunder Bestände die Nachfrage bei weitem nicht decken. Darüber hinaus treten zwei Drittel der Fischer im kommenden Jahr in den Ruhestand. Vor diesem Hintergrund ist es dringend notwendig, jungen Nachwuchs für den Beruf des Fischers zu gewinnen. Deshalb erhielten sechs junge Leute im Rahmen eines Ausbildungsprojekts der FLAG praktischen Unterricht von erfahrenen Fischern in den Fächern Fischfang, Fischverarbeitung und Betriebsführung. Nachdem Tanja Åkerfelt Klarheit über die Fördermöglichkeiten gewonnen hatte, übernahm sie den Betrieb ihres Vaters mit dem Ziel, eine erfolgreiche Unternehmerin im Fischereisektor zu werden.

terricht von erfahrenen Fischern in den Fächern Fischfang, Fischverarbeitung und Betriebsführung. Nachdem Tanja Åkerfelt Klarheit über die Fördermöglichkeiten gewonnen hatte, übernahm sie den Betrieb ihres Vaters mit dem Ziel, eine erfolgreiche Unternehmerin im Fischereisektor zu werden.

STAND 37



Lehrgänge: Vorbereitung junger Leute auf eine Berufstätigkeit in der Fischerei

Anhand von Lehrgängen in der britischen Grafschaft Cornwall lässt sich erkennen, wie die FLAG den Erwerb von Fachkenntnissen fördern und den Fischereisektor für junge Berufstätige wieder attraktiv machen können.



Facharbeitermangel und die Alterung der Erwerbsbevölkerung geben in vielen europäischen Fischwirtschaftsgebieten Anlass zur Klage. Die FLAG Cornwall & Isles of Scilly hat in Zusammenarbeit mit einer gemeinnützigen Organisation für benachteiligte Jugendliche mehrere Lehrgänge konzipiert, mit deren Hilfe junge Leute für eine Berufstätigkeit in der Fischerei gewonnen werden sollen. Im Rahmen der staatlich anerkannten

Kurse sollen Grundkenntnisse für sicheres und effizientes Arbeiten auf See vermittelt werden. Der Unterricht wird von qualifizierten Lehrkräften geleitet, die zu einem Großteil als Fischer arbeiten oder gearbeitet haben; dadurch verbessern sich die Aussichten der Teilnehmenden auf einen Arbeitsplatz. Einen weiteren Lehrgangsbestandteil bildet Warenkundeunterricht durch Lehrkräfte der Gastronomiefachschule Padstow Seafood School.

FLAG CORNWALL AND ISLES OF SCILLY, UK

Ergebnisse (nach 2 Jahren):

- > 48 arbeitslose Jugendliche geschult
- > 24 inzwischen in der Fischerei und verwandten Branchen tätig

Gesamtkosten: € 170 400

EFF Achse 4: € 114 825

Projekträger:

Princes Trust and Seafood Cornwall Training
www.princes-trust.org.uk
www.seafoodcornwalltraining.co.uk

STAND 38



Unternehmerinnen: Vorbilder und Brückenbauer

Im spanischen Andalusien haben sich alle dortigen FLAG an einem Kooperationsprojekt zur Förderung der unternehmerischen Selbständigkeit von Frauen beteiligt. Ausgangspunkt war eine Untersuchung der beruflichen Vorkenntnisse und die Werbung mit erfolgreichen Unternehmerinnen als Vorbild für andere.



7 ANDALUSISCHE FLAG, SPANIEN

Ergebnisse (nach 18 Monaten):

- > 14 Kurzfilme, 1 Handbuch mit Fallstudien und 1 Webseite über unternehmerische Selbständigkeit von Frauen
- > 200 Frauen als Teilnehmerinnen an Arbeitsgesprächen zwischen Unternehmerinnen
- > Viele Frauen zur Gründung eines eigenen Unternehmens angeregt; vier Gründungen bereits erfolgt

Gesamtkosten: € 126 256

EFF Achse 4: € 94 692

Projektträger:

Alle sieben andalusischen FLAG; Federführung: FLAG Östliches Almería
www.emprendedoraspesca.org



Die hohe Arbeitslosigkeit in Andalusien und das gemeinsame Ziel der sieben andalusischen FLAG, die Wirtschaft in ihren Gebieten auf eine breitere Grundlage zu stellen, veranlasste die FLAG zu einem gemeinsamen Projekt zum Thema unternehmerische Selbständigkeit von Frauen in der Region. Dabei sollte auch geklärt werden, welche Förderung notwendig sein würde, um Frauen zur Gründung eines eigenen Unternehmens zu bewegen.

Das Projekt umfasste die Ermittlung inhaberinnengeführter Unternehmen in den regionalen Fischwirtschaftsgebieten, der Hürden für eine Unternehmensgründung und der Einflussfaktoren für eine erfolgreiche Unternehmensgründung; die Ermittlung und Auswahl erfolgreicher Geschäftsfrauen mit Vorbildfunktion für andere Frauen in der Fischwirtschaft; die Bekanntmachung dieser Fälle durch die Produktion von 14 Kurzfilmen und die Erstellung eines Verzeichnisses mit Praxisbeispielen; mehrere Arbeitsgespräche zwischen etablierten und angehenden Unternehmerinnen. Das Projekt hat bewirkt, dass viele Frauen aus Küstengebieten eine unternehmerische Selbständigkeit erwägen, und die Basis für eine zielgenauere Förderung der Unternehmensgründung durch Frauen gelegt.



EMPREAMAR: Schulung, Beratung, Betreuung

Das Projekt EMPREAMAR in Spanien hat Beratung, Betreuung, Schulungen und Finanzhilfen für Arbeitslose aus dem Fischereisektor geboten. Auf diesem Weg sollte die Gründung von Unternehmen in dem Sektor oder in verwandten Branchen gefördert werden.



EMPREAMAR sollte die Projektteilnehmer dazu befähigen, sich mit einem fischwirtschaftlichen oder ähnlichen Unternehmen selbständig zu machen. Fischwirtschaftsexperten der regionalen Hochschulen unterrichteten die Teilnehmer in zweckdienlichen Fächern wie etwa Projektentwicklung, Rentabilitätsprüfung, Kommunikation und strategische Nutzung sozialer Medien. Wer die Kurse erfolgreich abschloss, erhielt persönliche Beratung oder Betreuung und bisweilen auch die notwendigen Räumlichkeiten für sein neu gegründetes Unternehmen. Wer finanzielle Unterstützung benötigte, dem wurde die Beantragung einer FLAG-Beihilfe empfohlen.

FLAG FISTERRA – RÍA MUROS – NOIA, SPANIEN

Ergebnisse (nach 13 Monaten):

- > 30 Arbeitslose aus der Region geschult
- > Acht Unternehmensgründungen (mit voraussichtlich zehn Arbeitsplätzen)

Gesamtkosten: € 51 800

EFF Achse 4: € 38 850

Projektträger:

FLAG Fisterra – Ría Muros – Noia
www.campusdomar.es

STAND 39b



J. F. Mexilhães: ein neues Leben als Muschelzüchter

Die globale Rezession hat wie in anderen europäischen Ländern auch in Portugal schwere Verwerfungen auf dem Arbeitsmarkt ausgelöst. Einer von vielen, die ihren Arbeitsplatz verloren, war João Franco Santos, Angestellter im öffentlichen Dienst. Er konnte sich mit Hilfe von Achse 4 eine neue Existenz als Muschelzüchter aufbauen.



FLAG OESTE, PORTUGAL



João, den die See schon sein Leben lang fasziniert hatte, begriff die Arbeitslosigkeit als Chance und wandte sich mit seiner Idee zur Gründung eines Aquakulturbetriebs an die FLAG Oeste. Er wollte eine für das Gebiet neue Methode anwenden und Miesmuscheln an Leinen züchten. Während des gesamten Projekts ließ er sich von einem im Ruhestand befindlichen Berufsfischer mit dem Fischerei- und Aquakultursektor vertraut machen

und beraten. Die FLAG hat João bei der Beantragung der notwendigen Förderhilfen für den Kauf der benötigten Erstausrüstung unterstützt. Darüber hinaus hat sie ihm in der Region Kontakte zu erfahrenen Aquakulturbetrieben vermittelt. Gegenwärtig setzt João die ersten Leinen; die erste Ernte ist für Anfang 2015 geplant. Sofern alles gutgeht, erwartet er eine Erntemenge von 160 Tonnen jährlich.

Ergebnisse (nach einem Jahr):

- > João hat einen Arbeitsplatz für sich selbst und eine Teilzeitstelle geschaffen, die fischwirtschaftliches Fachwissen aktiviert
- > Von einem Kleinunternehmen in Zusammenarbeit mit einem Forschungsinstitut auf den Weg gebrachte Neuerung in der lokalen Aquakultur (Muschelzucht an Langleinen)
- > Austausch über bewährte Arbeitsmethoden mit anderen Aquakulturbetrieben in Portugal

Gesamtkosten: € 82 749,51

EFF Achse 4: € 37 237,28

Projektträger:

João Franco Santos

STAND 40

42 Projekte zugunsten einer nachhaltigen lokalen Entwicklung

Bis Mitte 2014 hatten lokale Aktionsgruppen Fischerei (engl. Fisheries Local Action Groups, Abk. FLAG) in Anwendung von Achse 4 des Europäischen Fischereifonds (EFF) mehr als 9500 lokale Projekte gefördert. Die Projekte weisen erhebliche Unterschiede in Größe, Budget, Zweck und Art der Begünstigten auf. Sie sind insoweit ein Abbild für die Vielfalt der lokalen Gegebenheiten und Erfordernisse. Die 42 auf der Konferenz „Mit vollen Segeln ins Jahr 2020“ ausgestellten und in Kapitel 2 dieses Heftes vorgestellten Projekte vermitteln einen Eindruck davon, wie Achse 4 konkrete Ergebnisse vor Ort hervorbringt. Viele Projekte haben die Schaffung von Arbeitsplätzen, die Entwicklung innovativer Produkte und eine nennenswerte Beteiligung staatlicher und privater Geldgeber bewerkstelligt. Ein weiterer Erfolg ist das breit gefächerte Spektrum der Projektpartner als Träger der lokalen Entwicklung in der jeweiligen Region.

Die Auswertung der 42 Projekte verdeutlicht die weitreichenden gesellschaftlichen und persönlichen Auswirkungen von Achse 4. **Die ausgewählten Projekte sind nicht repräsentativ. Sie dienen vielmehr als Anschauungsmaterial** und sollten primär im Zusammenhang mit den konkreten Gegebenheiten des jeweiligen Gebiets und der lokalen Entwicklungsstrategie betrachtet werden. Dennoch belegen sie, dass die FLAG eine besonders wichtige Rolle bei der Schaffung von Arbeitsplätzen und Wohlstand, der Mobilisierung lokaler Akteure, der Herstellung von Kontakten, der Förderung von Innovationen, der Be-

schaftung von Kapital und der Abstimmung von Hilfen auf die regionalen Erfordernisse spielen können.

Schaffung von Arbeitsplätzen und Wohlstand in Fischwirtschaftsgebieten

Die in der Konferenzausstellung gezeigten Projekte haben in ihren Fischwirtschaftsgebieten **maßgeblich zu Wirtschafts- und Beschäftigungswachstum beigetragen**. Insgesamt wurden im Rahmen dieser Auswahl an EFF-Projekten 91 Vollzeitarbeitsplätze sowie 347 Teilzeit- und Saisonarbeitsplätze geschaffen, 135 Arbeitsplätze wurden gesichert².

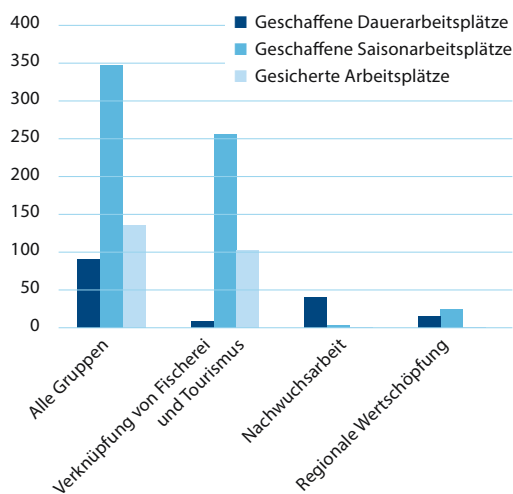
DIE PROJEKTE SIND IN DIE FOLGENDEN ACHT THEMENKREISE AUFGETEILT:

1. Verkürzung der Absatzketten
2. Regionale Wertschöpfung
3. Umweltschutz
4. Imageverbesserung für die Fischerei
5. Verknüpfung von Fischerei und Tourismus
6. Fischerei als Nährboden für neue Geschäftsfelder
7. Attraktivität von Fischwirtschaftsgebieten
8. Nachwuchsarbeit

² Diese Zahlen sind grob vergleichbar mit dem Ergebnis der bereits zitierten Achse-4-Befragung, das aufgrund der Antworten von 71 FLAG die Sicherung von umgerechnet 1016 Vollzeitarbeitsplätzen in 488 Projekten und die Schaffung von umgerechnet 687 Vollzeitarbeitsplätzen in 498 Projekten erwarten ließ.



Fig. 1. Geschaffene und gesicherte Arbeitsplätze

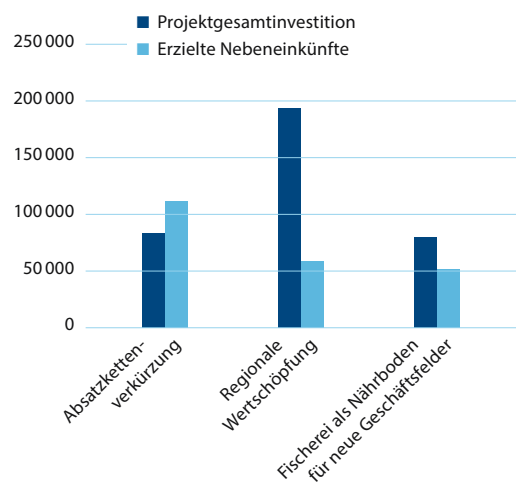


Das ergibt im Projektdurchschnitt etwa zwei neue Vollzeit-Dauerarbeitsplätze und drei gesicherte Vollzeit-arbeitsplätze sowie acht neue Teilzeit- und Saisonarbeitsplätze.

Das größte Arbeitsplatzpotenzial weisen Projekte im Bereich „Verknüpfung von Fischerei und Tourismus“ auf, auch wenn es sich überwiegend um Saisonarbeitsplätze handelt (die Projekte in dieser Gruppe trugen zur Schaffung von neun Dauer- und 256 Saisonarbeitsplätzen sowie zur Sicherung von 102 Arbeitsplätzen bei). Es folgen die Kategorien „Nachwuchsarbeit“ (40 Dauer- und drei Saisonarbeitsplätze) und „Regionale Wertschöpfung“ (15 Dauer- und 24 Saisonarbeitsplätze); siehe Abbildung 1.

Für 17 Ausstellungsprojekte lagen Schätzzahlen über die Nebeneinkünfte vor, die der Projektträger dank Förderung durch Achse 4 beispielsweise im Wege von Absatzsteigerungen erzielen konnte. Bei Gesamtinvestitionen für diese Projekte in Höhe

Fig. 2. Multiplikatoreffekt von Projekten (€)



von 2 Millionen Euro (davon eine Million aus dem EFF) belief sich der Nebenverdienst per Dezember 2014 auf knapp 1,5 Millionen Euro.

Die höchsten Nebeneinkünfte ergaben sich in der Kategorie „Verkürzung der Absatzketten“ (durchschnittlich 111 300 € je Projekt bei durchschnittlichen Projektkosten von 83 600 €). Es folgten die Themenkreise „Regionale Wertschöpfung“ (durchschnittlich 59 000 € je Projekt bei Kosten in Höhe von 194 000 €) und „Fischerei als Nährboden neuer Geschäftsfelder“ (52 000 € bei Investitionen in Höhe von 80 000 €); siehe Abbildung 2.

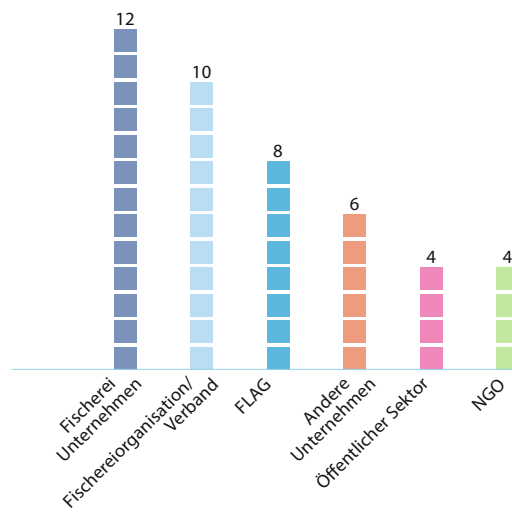
Förderung des sozialen Zusammenhalts und der Inklusion: Mobilisierung lokaler Handlungsträger und Herstellung von Kontakten

Die meisten der 42 Ausstellungsprojekte wurden aus der Fischwirtschaft heraus auf den Weg gebracht. Projektträger waren sowohl einzelne Unternehmen (etwa Fischfang- und Fischverarbeitungsbetriebe) als auch Organisationen (etwa Fischereigenossenschaften). Relativ viele Projekte wurden direkt von den FLAG angestoßen, so auch die „tausendjährige Thunfischroute“ (Projekt 28) von der FLAG Cadiz Estrecho in Südspanien mit dem Ziel der Stärkung und Förderung von Fischfang und Fischfangerbe entlang der Küste. In Abbildung 3 ist dargestellt, welche Empfängergruppe wie viele Projekte ausgeführt hat.³

Mehrere Projekte zielen auf schwer erreichbare Bevölkerungsgruppen wie etwa Frauen, Arbeitslose und Jugendliche. Die FLAG Südfinnland beispielsweise hat eine junge Frau dabei unterstützt, den Fischereibetrieb ihres Vaters zu übernehmen (Projekt 37). Die britische FLAG Cornwall hat 24 arbeitslosen Jugendlichen geholfen, Arbeit in der Fischerei und verwandten Branchen zu finden (Projekt 38).

Bis zu 280 verschiedene Körperschaften waren am Zustandekommen der 42 Projekte beteiligt. Infolgedessen reicht die Wirkung der FLAG-Projekte **weit über die Organisation oder Institution hinaus, die offiziell Beihilfe erhalten hat. Im Durchschnitt haben an der Durchführung jedes Projekts sieben verschiedene Akteure mitgewirkt.**

Fig. 3. Begünstigte der Ausstellungsprojekte



Zudem haben die Projektträger Fischer und Fischwirtschaftsgemeinden mit Erfolg an ihren Projekten beteiligt, sei es als Projektträger oder Partner, sei es als Nutzer, Kunde oder Endbegünstigter. Die FLAG Costa da Morte beispielsweise hat mit dem von ihr entwickelten Projekt „Loestamospescando“ 500 Fischer aus neun Fischereigenossenschaften (cofradías) in die Lage versetzt, ihre Erzeugnisse online direkt an die Endverbraucher zu verkaufen. Bei den acht Projekten, für die Daten vorlagen, belief sich die Zahl der Fischer, die von den geförderten Projekten profitierten, auf 967.

³ An manchen Projekten waren mehrere Empfängergruppen beteiligt, so dass die Gesamtzahl über 42 liegt.

Förderung von Innovationen

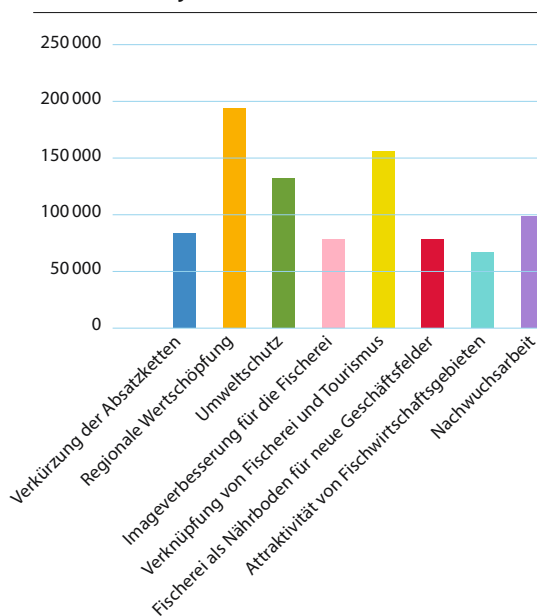
Viele unterstützte Projektträger haben für bekannte Probleme der Fischwirtschaftsgebiete neue Lösungswege gefunden. So spielt bei mindestens sieben Projekten die Informationstechnologie eine tragende Rolle. Diese Projekte reichen vom Onlineverkauf über die elektronische Fangdatenfassung und die Stärkung der lokalen Fischerei bis zur Kapitalbeschaffung. Im Zuge anderer Projekte wurden technische Neuerungen entwickelt; in diese Kategorie fallen beispielsweise eine optimierte Erhitzungs- und Kühlanlage für Garnelen (gefördert von der belgischen FLAG Westflandern, Projekt 6) sowie ein umweltfreundliches und kostengünstiges Wasserreinigungssystem (gefördert von der polnischen FLAG Bytowsee, Projekt 17). An mehreren Projekten wirken ferner Forschungseinrichtungen mit.

Die 42 ausgewählten Projekte haben auf eindrucksvolle Weise für eine wirtschaftliche Belebung gesorgt. Es wurden mit ihrer Hilfe 36 Unternehmen gegründet sowie 88 Produkte und Dienstleistungen entwickelt. Als besonders effektiv erwiesen sich dabei die sechs Projekte des Themenkreises „Regionale Wertschöpfung“; sie brachten 30 neue Produkte hervor und zogen die Erschließung von 15 neuen Absatzmärkten nach sich.

Kapitalbeschaffung

Für die Ausstellungsprojekte wurden durchschnittlich ca. 115 000 Euro aufgewendet. Die Investitionen je Projekt weichen jedoch erheblich voneinander ab (siehe Abbildung 4). Die teuersten Projekte finden sich mit 194 000 Euro und 156 000 Euro in der Kategorie „Regionale Wertschöpfung“ bzw. „Verknüpfung von Fischerei und Tourismus“.

Fig. 4. Durchschnittliche Gesamtkosten des Projekts (in €) nach Themen



„Verknüpfung von Fischerei und Tourismus“. Die günstigsten mit einem Aufwand in Höhe von durchschnittlich 67 000 Euro finden sich in der Gruppe „Attraktivität von Fischwirtschaftsgebieten“, obwohl sie Infrastrukturprojekte enthält.

Die benötigten Projektmittel stammen teilweise aus Achse 4 des EFF, aber auch in erheblichem Umfang aus öffentlichen und privaten Quellen. So stehen jedem investierten Euro aus dem EFF 1,25 Euro von öffentlichen und/oder privaten Geldgebern gegenüber. Hinzu kommt weiteres Kapital für Folgeprojekte. So zog ein Umweltschutzprojekt in Finnland (Projekt 15) ein LIFE-Projekt mit einem Volumen von 5 Millionen Euro nach sich. In Frankreich hatte eine von Achse 4 finanzierte Studie die Errichtung einer genossenschaftlichen Fischfabrik mit einem Investitionswert von 700 000 Euro zur Folge (Projekt 9).



Förderung des regionalen Kulturerbes

Die meisten Fischwirtschaftsgebiete, auch jene im Binnenland, weisen ein reichhaltiges Kulturerbe auf, das nicht nur unmittelbar wirtschaftlichen Nutzen erzeugt, sondern auch die lokale Identität und den Stolz auf das Gebiet und die dortige Berufsfischerei stärken kann. Mit Hinweisen auf die Wichtigkeit und die Anziehungskraft dieses Erbes lässt sich einigen Auswirkungen der nachteiligen demografischen Entwicklung in Fischwirtschaftsgebieten entgegenwirken. Ein Beispiel dafür sind Initiativen im Bereich Pescatourismus, mit denen vermittelt wird, was den Fischfang in einer Region ausmacht und wie er die Region prägt (Projekt 23). Ein weiteres Beispiel ist das Heimathafenprojekt (Projekt 35), das der Fischerei mehr Aufmerksamkeit verschafft, indem der Hafen der „tausendjährigen Thunfischroute“ unter Beteiligung zahlreicher Akteure saniert wird (Projekt 28).

Flexible Anpassung von Hilfen an die regionalen Erfordernisse

Die Ausstellungsprojekte verdeutlichen die große Vielfalt der Achse-4-Projekte. Die Förderbeträge reichen von 1 500 Euro (Projekt 34) bis knapp 300 000 Euro (Projekt 28). Unter flexibler Anpassung im Zusammenhang mit dem EFF ist zu verstehen, dass die FLAG sowohl bei konventionellen Geschäftsentwicklungsprojekten (beispielsweise der Eröffnung eines Fischrestaurants oder eines Netzfertigungsbetriebs) als auch bei komplexeren Projekten (Studien, Produktneuentwicklung, Lehrgänge, Betreuung, Beratung usw.) finanzielle Hilfe leisten können. Diese kann beispielsweise in Infrastrukturmaßnahmen fließen, aber auch zur Zahlung des Gehalts eines Fischereibeauftragten dienen. Darüber hinaus können die FLAG Projektunterstützung in Form von Sachleistungen wie etwa Anregung, Beratung und Kontaktvermittlung erbringen.

Alles in allem belegt diese eingehende Betrachtung der 42 Ausstellungsprojekte den unübersehbaren Nutzen, den die FLAG für die Fischwirtschaftsgemeinden in ihren Gebieten haben können. Die Kofinanzierung aus dem EFF hat sich bei der Unterstützung eines sehr vielfältigen Spektrums lokal betriebener Entwicklungsprojekte in Küsten- und Fischwirtschaftsgemeinden in ganz Europa als außerordentlich hilfreich erwiesen. Die FLAG haben in gemeinsamem Bemühen dafür gesorgt, dass eine lokale Bewirtschaftung von EU-Fördermitteln zum Nutzen aller Interessengruppen möglich ist.

KAPITEL 4

Ein neuer Abschnitt mit neuen Herausforderungen

Qualitätssprung

Seit der Einrichtung von Prioritätsachse 4 vor sechs Jahren haben die lokalen Partnerschaften und ihre Beschäftigten umfangreiche Erfahrungen in der Anwendung eines neuen Konzepts sammeln können, das im Vergleich zu den bis dahin üblichen branchenorientierten und abwärtsstrukturierten Förderansätzen als utopisch hätte erscheinen können.

Die zusätzlichen Nutzeffekte der Gebietspartnerschaften genießen inzwischen weithin hohe Anerkennung. Die Partner haben gelernt, einander zuzuhören und die Erwartungen und Erfordernisse außerhalb ihrer eigenen Organisation zu verstehen. Die FLAG haben im Wege von Beratung und Meinungs Austausch erreicht, dass Unstimmigkeiten nach und nach von gemeinsamen Standpunkten und Projektarbeiten abgelöst wurden. Zudem hat die gemeinsame Ausarbeitung und Anwendung lokaler Entwicklungsstrategien den Partnern die große Chance geboten, voneinander zu lernen.

Das Personal der FLAG hat ebenfalls eine maßgebliche Rolle gespielt, auch wenn sowohl die Führungskräfte als auch die Sachbearbeiter völlig unterschiedliche Vorkenntnisse mitbrachten. Das Spektrum reichte von Fischereifachleuten mit wenig Einblick in andere Wirtschaftszweige bis hin zu Raumplanungsspezialisten, die nicht unbedingt etwas über Fischerei wussten. Alle haben sich in den sechs Programmjahren weiterqualifiziert. Heute gibt es in den 21 beteiligten Mitgliedstaaten mehr als 500 Fachleute für die territoriale Entwicklung in Fischwirtschaftsgebieten.

Somit sind die Voraussetzungen für einen **Qualitätssprung** geschaffen, für einen Schritt, der auch von der Ausrichtung des EMFF und der Öffnung des CLLD-Konzeptes für alle Investitions- und Strukturfonds der EU gestützt wird.

Strategische Differenzierung

Die Ausarbeitung lokaler Entwicklungsstrategien durch lokale Gruppen stellte in den meisten FLAG-Gebieten in der ersten Programmperiode ebenfalls einen neuen Ansatz dar. Entstanden sind eher klassische Strategien, die im Allgemeinen den wesentlichen Zielen des EFF (2007-2013) entsprachen: Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit des Fischereisektors; Aufwertung von Fischerzeugnissen; Diversifizierung; Aufwertung der Umwelt und des lokalen Erbes. Diese Anfangsphase der lokalen Entwicklung hat für Handlungsfähigkeit gesorgt und eine große Anzahl an Einzelprojekten hervorgebracht.

Allerdings könnte mittlerweile in vielen Gebieten die Grenze dessen erreicht sein, was einzelne Maßnahmen bewirken können. Wir müssen uns fragen: Brauchen wir wirklich noch ein weiteres Fischrestaurant? Ist es wirklich notwendig, die Gründung von noch mehr Fischereimuseen zu fördern? Die Antworten darauf können zwar nur vor Ort gegeben werden, aber in manchen Gebieten besteht bereits die Gefahr eines Überangebots, sofern ein Produkt oder eine Dienstleistung nicht neues Wachstumspotenzial birgt oder eine Nische füllt.

Nach Jahren praktischer Arbeit kennen die FLAG die Stärken und Schwächen ihrer Gebiete inzwischen besser. Sie sollten daher mehr Wert auf differenziertere und anspruchsvollere Strategien legen, die den Mehrwert der territorialen Entwicklung maximieren können.

Neue Aufgaben, neue Lösungsansätze

Wettbewerbsfähigkeit, Wertschöpfung und Diversifizierung stellen natürlich nach wie vor wichtige Ziele dar. Allerdings haben sich neue Rahmenbedingungen und infolgedessen unter anderem folgende neue Herausforderungen ergeben:

- > Die lokalen Auswirkungen von Änderungen in der europäischen Fischereipolitik.

Dieser Herausforderung müssen die FLAG möglicherweise mit Projekten begegnen, die zur Abmilderung der Folgen des Rückwurfverbots beitragen. Ein Beispiel ist das von der FLAG Huelva geförderte Projekt im FARNET-Video „Fischmehl aus Fischabfall“. Auch der Übergang zum höchstmöglichen Dauerertrag und der kurzfristig mögliche schärfere Wettbewerb um Fischfangquoten stellen politisch induzierte Probleme dar. Eine Fischervereinigung aus Dänemark hat sie zu lösen versucht, indem sie ihren Mitgliedern die Möglichkeit zur Erzielung von Nebeneinnahmen aus ihrem Fang verschaffte (siehe Projekt 2). Als weitere Möglichkeit bietet sich an, Fischer stärker am Schutz des Meeres zu beteiligen (siehe Projekt 13, Cap Roux).

- > Die Beschäftigung mit dem Thema „blaues Wachstum“ und die Freisetzung des Innovationspotenzials von Küstengebieten, die in vielen Regionen einen starken Bevölkerungszuwachs verzeichnen, was einen heftigen Ressourcenwettbewerb zwischen den einzelnen Nutzungsformen zur Folge hat.

Hier kann man Maßnahmen erwarten, die den Fischern bei der Entwicklung innovativer Produkte helfen. Ein Beispiel ist die portugiesische FLAG, die Vertreter aus Fischerei, Forschung und Industrie miteinander ins Gespräch brachte, um das biomedizinische Potenzial der blauen Schwimmkrabbe zu ermitteln (siehe FARNET Good Practice Nr. 19). Damit die Fischerei von den Möglichkeiten des blauen Wachstums profitieren kann, werden die

FLAG gegebenenfalls Maßnahmen ergreifen müssen, die Aufmerksamkeit erregen und zur Imageaufwertung beitragen (siehe Themenkreis 4).

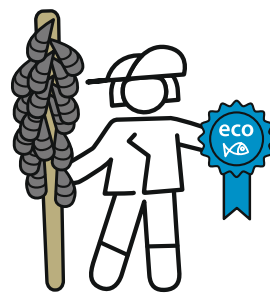
- > Die Umstellung auf eine emissionsarme und klimaschonendere Wirtschaft sowie die damit verbundenen Folgen für die Küstengebiete und das Leben dort.

Auf diesem Gebiet können die FLAG bei der Anregung von Projekten mitwirken, die beispielsweise die Nutzung erneuerbarer Energie für den Antrieb von Fischkuttern fördern. Beispiel ist eine französische FLAG, die Gespräche zwischen Vertretern aus Fischerei, Forschung und Sonnenblumenanbau vermittelte. Mehr dazu auf der Kooperationsseite von FARNET.

- > Die unbedingte Notwendigkeit der Schaffung von Arbeitsplätzen und der Armutsbekämpfung aufgrund des Umstands, dass Arbeitslosigkeit und prekäre Beschäftigungsverhältnisse in vielen Gebieten zugenommen haben.

Viele FLAG fördern Projekte, die eine Weiterqualifizierung von Beschäftigten in der Fischerei und die nachhaltige Sicherung ihres Lebensunterhalts zum Gegenstand haben. Beispiele auf diesem Gebiet sind Projekt 8 (Schaffung von Arbeitsplätzen für arbeitslose Frauen in der Fischkonservenproduktion in Spanien), Projekt 34 (Sicherung eines Arbeitsplatzes auf einer abgelegenen irischen Insel) und Projekt 38 (Vorbereitung junger Leute auf eine Berufstätigkeit in der Fischerei).

Die FLAG können diese Herausforderungen und die damit verbundene Notwendigkeit innovativer lokaler Lösungen als Chance begreifen und ihre neuen Entwicklungsstrategien darauf ausrichten.



Stärkere Differenzierung

Die Ausarbeitung von Strategien, die stärker auf lokale Gegebenheiten abstellen, kann zu mehr Vielfalt führen. Manche FLAG werden ihr Augenmerk überwiegend auf den Fischereisektor legen (vor allem in Gebieten, in denen noch entsprechend großes Entwicklungspotenzial vorhanden ist), andere werden auf Küstenentwicklung und blaues Wachstum im weiteren Sinne setzen.

Ungeachtet ihres Förderschwerpunkts wird eine FLAG stets bestrebt sein, Projekte jener Art anzustoßen und zu fördern, die mit Blick auf Nachhaltigkeit der Entwicklung, Schaffung von Arbeitsplätzen und sozialen Zusammenhalt in ihrem Gebiet das beste Ergebnis versprechen. Dabei werden sie auch Maßnahmen berücksichtigen, die voraussichtlich von anderen Stellen aufgrund anderer Strategien und Fördermittel ergriffen werden.

Mehr Förderquellen und bessere Koordinierung

Zum jetzigen Zeitpunkt ist schwer abzusehen, wie viel Fördermittel aus dem EMFF in die CLLD und die nachhaltige Entwicklung von Gebieten fließen wird, die von Fischfang und Aquakultur abhängig sind. Die vorhandenen Daten lassen jedoch erwarten, dass es erheblich mehr sein werden als im Rahmen des EFF verfügbar sind.

Die einheitliche Behandlung des CLLD-Ansatzes in allen europäischen Struktur- und Investitionsfonds (ESI-Fonds) eröffnet den FLAG ferner die Möglichkeit zur Mitwirkung an lokalen Entwicklungsmaßnahmen, die aus mehreren Fonds gespeist werden. Daraus könnten sich eine bessere Nutzung der übrigen ESI-Fonds und eine bessere Koordinierung der einzelnen Finanzierungsmöglichkeiten ergeben. Soweit die Möglichkeit der Förderung aus mehreren Fonds besteht, sollten ganzheitliche Küstenentwicklungsstrategien die Folge sein, die alle wichtigen Branchen

im FLAG-Gebiet erfassen könnten. Die Ergebnisse können dem Fischereisektor unter den Aspekten Wirtschaftskraft, Identität, Erbe und Regulierung die ihm gebührende Aufmerksamkeit verschaffen.

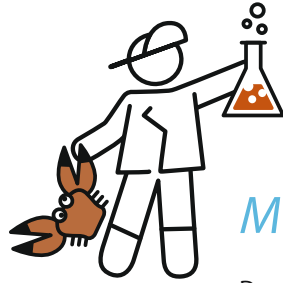
Ein stärkerer Akzent auf gemeinsames Handeln

Die 42 ausgewählten Projekte weisen zum Großteil mehr als nur einen einzigen Beihilfeempfänger auf. Sechzehn von ihnen wurden von Organisationen oder Kollegialorganen wie etwa Fischereiverbänden, Genossenschaften, Ausbildungsstätten, Umweltschutzverbänden, Agenturen für lokale Entwicklung oder Gebietskörperschaften realisiert. Bei acht Projekten ist die FLAG selber der Empfänger. Auch an den 18 von Privatunternehmen initiierten Projekten sind teilweise andere Akteure aus der Fischerei beteiligt.

Es wird erwartet, dass diese „kollegiale“ Vorgehensweise zunehmen wird, denn:

- > Einzelmaßnahmen sind effektiver, wenn sie im Verbund mit anderen lokalen Maßnahmen ergriffen werden, etwa zur Erschließung und Ausschöpfung ihres vollen Potenzials, zur Erschließung bestimmter Märkte, zur Herstellung der Wettbewerbsfähigkeit oder zur unternehmerischen Diversifizierung.

In Portugal wirken vierzig Fischer an dem Projekt „O melhor peixe do mundo“ (der beste Fisch auf der Welt) mit, das von der FLAG Alem Tejo gefördert wird. Die Auswahl der Fischer erfolgte anhand der Erfüllung von Umweltkriterien. Das Projekt ermöglicht es ihnen, ihren Fisch direkt oder über Naturkostläden an den Endverbraucher zu verkaufen (Projekt 5). In Griechenland hat die FLAG Thessaloniki ein Kooperationsprojekt von 25 Fischern gefördert, mit dessen Hilfe sowohl in Griechenland als auch im Ausland ein Markt für frische blaue Schwimmkrabben entstanden ist (Projekt 7).



Mehr Innovationen

> Der Grundsatz des „Gemeinguts“ ist dabei, seine alte Bedeutung zurückzugewinnen. In Spanien beispielsweise liegt die Bewirtschaftung der gemeinschaftlichen Fischbestände schon seit Jahrhunderten in den Händen der Berufsfischerverbände („cofradías“). Mit der fortschreitenden Belastung von Natur, Umwelt und Wasserqualität ist auch der Begriff „Gemeingut“ wieder in aller Munde.

Auf Initiative der FLAG Ostfinnland haben Fischer, Umweltschützer und Wissenschaftler gemeinsam robbersichere Fangnetze entwickelt und so zum Schutz eines wertvollen Naturguts (der Ringelrobbe) sowie zur Sicherung des Lebensunterhalts der ortsansässigen Fischer beigetragen (Projekt 15).

Kollegiale Projekte lassen sich häufig am besten von den Partnern oder Beschäftigten der FLAG auf den Weg bringen. Da die FLAG im Rahmen der CLLD einen größeren Anteil ihres Budgets für Anstoß und Förderung von Projekten ausgeben dürfen, werden sie wesentlich „proaktiver“ handeln und Kontakte zwischen Akteuren und Sektoren herstellen können.

In der schwedischen Küstenstadt Simrishamn verlor die Fischerei immer weiter an Bedeutung, bis die FLAG Südliche Ostsee den Niedergang mit mehreren Veranstaltungen stoppte. Im Mittelpunkt steht ein Fischfestival, das inzwischen zwei Wochen dauert und jedes Jahr stattfindet. Geboten werden Spielmöglichkeiten für Kinder, Bootsbesichtigungen, Kochkurse, Frischfischverkauf und mehr (Projekt 35).

Das Thema Innovation wird im Zeitraum 2014-2020 weiter an Bedeutung gewinnen. Insbesondere der schnelle technische Wandel wird Chancen sowohl in der Fischerei als auch für die Erschließung neuer Geschäftsfelder eröffnen. Darüber hinaus wird eine soziale Erneuerung notwendig sein, will man die in vielen Gebieten vorhandenen Probleme aus der Welt schaffen.

Die Sanierung des Hafens Annan in Großbritannien ist nicht nur dank Unterstützung seitens der FLAG möglich, sondern auch dank der finanziellen Beteiligung von 45 über das Internet geworbenen privaten „Schwarmfinanzierern“ (Projekt 36).

Schwerpunkt Frauen und junge Leute

Frauen und junge Leute sind auf dem Beschäftigungsmarkt häufig mit besonderen Herausforderungen konfrontiert und können bisweilen nicht auf herkömmliche Art eine Arbeitsstelle finden. Die FLAG richten bereits Maßnahmen erfolgreich auf diese Gruppen aus. Da den FLAG im Rahmen der CLLD mehr Mittel zur Mobilisierung dieses Bevölkerungsanteils zur Verfügung stehen, dürfte eine stärkere Beteiligung von Frauen und jungen Leuten an Partnerschaften zu bewerkstelligen sein.

In Spanien haben 200 Frauen aus Fischwirtschaftsgemeinden mit Unterstützung der sieben andalusischen FLAG an einem Projekt zur Förderung der unternehmerischen Selbständigkeit von Frauen teilgenommen. Einige haben danach bereits ein eigenes Unternehmen gegründet (Projekt 39a). In Großbritannien haben 24 arbeitslose Jugendliche dank eines von der FLAG Cornwall geförderten Lehrgangs Arbeit in der Fischerei und verwandten Branchen gefunden (Projekt 38).

Verbesserte Zusammenarbeit

Bei Projekten einer bestimmten Größe kann die gebietsübergreifende Zusammenarbeit die Erfolgsaussichten erhöhen. Das ist beispielsweise dann der Fall, wenn externe Fachkompetenz benötigt wird. Da sich der Aufbau einer solchen Zusammenarbeit recht kompliziert gestaltet, kam sie im Zeitraum 2007-2013 nur selten zustande. In Anbetracht des Reifeprozesses, den sowohl Achse 4 als auch die FLAG inzwischen durchlaufen haben, dürfte die Gelegenheit für eine vorteilhafte Zusammenarbeit zukünftig größer sein.



Die in Polen verzehrte Menge an Fisch ist eine der niedrigsten in ganz Europa. Zwei polnische FLAG haben in Zusammenarbeit mit sechs Kochschulen Lehrgänge für Auszubildende und Lehrkräfte organisiert, um deren Wissen über Fisch, Fischverarbeitung und Fischzubereitung zu erweitern (Projekt 20b).

Die Messlatte höher legen

Die veränderten Rahmenbedingungen und die daraus erwachsenden Herausforderungen und Chancen lassen es notwendig werden, dass die FLAG unter Rückgriff auf ihre Erfahrungswerte besser gezielte, stärker auf Erneuerung setzende und besser eingebundene Strategien entwickeln, die lokal verankert sind und sich den Gegebenheiten vor Ort anpassen lassen.

Wir wünschen Ihnen einen reibungslosen Übergang bis in das Jahr 2020 und freuen uns darauf, im Anschluss daran mit Ihnen die Ergebnisse dieses nächsten Programmabschnitts zu erörtern.

DOI 10.2771/06468

ISBN 978-92-79-45506-3



9 789279 455063

