

# Fish All Days (Jeden Tag Fisch): vom Fischerboot ins Haus

**FLAG Terre di Mare**

**Molfetta (Apulien), Italien**

## Projektüberblick

Das Projekt „Fish All Days“ ermöglicht Verbrauchern, frischen Fisch direkt von Bord eines Fischkutters zu kaufen oder ihn sich nach Hause liefern zu lassen. Ein Familienbetrieb aus der Hafenstadt Molfetta in der apulischen Provinz Bari hat sich mit eher klassischen Aufklärungs- und Werbekampagnen einerseits sowie der Nutzung neuer Technik und der sozialen Medien andererseits eine treue Stammkundschaft aufgebaut.



Dal Mare alla Tavola

Pesce appena pescato, fresco e garantito  
DIRETTAMENTE A CASA TUA.

Der Familienbetrieb Facchini Pesca litt unter den niedrigen Preisen, die ihm der Großhandel bei den Fischauktionen im Ort bot. Zur gleichen Zeit erfuhr die FLAG Terre di Mare auf einer FARNET-Konferenz, dass Endverbraucher im Rahmen des deutschen Projekts „Fisch vom Kutter“ Frischfisch direkt von Bord erwerben können. Sie gelangte zu der Überzeugung, dass einige Fischer in ihrem Gebiet mit diesem Direktverkaufskonzept ihre Probleme lösen könnten. Auch Mimmo Facchini, Kaufmännischer Leiter in seinem Familienunternehmen (sein Bruder führt den 23 Meter langen Kutter des Betriebs) ließ sich vom Potenzial des Konzepts überzeugen und erarbeitete mit fortwährender Unterstützung und Ermutigung durch die FLAG eine eigene Version des Konzepts „Fisch vom Boot“.

Der Familienkutter wurde so umgebaut, dass er unter Hygiene- und Sicherheitsaspekten für den Direktverkauf an Endverbraucher geeignet war. Ergänzend wurde der Lieferwagen des Betriebs mit einer Kühlanlage ausgestattet. Danach folgten umfangreiche Werbemaßnahmen für das neue Direktverkaufskonzept und die Sensibilisierung der einheimischen Bevölkerung für die gesundheitlichen Vorzüge von hochwertigem Fisch aus heimischem Fang.

Die Familie Facchini organisierte die Aufklärungsveranstaltung „Mode und Fisch“, gestaltete Broschüren und Platzuntersetzer für einheimische Restaurants, legte eine Facebook-Seite mit Informationen über das Fisch- und Preisangebot von Facchini Pesca an und forderte die einheimische Bevölkerung in den sozialen Medien zur Teilnahme an Diskussionen über die Qualitätsmerkmale von Fisch aus heimischen Gewässern und die diversen Zubereitungsmöglichkeiten auf. Die Verbraucher können auf Facebook oder per E-Mail, Telefon, SMS oder WhatsApp bestellen (die Mindestbestellmenge beträgt 3 kg insgesamt und 1 kg pro Art) und erhalten die Ware nach der Bootsankunft direkt ins Haus geliefert. Mimmo und sein Sohn übernehmen die Auslieferung persönlich. Indem sie ihren Kunden dabei unter anderem erklären, wo der bestellte Fisch gefangen wurde, wie lange die einzelnen Arten ohne Tiefkühlung gelagert werden können, wie man Fisch säubert und welche Zubereitungsmöglichkeiten es gibt, knüpfen sie enge persönliche Beziehungen zu ihren Kunden. Darüber hinaus ist eine Website für den Online-Verkauf im Aufbau begriffen.

Die Familie Facchini organisierte die Aufklärungsveranstaltung „Mode und Fisch“, gestaltete Broschüren und Platzuntersetzer für einheimische Restaurants, legte eine Facebook-Seite mit Informationen über das Fisch- und Preisangebot von Facchini Pesca an und forderte die einheimische Bevölkerung in den sozialen Medien zur Teilnahme an Diskussionen über die Qualitätsmerkmale von Fisch aus heimischen Gewässern und die diversen Zubereitungsmöglichkeiten auf. Die Verbraucher können auf Facebook oder per E-Mail, Telefon, SMS oder WhatsApp bestellen (die Mindestbestellmenge beträgt 3 kg insgesamt und 1 kg pro Art) und erhalten die Ware nach der Bootsankunft direkt ins Haus geliefert. Mimmo und sein Sohn übernehmen die Auslieferung persönlich. Indem sie ihren Kunden dabei unter anderem erklären, wo der bestellte Fisch gefangen wurde, wie lange die einzelnen Arten ohne Tiefkühlung gelagert werden können, wie man Fisch säubert und welche Zubereitungsmöglichkeiten es gibt, knüpfen sie enge persönliche Beziehungen zu ihren Kunden. Darüber hinaus ist eine Website für den Online-Verkauf im Aufbau begriffen.

## Wesentliche Erkenntnisse

- › **Bedeutung für FARNET-Themen:** Aufwertung von Fischfangerzeugnissen, Direktabsatz, Innovationen.
- › **Ergebnisse:** Durch die Erweiterung seines Geschäftsmodells auf den Direktverkauf hat der Fischereibetrieb Facchini Pesca das Band zwischen Fischern und Verbrauchern erneuert und so seine Umsatzerlöse aus dem Fischverkauf um 30 % bis 35 % gesteigert. Nach zehn Monaten hat sich das Unternehmen mit seinem Projekt „Fish All Days“ einen treuen Kundenstamm von 60 Haushalten aufgebaut, die bis zu 100 km vom Heimathafen der Facchinis entfernt sind. Darüber hinaus beliefert die Familie sechs einheimische Restaurants. Wenn die Kundenzahl auf 100 steigt, will sie einen neuen Mitarbeiter einstellen.
- › **Übertragbarkeit:** Die Projektidee wurde dem deutschen Achse-4-Projekt „Fisch vom Kutter“ entliehen, den Gegebenheiten in Molfetta angeglichen und dann um die Haustürlieferung erweitert. Der Direktverkauf vom Fischerboot mitsamt Hauslieferung lässt sich auf viele Fischwirtschaftsgebiete in ganz Europa übertragen, in denen niedrige Großhandelspreise die Ertragskraft der Fischfangbetriebe gefährden. Jene Betriebe, die den Direktverkauf in Betracht ziehen, müssen die gesetzlichen Bestimmungen ihres Landes und der EU für Direktabsatz und Nahrungsmittelsicherheit beachten, und dabei können ihnen die FLAG helfen. Darüber hinaus ist es wichtig, dass es in den Betrieben jemanden gibt, der zeitlich und fachlich in der Lage ist, die Vermarktung und gegebenenfalls den Vertrieb des Fangs zu steuern.
- › **Schlussbemerkung:** Die Hilfe der FLAG bei der Klärung gesetzlicher und kaufmännischer Erfordernisse für den Direktverkauf hat bei der Projektentwicklung eine wesentliche Rolle gespielt. So hat ein früheres Projekt der FLAG zur Ausarbeitung eines [Handbuchs für den Direktabsatz](#) „Fish All Days“ überhaupt erst ermöglicht. Wichtige Voraussetzungen für den Erfolg des Direktverkaufsprojekts waren die zeitaufwendige und kontinuierliche professionelle Nutzung der sozialen Medien (Facebook, Twitter, Google plus, Linked-in, Pinterest, Instagram, Youtube und Vimeo) unter Mitwirkung einer Werbeagentur sowie der persönliche Kontakt zwischen den Kunden und einem dynamischen Projektträger, der für sein Produkt lebt. Das Gefühlsband zwischen Erzeuger und Verbraucher hat für einen festen Stamm zufriedener und treuer Kunden gesorgt, die den Wert sowohl des Produkts als auch der Belieferung zu schätzen wissen.

## Gesamtkosten und Beitrag EFF

**Projektgesamtkosten:** 42 000 €

- › Eigenfinanzierung: 42 000 €
- › Achse 4: Moderation und Projektentwicklungshilfe

### Projektinformationen

**Projektbezeichnung:** Fish All Days (Jeden Tag Fisch)

**Dauer:** seit Dezember 2013 | **Datum Fallstudie:** Oktober 2014

#### Projektträger

Facchini Pesca s.a.s. | Domenico Facchini | [domenicofacchini@ticali.it](mailto:domenicofacchini@ticali.it)  
+39 335 135 3410 | <https://www.facebook.com/FishallDays?fref=nf>

#### FLAG

GAC Terre di Mare, Italien Angelo Farinola  
[gacterredimare@libero.it](mailto:gacterredimare@libero.it) | +39 0802146387  
[www.gacterredimare.net](http://www.gacterredimare.net) | [Daten zur FLAG Terre di Mare](#)

**Herausgeber:** Europäische Kommission, Generaldirektion für maritime Angelegenheiten und Fischerei, Generaldirektor.

**Haftungsausschluss:** Während die Generaldirektion für Maritime Angelegenheiten und Fischerei für die Gesamtherstellung dieses Dokuments verantwortlich ist, übernimmt sie keinerlei Verantwortung für die Richtigkeit des Inhalts und die Genauigkeit der Daten.