

Resumen de proyecto

Fishing Village Anno 1906

FLAG: Bremerhaven

Bremen, Alemania

Presentación del proyecto

Bajo el impacto de la crisis de los setenta y ochenta, la deteriorada y semiindustrial área portuaria de Bremerhaven fue objeto de una serie de proyectos de regeneración. Seguidamente, un proyecto del Eje 4 ha aportado una dimensión pesquera a estas iniciativas, con el fin de aumentar la capacidad de atracción del puerto y desarrollar al mismo tiempo nuevas salidas para los productos pesqueros.



Tras varios intentos de reactivar la zona del puerto de Bremerhaven, la cooperación entre una empresa mayorista de pescado del puerto y el FLAG local ha servido de complemento a las iniciativas previas de regeneración, consiguiendo finalmente dar un nuevo impulso a la zona portuaria e integrarla en el resto de la ciudad.

A la entrada del puerto encontramos un pequeño y rústico pueblo pesquero de 11 cabañas de paja, imitando las cabañas pesqueras tradicionales de 1906. En él encontramos tiendas (de ropa y pescado) y posibilidades de visitas turísticas, a modo de “mundo de atracción marítima” centrado en la pesca. La más antigua y aún existente “nave de embalaje de pescado IV” (1906/1907) también ha sido renovada. En la actualidad, 15 empresas y gastronomos ofrecen sus productos y servicios en estas naves.

El centro de atracción está regentado por H-J Fiedler, una empresa de productos ‘gourmet’ de pescado y marisco, que ofrece servicios de catering, información turística y venta de pescado y otros productos locales a los visitantes.



Lecciones clave

- › **Relevancia con los temas FARNET:** regeneración, diversificación, captación de inversión privada, patrimonio cultural.
- › **Resultados:** la diversificación de la actividad comercial de la zona portuaria de Bremerhaven ha contribuido a mejorar la imagen y capacidad de atracción de la zona, que ha contado con una considerable cobertura mediática y un aumento del número de visitantes, mejorando las ventas de otras tiendas y establecimientos locales. Además, no sólo ha logrado conservar los 47 puestos de trabajo existentes, sino que ha creado dos más gracias a los nuevos puntos de venta. El proyecto se ha hecho acreedor de varios premios a iniciativas empresariales.
- › **Transferibilidad:** este proyecto es aplicable a un buen número de FLAG que buscan el modo de reintegrar sus puertos pesqueros en la vida de la comunidad local. Asimismo, podría desarrollar relaciones con otros proyectos que utilizan el arte para dar una nueva vida a los puertos de pesca, como el [Festival del Arte y la Pesca de Ancona](#).
- › **Comentario final:** un proyecto bien concebido e integrado que, aparte de fomentar la diversificación económica y la inversión privada, ha servido para desarrollar la red de transportes públicos y mejorar así el acceso a la zona desde el centro de la ciudad. El proyecto constituye igualmente un ejemplo de cómo hacer del patrimonio cultural un modelo de negocio viable.

Coste total y contribución del FEP

Coste total del proyecto: 395 000 €

- › Eje 4 del FEP: 158 000 €
- › Financiación nacional/regional: 3 000 €
- › Financiación complementaria privada: 234 000 €

Información sobre el proyecto

Título: Fishing Village

Duración: aproximadamente 1 año (principios de 2009 – enero de 2010)

Fecha del estudio de caso: enero de 2011

Promotor del proyecto

H.-J. Fiedler Meeresdelikatessen GmbH

Hans-Joachim Fiedler

H.J.Fiedler@fisch-online.de

+ 49 471 93 22 30

www.fiedlers-fischerdorf.de

Datos del FLAG

FLAG de Bremerhaven, Alemania

gerber@fbg-bremerhaven.de

+49 4 71 97 32 152

www.fbg-bremerhaven.de

[Ficha informativa del FLAG](#)

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

Cláusula de exención de responsabilidad: La Dirección General de Asuntos Marítimos y Pesca es responsable de la elaboración total de este documento, pero no se responsabiliza de su contenido ni garantiza la precisión de los datos