

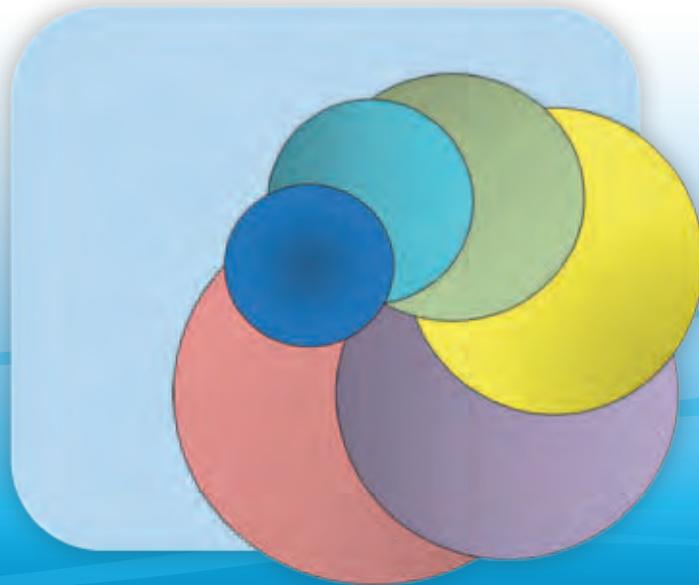


farnet

L E I T F A D E N # 5



Diversifizierung in Fischwirtschaftsgebieten



Inhaltsverzeichnis

Einleitung	3	2.3 Die Umwelt und neue Chancen	
1. Grundlegende Fragen zur Diversifizierung ..	4	<i>in der „grünen“ Wirtschaft</i>	16
1.1 Warum Diversifizierung in		Datenerhebung und Datenrecherche	17
Fischwirtschaftsgebieten?	4	Naturschutz	18
Einnahmen- und Arbeitsplatzverluste in der		Sanierung und Abfallbeseitigung	20
Fischereiwirtschaft	4	Erneuerbare Energie	22
Risiken in Verbindung mit der Abhängigkeit von		Wesentliche Erkenntnisse	25
einer oder mehreren Schlüsselbranchen	4	2.4 Tourismus	25
Allgemeines Nachlassen der regionalen		Beherbergung	27
Wirtschaftsleistung	5	Essen und Trinken	29
Bedeutungsverlust des Fischereisektors in		Freizeitangebote	31
Gebieten mit wirtschaftlichem Wandel	5	Touristische Pauschalangebote:	
Neue Chancen für kluges, „grünes“ und		Natur- und Kulturerlebnisrouten	34
umfassendes (sowie „blaues“) Wachstum	5	Wesentliche Erkenntnisse	36
1.2 Was versteht man unter einem		2.5 Kreative Wirtschaftszweige: Kunst und Kultur	
„Diversifizierungskonzept“ für		<i>als Motor der wirtschaftlichen Entwicklung</i> ...	37
Fischwirtschaftsgebiete?	6	Museen und Ausstellungen	37
Was bedeutet „Diversifizierung“?	6	Themendörfer	39
Die Notwendigkeit eines strategischen Ansatzes.	7	Festivals	41
1.3 In welche Richtung soll diversifiziert werden? ..	8	Wesentliche Erkenntnisse	42
Traditionelle oder neue Branchen?	8	2.6 Soziale Dienste und Weiterbildung	43
Zusätzlichen Nutzen gewährleisten und		Betreuungs- und Sozialdienste	43
Mitnahmeeffekte vermeiden	8	Krabbelstuben und Kinderbetreuung	46
2. Welche Diversifizierungsmöglichkeiten		Gesellschaftlicher Zusammenhalt	47
gibt es?	10	Aus- und Weiterbildung	48
2.1 Diversifizierungsmöglichkeiten im Überblick ..	10	Wesentliche Erkenntnisse	52
Wie sind die Beispiele aufgebaut?	10	3. Konkrete Schritte zur Realisierung eines	
2.2 Zusatzeinkünfte aus Nebenerzeugnissen der		Diversifizierungskonzepts	53
Fischerei	11	3.1 Einleitung	53
Fischmehl und Tierfutter	13	3.2 Welche Rolle spielt die FLAG?	54
Düngemittel und Kompost	13	Ideen: Zündfunken des Wandels	54
Biokraftstoffe	13	Die Menschen: Motor der Diversifizierung	56
Neue Nahrungs- und		Koordinierte Unterstützung	59
Nahrungsergänzungsmittel	15	Zeitliche Steuerung	61
Kosmetika und Pharmazeutika	15	Standort	62
Wesentliche Erkenntnisse	15	Schlussbemerkung	64

Fotos (Seiten):

FARNET (5, 7, 9, 20, 32, 45, 57, 62), The Thurso River (19), Verein Ökologisch Wirtschaften, Pellworm (23), Hotel Almadraba de Conil (27), The Capitain's Galley Seafood Restaurant (30), Joao Quaresma (34), Zuzemberk Castle, Archive of the Heritage Trails, Dolenjska and Bela krajina (35), FLAG Var (39), Maria Idziak (40, 54), Paolo Zitti (41), Regenboogforel (44), Isabelle Possedon (47), FLAG Northern and Eastern Lapland (51), Istockphoto (59), PhotoDisc (61).

Mitwirkende:

Urszula Budzich-Szukala, Monica Burch, Paul Soto, John Grieve, Eamon O'Hara, Gilles van de Walle, Serge Gomes da Silva, Susan Grieve.

Danksagungen:

Die Farnet-Unterstützungsstelle dankt allen, die mit Auskünften und Fallstudien zu diesem Leitfaden beigetragen haben. Besonderer Dank geht an: Rémi Bellia (Angeltourismus), Kees Manintveld und Rosita Van Steenis (Zuchtfarm Regenbogenforellen), Waclaw Idziak (Themendörfer in Polen), Marko Koščak (Natur- und Kulturerlebnisrouten in Dolenjska und Bela krajina), Antonio Brenes und M^a Dolores Caro (Hotel Almadraba Conil), Hans Martin Lorenzen (Erneuerbare Energiem auf Pellworm), Markku Ahonen (Tourismusbildung für Fischerinnen und Fischer in Finnland), Louwe Post (Beratungsprojekt Fischwirtschaft), Katia Frangoudes (Restaurants auf Teneriffa und Korsika), Maria Baptista (Onlinemuseum CCC in Portugal), Michael Gerber (Fischereimuseum Bremerhaven), Tony Piccolo (Biodiesel aus Fischabfällen), Laura Gagliardini (Festival „Porti Aperti“ in Ancona), Jim Cowie (Captain's Galley), Simon Laird (Projekt Thurso River), Deborah Gillatt (Fischereiwirtschaftlich-wissenschaftliche Partnerschaft) und Jon Pressnell (Bar à Truc).

Produktion:

DevNet geie (AEIDL/Grupo Alba)/Kaligram.

Herausgeber: Europäische Kommission, Generaldirektion für Maritime Angelegenheiten und Fischerei, Generaldirektor

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, 2011.

Gedruckt in Belgien auf Recyclingpapier.

Einleitung

Die aktuellen sozioökonomischen Herausforderungen, denen die europäische Fischereiwirtschaft ausgesetzt ist, erfordern umfangreiche Maßnahmen zur Verbesserung der Existenzgrundlage der Fischer und ihrer Familien wie auch der übrigen Bevölkerung in vom Fischfang geprägten Gemeinden. Eine durch die Achse 4 des Europäischen Fischereifonds (EFF) eröffnete Möglichkeit ist die **ökonomische Diversifizierung in Fischwirtschaftsgebieten**.

Achse 4 fördert die „nachhaltige Entwicklung von Fischwirtschaftsgebieten“ durch die Umsetzung von partnerschaftlich erarbeiteter Strategien bzw. Regionaler Entwicklungskonzepte sogenannter Lokaler Aktionsgruppen für Fischerei (FLAGs). Diese Konzepte können Aktivitäten zur Diversifizierung der wirtschaftlichen Grundlage in dem jeweiligen Gebiet und zur **Schaffung zusätzlicher Arbeitsplätze und Erzielung zusätzlicher Einkünfte** für Fischereigemeinden umfassen. In einigen FLAG-Konzepten wird das Thema Diversifizierung lediglich allgemein behandelt; in anderen sind bereits erste Ideen formuliert, in welche Richtung die Diversifizierung gehen soll. In beiden Fällen jedoch kann „Diversifizierung“ sowohl ausschließlich auf die Berufsfischerei zielende Maßnahmen beinhalten als auch breiter angelegte Konzepte für ein ganzes Gebiet bedeuten.

Dieser Leitfaden richtet sich sowohl an FLAGs, die das Thema Diversifizierung als Ziel in ihrem regionalen Entwicklungskonzept integriert haben, wie auch an potentielle Zuwendungsempfänger, welche Projekte in diesem Zusammenhang realisieren wollen.

Der Leitfaden besteht aus drei Kapiteln:

- > Kapitel 1 behandelt die grundlegenden Fragen im Zusammenhang mit der Diversifizierung in Fischwirtschaftsgebieten; Fragen, die viele FLAGs im Zuge der Aufstellung oder Überarbeitung ihrer Konzepte sowie bei der Zusammenarbeit mit den Projektträgern und bei der Projektauswahl stellen werden.
- > In Kapitel 2 wird eine große Bandbreite an verschiedenen Diversifizierungsmöglichkeiten für Fischwirtschaftsgebiete vorgestellt und durch eine Vielzahl aktueller Praxisbeispiele ergänzt.
- > Kapitel 3 behandelt einige der wesentlichen Aspekte, die von den FLAGs berücksichtigt werden sollten, wenn sie die Wirtschaft in einem Fischereigebiet erfolgreich diversifizieren wollen.

Darüber hinaus enthält der Leitfaden Literaturhinweise und nützliche Links.

1. Grundlegende Fragen zur Diversifizierung

1.1 Warum Diversifizierung in Fischwirtschaftsgebieten?

Es kann viele Gründe dafür geben, dass eine Fischereigemeinde ihre wirtschaftliche Grundlage verbreitern möchte. Die wichtigsten sind:

die zunehmenden Einnahmen- und Arbeitsplatzverluste in der Fischereiwirtschaft;

die mit der Abhängigkeit von einer oder wenigen Schlüsselbranchen verbundenen Risiken;

ein allgemeines Nachlassen der regionalen Wirtschaftsleistung;

der Bedeutungsverlust des Fischereisektors in Gebieten mit wirtschaftlichem Wandel;

neue Chancen für ein kluges, „grünes“ und umfassendes (sowie „blaues“) Wachstum.

Einnahmen- und Arbeitsplatzverluste in der Fischereiwirtschaft

Die europäische Fischereiwirtschaft leidet seit Jahrzehnten unter schweren Belastungen, die Einnahmen- und Arbeitsplatzverluste zur Folge haben. Bei diesen Belastungen handelt es sich um Maßnahmen zum Erhalt des Fischbestands, Marktanteilsverluste infolge von Importen und steigenden Betriebskosten. Der Europäischen Kommission zufolge ist die Zahl der Arbeitsplätze in der Fischerei von 2002 bis 2008 um 31 % gesunken¹.

Zwar hat die europäische Politik über den Europäischen Fischereifonds (EFF) Gegenmaßnahmen ergriffen, aber den meisten Prognosen zufolge wird die Anzahl derjenigen Fischerinnen und Fischer, die ihren Lebensunterhalt ausschließlich mit Fischfang bestreiten können, voraussichtlich weiter abnehmen. Die Folgen dieses Wandels treffen häufig nicht nur die Berufstätigen selbst, sondern auch ihre Familien und die Bevölkerung insgesamt. Das gilt vor allem für Gebiete, die traditionell vom Fischfang als einer der wichtigsten Quellen für Arbeit und Einkommen abhängig sind.

Risiken in Verbindung mit der Abhängigkeit von einer oder mehreren Schlüsselbranchen

Die Abhängigkeit von ein oder zwei Schlüsselbranchen stellt für jede regionale Wirtschaft ein Risiko dar, weil Branchenkrisen (die von der Region nicht beeinflussbare Ursachen haben können) auf die gesamte Region durchschlagen. Deshalb muss eine Fischereiregion auch dann bestrebt sein, ihre Wirtschaft auf so viele Füße wie möglich zu stellen, wenn es der Fischereiwirtschaft gut geht. Eine zu große Abhängigkeit von Tourismus oder Nahrungsmittelerzeugung birgt ebenso große Gefahren wie die Abhängigkeit von der Fischerei. Diese Grundregel sollten die lokalen Entscheidungsträger auch bedenken, wenn sie externe Investoren anwerben wollen. Solche Investoren können zwar wichtige Geld- und Arbeitgeber für die Region werden, aber es ist sorgsam darauf zu achten, dass man keine neuen Abhängigkeitsverhältnisse schafft.

¹ Jahreswirtschaftsbericht 2010 über die Europäische Fischfangflotte, <https://stecf.jrc.ec.europa.eu/home>

Allgemeines Nachlassen der regionalen Wirtschaftsleistung

In einigen Fischwirtschaftsgebieten sowohl an der Küste wie auch im Binnenland lässt die Wirtschaftsleistung insgesamt nach. Häufig geht diese Entwicklung mit einer Überalterung oder Abwanderung der Bewohner einher. Betroffen sind überwiegend abgelegene Fischereigemeinden, in deren Dörfern es vielfach nur noch wenige hauptberufliche Fischer gibt, da die Jugendlichen wegen besserer Ausbildungs- und Beschäftigungsaussichten in die Städte ziehen. Das kann eine Abwärtsspirale sowohl bei der Wirtschaftsleistung als auch in der Daseinsvorsorge nach sich ziehen. Diversifizierungsmaßnahmen können dazu beitragen, „neuen Wind“ in die betroffenen Gemeinden zu bringen, von dem vor allem auch die Fischerinnen und Fischer profitieren und sie ihre Heimat weiter als lebenswerten Arbeits- und Wohnort betrachten.

Bedeutungsverlust des Fischereisektors in Gebieten mit wirtschaftlichem Wandel

Viele Fischwirtschaftsgebiete befinden sich zwar in der Nähe wachstumsstarker Standorte (z. B. attraktive Küstenstädte und Touristenziele), können aber von deren Wachstum nicht immer in gleichem Maße profitieren. Vielmehr können steigende Grundstückspreise, der Wettbewerb um die Nutzung des Meeres und die Wirtschaftskraft wachsender Branchen wie beispielsweise dem Fremdenverkehr dazu führen, dass die Fischerei an den Rand gedrängt wird und an Bedeutung verliert. In diesen Fällen ist es wichtig, die wirtschaftlichen Möglichkeiten der betroffenen Gebiete so zu nutzen, dass sie auch den Fischerinnen und Fischern und ihren Familien zugute kommen.



Neue Chancen für kluges, „grünes“ und umfassendes (sowie „blaues“) Wachstum

Da rund 40 % der europäischen Bevölkerung in Küstenregionen leben, werden diesen Gebieten im Rahmen der Strategie „Europa 2020“ die größten Entwicklungschancen eingeräumt. Die Europäische Kommission plant derzeit die Förderung von Standorten mit „blauem Wachstum“. Auch die Seen und Flüsse in Europa bergen ungenutztes Potenzial für die Schaffung von Arbeitsplätzen für die Bevölkerung in der Umgebung. Dennoch finden viele der zukunftsgerichteten Konzepte und Programme zur Förderung von Innovationen und Unternehmensgründungen in diesen Gebieten ohne Einbeziehung der Fischereigemeinden statt. Achse 4 bietet die große Chance, das ungenutzte Arbeitskräftepotenzial dieser Gemeinden mit den natürlichen und wirtschaftlichen Möglichkeiten der Region in Einklang zu bringen.

Eine FLAG, die über die Notwendigkeit und den Umfang der Diversifizierung in ihrer Region entscheidet, muss folgende Fragen beantworten:

- > *Wie groß ist die Abhängigkeit von der Fischereiwirtschaft in Ihrem Gebiet? Wie wird sich diese in den nächsten fünf bis zehn Jahren voraussichtlich verändern?*
- > *Welche Branchen oder Gegenden in Ihrer Region verlieren an wirtschaftlicher Leistungsfähigkeit und welches Wachstum auf? Welche Folgen ergeben sich für die Fischerinnen und Fischer und ihre Familien sowie für die übrige Bevölkerung?*
- > *Gibt es in Ihrer Region Gemeinden, die von sinkenden Einnahmen aus der Fischereiwirtschaft besonders betroffen sind?*
- > *Wie gut sind die Menschen in Ihrer Region auf den Strukturwandel vorbereitet? Was muss in dieser Hinsicht getan werden?*

1.2 Was versteht man unter einem „Diversifizierungskonzept“ für Fischwirtschaftsgebiete?

In diesem Leitfaden wird unter der Bezeichnung „Diversifizierungskonzept“ der schlüssige Ansatz einer FLAG und regionaler Entscheidungsträger zur Verbesserung der Lebensumstände und zur Stärkung der regionalen Wirtschaft durch Schaffung alternativer oder zusätzlicher Verdienstmöglichkeiten verstanden.

Was bedeutet „Diversifizierung“?

Im Zusammenhang mit der Fischereiwirtschaft kann **Diversifizierung** unterschiedliche Bedeutungen haben. Einige Autoren meinen mit „Diversifizierung“ beispielsweise

1. die Diversifizierung der Primärproduktion, d. h. des Fischfangs an sich (z. B. neue Fangmethoden und Fangausrüstung);
2. die Diversifizierung der fischereiwirtschaftlichen Wertschöpfung (häufig die Ausweitung derjenigen Tätigkeiten, die Zusatzeinnahmen für die Produzenten versprechen, z. B. Direktverkauf, Regionalvermarktung...);
3. eine Mehrfachbeschäftigung, d. h. die Fischerinnen und Fischer beziehen einen Teil ihrer Einkünfte weiter aus dem Fischfang, werden darüber hinaus aber auch im Tourismus oder in der Gastronomie tätig;

4. die Schaffung neuer wirtschaftlicher Standbeine für ein Fischwirtschaftsgebiet durch fischereifremde Sektoren wie beispielsweise soziale Dienste, erneuerbare Energie oder andere Wachstumsbranchen.

Die Wertschöpfung mit Fischereierzeugnissen ist schon mehrfach in FARNET-Publikationen, unter anderem in einer Ausgabe des FARNET-Magazins und in einem Handbuch, thematisiert worden. Dieser Leitfaden befasst sich vor allem mit den **zwei zuletzt genannten Diversifikationsarten** (c) und (d), d. h. mit Tätigkeiten außerhalb der Fischereiwirtschaft. Diese Formen von Diversifizierung sind für viele verschiedene Regionen wichtig, denn sie bieten Fischerinnen und Fischern, deren Familien und anderen Bevölkerungsgruppen die Möglichkeit, sich neue Arbeits- und Verdienstmöglichkeiten zu erschließen und schaffen die Voraussetzungen dafür, dass die Fischwirtschaftsgebiete lebensfähig und lebenswert bleiben.

Die verschiedenen Diversifizierungsmöglichkeiten im Sinne dieses Leitfadens sind in der folgenden Tabelle veranschaulicht.

Fischerinnen / Fischer und ihre Familien	Neue Ausrüstung, Methoden, Arten usw.	Diversifizierung innerhalb des Fischereisektors (a)
	Zusätzliche Tätigkeiten neben dem Fischfang	Mehrfachbeschäftigung (c)
	Neue Tätigkeiten an Stelle des Fischfangs	Diversifizierung (d)
(Fisch-) Produkte	Direktvermarktung, kurze Absatzwege, Veredelung regionaler Produkte, kleingewerbliche Verarbeitung usw.	Wertschöpfung (b)
Region	Aktivitäten in anderen und neuen Branchen wie z. B. Tourismus, Kultur, Sozialdienste, Meereswirtschaft	Diversifizierung (d)

Die Notwendigkeit eines strategischen Ansatzes

Achse 4 des EFF betont die Notwendigkeit eines „**strategischen Ansatzes**“ auf der Basis der spezifischen Merkmale der Region (wozu in der Regel eine SWOT-Analyse durchgeführt wird). Dementsprechend soll das Konzept statt Einzelaktionen ein kohärentes Paket aus Maßnahmen darstellen, die bei der Bewältigung der Herausforderungen für die Fischereiwirtschaft ineinander greifen. Mit diesem ganzheitlichen Ansatz lassen sich einerseits Interessenskonflikte zwischen geförderten Projekten vermeiden (z. B. wenn der Standort eines Windparks das Landschaftsbild beeinträchtigt) und andererseits Synergieeffekte schaffen (Erreichung mehrerer Ziele innerhalb eines Projekts, beispielsweise die Ausweitung des Fremdenverkehrs bei gleichzeitiger Stärkung der regionalen Identität oder der Schaffung „grüner“ Arbeitsplätze).

Dem strategischen Ansatz entsprechend gestaltet jede FLAG ihre Maßnahmen auf der Grundlage eines Entwicklungskonzepts für ihre Region. Das Entwicklungskonzept wird häufig ergänzt durch einen ausführlicheren Maßnahmenkatalog („Aktionsplan“), aus dem hervorgeht, wie die FLAG ihre strategischen Ziele erreichen will. In diesem Leitfaden bezeichnet der Begriff „Diversifizierungskonzept“ sämtliche Maßnahmen einer FLAG, die einer größeren Diversifizierung der regionalen Wirtschaft dienen. Er ist **nicht als Empfehlung an die FLAG zu verstehen, eine eigenständige**



Strategie speziell für die Diversifizierung auszuarbeiten, sondern ihre Diversifizierungsmaßnahmen gut zu planen, zu systematisieren und an den strategischen Zielen auszurichten. Darüber hinaus müssen die Maßnahmen regelmäßig kontrolliert und der Aktionsplan je nach Bedarf den veränderten Umständen und Erfordernissen angepasst werden.

Eine FLAG, die in ihrer Region ein Diversifizierungskonzept realisiert, sollte sich folgende Fragen stellen:

- > *Sind in unserem regionalen Entwicklungskonzept konkrete Diversifizierungsmaßnahmen vorgesehen?*
- > *Welche Art der Diversifizierung bringt den Betroffenen und der Region den größten Mehrwert?*
- > *Wie werden die unterschiedlichen Maßnahmen miteinander verknüpft und wie ergänzen sie einander?*
- > *Wie sorgen wir dafür, dass bei der Zusammenarbeit zwischen den Projektpartnern Synergieeffekte entstehen?*

1.3 In welche Richtung soll diversifiziert werden?

Da nicht alle Regionen das gleiche Diversifizierungspotenzial aufweisen, bedarf die Entscheidung über das geeignete Konzept reiflicher Überlegung. Nicht alle Regionen sind beispielsweise von gleichem Interesse für Touristen, und nicht alle sind landschaftlich gleichermaßen reizvoll. Zudem kann der Aufbau neuer Wirtschaftszweige insofern an Grenzen stoßen, als die Qualifikation und Flexibilität der einheimischen Arbeitskräfte dafür eventuell nicht ausreicht. Folglich ist die Diversifizierung ein komplexer Vorgang, für den die notwendigen Voraussetzungen geschaffen werden müssen (siehe Kapitel 3).

Traditionelle oder neue Branchen?

Viele Fischwirtschaftsgebiete stützen ihre Diversifizierungskonzepte auf das **endogene Potential** ihrer Region. Dazu gehören Naturschätze wie beispielsweise eine für Touristen attraktive Landschaft oder biologische Vielfalt, aber auch weniger greifbare Aktivposten wie handwerkliche Fertigkeiten und Traditionen, die eine Möglichkeit zur Erschließung von Märkten für Lebensmittel oder Kulturveranstaltungen mit Alleinstellungsmerkmal bieten. Diese Vorgehensweise eignet sich für die Anfangsphase der Diversifizierung, da die besonderen Stärken einer Region einen guten Ausgangspunkt für deren wirtschaftliche Weiterentwicklung darstellen können.

Allerdings bietet sich in manchen Fischwirtschaftsgebieten eventuell die Möglichkeit, über diese standortgebundenen Maßnahmen hinauszugehen und weiter gefasste Projekte beispielsweise in der Informationstechnologie, Energiegewinnung oder in anderen maritimen Wirtschaftszweigen in Angriff zu nehmen. In diesen Fällen sollte sich die FLAG nicht nur einfach auf die bekannten Diversifizierungsmöglichkeiten stützen, sondern nach **neuen Entwicklungschancen** Ausschau halten – nicht, weil es gerade „angesagt“ ist, sondern weil die Marktchancen größer sein können und Investitionen in diese neuen Branchen manchmal einen höheren Ertrag bringen als in althergebrachten Wirtschaftszweigen. Es ist zu erwarten, dass diese wachsenden Branchen und die Innovationsförderung in der künftigen EU-Politik für Fischwirtschaftsgebiete eine wichtige Rolle spielen werden.

Zusätzlichen Nutzen gewährleisten und Mitnahmeeffekte vermeiden

Bei der Aufstellung des Diversifizierungskonzepts ist unbedingt darauf zu achten, dass von der FLAG geförderte Projekte auch tatsächlich **zusätzliche** Arbeitsplätze und Einkünfte schaffen und keine bestehenden ersetzen oder verdrängen. Wenn sich eine FLAG beispielsweise für die Förderung eines Restaurants entscheidet, das fünf Vollzeit Arbeitsplätze verspricht, so besteht die Gefahr, dass der Markt durch das neue Restaurant nicht größer wird, sondern es lediglich in Konkurrenz zu den bestehenden Restaurants tritt und so deren Geschäft beeinträchtigt. Es würden also mit öffentlichen Fördermitteln zwar fünf neue Arbeitsplätze geschaffen, aber am Ende könnten genauso viele Stellen in anderen Restaurants verloren gehen, wenn diese schließen oder Entlassungen vorgenommen werden müssten.

Es gibt aber auch Wirtschaftszweige, die neue Arbeitsplätze schaffen, ohne bestehende zu verdrängen. Das gilt etwa für den Sozialbereich und den kreativen Sektor, in denen womöglich das Angebot die Nachfrage noch nicht deckt und die Konkurrenz geringer ist als in anderen Branchen. Im Tourismus und im Einzelhandel kann wie gesagt genau das Gegenteil der Fall sein.

Bei der Suche nach Diversifizierungsprojekten für Fischwirtschaftsgebiete muss die Finanzierung von Projekten verhindert werden, die auch ohne die öffentliche Förderung realisiert worden wären (Vermeidung von sogenannten „Mitnahmeeffekten“). Die Diversifizierungsförderung im Rahmen von Achse 4 soll im Wesentlichen in Projekte fließen, die ansonsten nicht möglich gewesen wären. Mehr Informationen über die Grundsätze der Projektauswahl durch die FLAG finden sich im FARNET-Leitfaden „Schritte zum Erfolg“.



Eine FLAG, die in ihrer Region ein Diversifizierungskonzept realisiert, sollte sich mit diesen Fragen auseinander setzen:

- > *Welches natürliche und kulturelle Potential in unserer Region bietet am ehesten die Möglichkeit zur Diversifizierung?*
- > *Sind daneben auch die Chancen, die neue Dienstleistungsarten und Wachstumsbranchen bieten, hinreichend untersucht worden?*
- > *Ist mit unserem Konzept und unseren Auswahlkriterien für eine hinreichend breite Palette an Wirtschaftszweigen gesorgt? Welche Verbesserungsmöglichkeiten haben wir?*
- > *Wie vermeiden wir es, dass die Förderung bestimmter Projekte einen Verdrängungseffekt auf andere Branchen in unserer Region ausübt? Wie können wir „Mitnahmeeffekte“ verhindern?*

2. Welche Diversifizierungsmöglichkeiten gibt es?

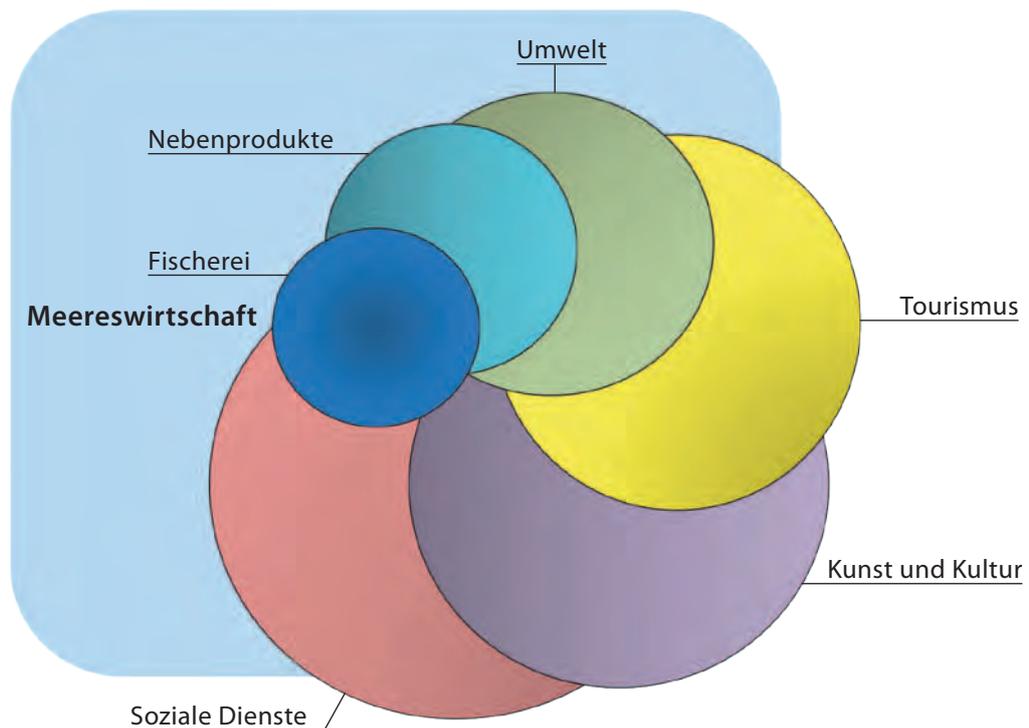
2.1 Diversifizierungsmöglichkeiten im Überblick

Dieses Kapitel zielt darauf ab, die Bandbreite an Aktivitäten darzustellen, die im Rahmen der Diversifizierungsstrategie für Fischwirtschaftsgebiete ergriffen werden können. Die Beispiele sollen nicht einfach übernommen werden, sondern den regionalen Akteuren in erster Linie als Anregung für eigene Diversifizierungskonzepte und bedarfsgerechte Lösungen dienen.

Wie sind die Beispiele aufgebaut?

Diversifizierung kann als „Entwicklungsspirale“ oder „Engelskreis“ betrachtet werden, die bzw. der von Beginn an mit jeder Drehung neuen Schwung gewinnt. In der Achse 4 bilden die Fischerei und die eng mit ihr verwandten Tätigkeiten den Mittel- und Ausgangs-

punkt dieser Spirale. Die FLAG wird normalerweise versuchen, die vorhandene Wirtschaft, die Fähigkeiten und die Kultur eines Fischwirtschaftsgebietes zur Erzeugung einer Dynamik zu nutzen, die auch andere Branchen in ihrer Region erfasst. Dementsprechend lassen sich die in diesem Kapitel behandelten Diversifizierungsmöglichkeiten grafisch in dem folgenden Diagramm abbilden, in dem die Fischereiwirtschaft den Mittelpunkt bildet und jeden anderen Sektor mehr oder weniger berührt. Das Diagramm veranschaulicht ferner, wie ein Fischwirtschaftsgebiet eine Verbindung zwischen den Diversifizierungsaktivitäten und der weiter gefassten Meereswirtschaft herstellen könnte.



Die vorgestellten Projekte beginnen mit Maßnahmen, die der Fischereiwirtschaft am nächsten sind und enden schließlich bei jenen, die am wenigsten damit zu tun haben. Sie betreffen

1. Tätigkeiten im Zusammenhang mit Nebenerzeugnissen der Fischerei;
2. Chancen im Zusammenhang mit der Umwelt und der „grünen“ Ökonomie einschließlich Datenerhebung und -recherche, Naturschutz, Bodensanierung, Schadstoffbekämpfung und erneuerbare Energien;
3. touristische Tätigkeiten von der Hotellerie und Gastronomie über den Pescatourismus (Angeltourismus) bis zu Pauschalangeboten wie beispielsweise Natur- und Kulturerbereisen;

4. die Nutzung von Kunst und Kultur als Sprungbrett für die regionale Wirtschaftsentwicklung;
5. soziale Dienste wie beispielsweise Pflege, Freizeitangebote und Weiterbildungen.

Jedes Unterkapitel beinhaltet allgemeine Überlegungen zur Entwicklung des jeweiligen Maßnahmentyps in einem Fischwirtschaftsgebiet, eines oder mehrere Praxisbeispiele (nicht unbedingt von Achse 4 finanziert, denn die Anzahl der mit Hilfe von Achse 4 realisierten Projekte ist immer noch vergleichsweise gering) sowie wesentliche Erkenntnisse aus der Realisierung der Projekte.

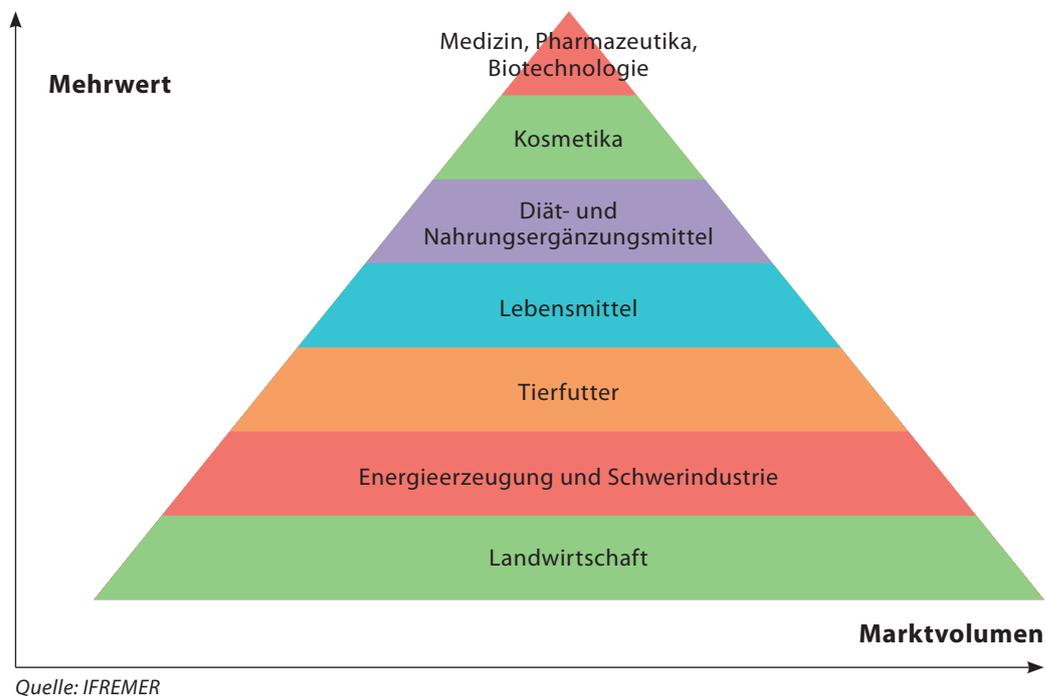
2.2 Zusatzeinkünfte aus Nebenerzeugnissen der Fischerei

Das Haupterzeugnis aus Fischfang und Fischzucht ist natürlich Fisch für den menschlichen Verzehr, aber zur Erwirtschaftung zusätzlicher Einnahmen lassen sich auch andere Fischereiprodukte entwickeln. Schätzungen zufolge wird nämlich nur die Hälfte der jährlich über 140 Millionen Tonnen Fisch und Schalentiere aus Fang und Zucht für die menschliche Ernährung genutzt.² Die Entsorgung organischer Abfälle in großen Mengen auf See (aus Beifang, als Ausschuss und aus der Erstverarbeitung an Bord) oder an Land stellt eine Umweltbelastung dar, die den Lebensraum Meer insgesamt verändern und an Land die Verunreinigung von Böden und Gewässern zur Folge haben kann. Zudem gehen auf diese Weise Rohstoffe verloren, die als Ausgangsmaterial für potentielle hochwertige Produkte dienen könnten.

Bedingt durch den wachsenden Druck auf die europäischen Fischfangflotten zur Verringerung des Ausschusses und des unerwünschten Beifangs (Norwegen und Island beispielsweise haben die Entsorgung von Ausschuss bereits verboten) und angesichts der Ziele der EU hin zu mehr durchdachtem grünem Wachstum ist es nicht nur klug, sondern inzwischen auch notwendig, viele der Verfahren und Methoden in der Fischereindustrie zu überdenken. Die FLAGs können aktiv zur Förderung von weniger umweltschädlichen Arbeitsweisen beitragen, die eine bessere Nutzung der Fischbestände und neue Einnahmequellen für Fischwirtschaftsgebiete ermöglichen.

² Eurofish Magazine, Oktober 2010

Wertschöpfungspyramide fischereiwirtschaftlicher Nebenprodukte



Das Diagramm verdeutlicht das Nutzungsspektrum für Abfälle aus der Fischereiwirtschaft (Haut, Köpfe, Innereien, Gräten, Muschelschalen usw.). Es reicht von der Landwirtschaft (Einsatz als Tierfutter oder Düngemittel) bis hin zu hoch spezialisierten Produkten wie etwa Arzneimittel. Marktvolumen und Wertschöpfung hängen vom jeweiligen Endprodukt ab.

Vor einer Entscheidung über die Verwertung von Fischereiabfällen sollten die FLAGs sowohl dieses Nutzungsspektrum als auch die folgenden wichtigen Punkte in ihre Überlegungen einbeziehen:

> Zwar lassen sich mit bestimmten Erzeugnissen aus Fischereiabfällen höhere Einnahmen erzielen als mit anderen, aber sie setzen häufig erhebliches Sach- und Fachwissen und hohe Investitionen voraus. Auch kann der Wettbewerbsdruck hoch sein. Die FLAGs sollten dafür Sorge tragen, dass die Projektträger, die dies planen, über ausreichende Kenntnisse und Kontakte verfügen, die für die Entwicklung und den Verkauf komplexer neuer Produkte unverzichtbar sind.

- > Anfangs kann eine enge Anlehnung an den primären Sektor ratsam sein, weil dies der aktuellen Situation innerhalb der Bevölkerung, dem Bildungsstand und der Infrastruktur in einem Fischwirtschaftsgebiet besser entspricht.
- > Die Be- und Verarbeitung von Fischereiabfällen kann Geruchsbelästigungen verursachen. Es muss daher rechtzeitig Vorsorge getroffen werden, dass die Bevölkerung derartige Tätigkeiten akzeptiert. Die Standortfrage ist bei der Entscheidung über die Realisierung eines entsprechenden Projekts unbedingt zu berücksichtigen.
- > Die Verwertung von Fischereiabfällen kann Fischwirtschaftsgebieten nicht nur Zusatzeinnahmen sichern, sondern auch die Umweltbelastung verringern. Deshalb fällt bei Projektentscheidungen auch dem Umweltschutz eine zentrale Rolle zu.

Unter Berücksichtigung dieser Aspekte wird im Folgenden beispielhaft erläutert, wie Gemeinden und Regionen „Abfall“ aus der Fischereiwirtschaft für Zusatzeinnahmen und zur Diversifizierung ihrer Wirtschaft nutzen und gleichzeitig die Umweltbelastung durch diesen Sektor minimieren können.

Fischmehl und Tierfutter

Fischereiabfälle sind reich an Protein und werden deshalb schon seit Ende des neunzehnten Jahrhunderts als Rohstoff für Tierfutter verwendet. In neuerer Zeit werden sie ferner zu Fischmehl für die Aquakultur verarbeitet. Da Fischmehl auf dem Weltmarkt hohe Preise erzielt, können sich die Gemeinden in einem Fischwirtschaftsgebiet durch Schaffung der Voraussetzungen für seine Herstellung die Chance auf höhere Einnahmen als aus dem bloßen Verkauf des Ausgangsmaterials eröffnen. Es ist jedoch zu bedenken, dass Marktneulinge meist sehr schnell dazulernen müssen, wenn sie in der mittlerweile sehr wettbewerbsintensiven Branche sowohl qualitativ als auch quantitativ bestehen wollen.

Düngemittel und Kompost

Die Verwendung von Fischereiabfällen in Düngemitteln erlebt in den westlichen Industrienationen eine neue Blüte, insbesondere in Form von wasserlöslichem Pulver („Fischemulsionen“ und „hydrolisierter Fisch“), das reich an organischem Stickstoff und Phosphor ist. Darüber hinaus hat man in Irland³ Erfahrungen mit Fischabfällen in der Kompostherstellung gesammelt. In Zeiten wachsender Nachfrage nach organischen Erzeugnissen können Düngemittel und Kompost aus Fischereiabfällen eine interessante Alternative zu mineralischem Dünger darstellen. Für Regionen mit bedeutender Muschel-

produktion könnte ferner die Frage interessant sein, wie man die Muschelablagerungen am Meeresgrund für die Verarbeitung zu Dünger sammeln könnte. Die nach der Verarbeitung von Krustentieren verbleibenden Schalen lassen sich ebenfalls mahlen und zum Kalcken landwirtschaftlicher Flächen verwenden.

Biokraftstoffe

Die staatlichen Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und der technische Fortschritt begünstigen einen wachsenden Markt für Biodiesel.⁴ Auch die technische Umstellung der Biodieselproduktion dahingehend, dass sich der Kraftstoff aus Tierfett und somit aus Fischereiabfällen gewinnen lässt, weckt nach und nach Interesse. In Kanada und Vietnam beispielsweise wird Biodiesel aus Fischöl bereits gewerblich eingesetzt. Die entsprechende Technik lässt sich mit relativ geringen Ausgaben für Verarbeitungsanlagen und Fischfarmen auf viele Fischwirtschaftsgebiete in Europa übertragen. Da der ungiftige und vollständig biologisch abbaubare Kraftstoff aus erneuerbarem Rohmaterial an Ort und Stelle produziert werden kann, bietet sich der Berufsfischerei sowohl eine neue Einnahmequelle als auch eine Möglichkeit zur Senkung der eigenen Treibstoffkosten.

³ http://www.bim.ie/uploads/text_content/docs/3-Composting_Anaerobic_Digestion_Association_of_Ireland.pdf

⁴ Biodiesel 2020: A Global Market Survey, zweite Auflage.

Anlage zur Biodieselproduktion aus Fischereiabfällen in Kanada

Zunächst wird aus den Innereien und sonstigen Abfällen Fischöl gewonnen und für die Kraftstoffproduktion mit Methanol und anderen Stoffen gemischt. Nachdem der erzeugte Kraftstoff unter Zugabe von Mangan gereinigt worden ist, kann er in Verbrennungsmotoren zum Einsatz kommen.⁵ Ob sich diese Möglichkeit zur Nutzung von Fischabfällen für ein Fischwirtschaftsgebiet lohnt, hängt davon ab, welche Fischarten in welcher Menge in dem Gebiet gefangen werden. Möglicherweise lassen sich mit Fischöl, das essentielle Fettsäuren unter anderem aus der Untergruppe Omega 3 enthält, in der Pharmaindustrie bessere Preise erzielen. Für einen Liter Biodiesel wird rund ein Kilogramm Fischabfall benötigt. Glycerin als wichtigstes Nebenprodukt aus der Biodieselproduktion kann von der Kosmetikindustrie zu Seife verarbeitet werden. Die übrigen Reststoffe lassen sich zu Fischmehl vermahlen.

Untersuchungen zufolge belaufen sich die Investitionskosten für eine Anlage zur Herstellung von Biodiesel aus Fischabfällen auf 130 000 \$ bis 350 000 \$.⁶ In einer Machbarkeitsstudie ermittelte die Firma Sustainable Community Enterprises aus Vancouver (Kanada) im Jahr 2007 einen Herstellungspreis von 1,10 \$ je Liter Biodiesel. Die in dieser Studie untersuchten Anlagen produzierten zwischen 227 100 und 250 000 Liter Biodiesel pro Jahr und amortisierten sich innerhalb von 4,2 bis 7,7 Jahren.

In seiner Untersuchung über den Einsatz von Fischereiabfällen in der Biodieselproduktion⁷ zählt Tony Piccolo auf, was bei der Entscheidung über den Bau einer Anlage für die Biodieselherstellung zu berücksichtigen ist:

- > Es muss ein geeigneter, schnell und einfach zu beliefernder Standort gefunden werden, um die Kosten des Fischabfalltransports zur Anlage so niedrig und die Kohlendioxidbilanz der Anlage so günstig wie möglich zu halten. Der Standort muss einer Umweltverträglichkeitsprüfung unterzogen werden, in die der gesamte Anlagenbetrieb einzubeziehen ist.
- > Es sollten Fischereiabfälle in großen Mengen vorhanden sein, d. h. die Anlage sollte sich unweit eines Fischereihafens oder aber in der Nähe oder auf dem Gelände einer Fischfiletierungs-, Fischverarbeitungs- oder Fischzuchtanlage befinden.
- > Für die Sicherstellung der kontinuierlichen Biodieselproduktion muss die einfache Versorgung mit Methanol und Natriumhydroxid gewährleistet sein.
- > Es sollten Absatzmöglichkeiten für Glycerin bestehen, damit aus diesem Nebenprodukt rasch zusätzliche Erlöse erwirtschaftet werden können.
- > An Personal werden ein in Vollzeit beschäftigter Projekt- bzw. Werksleiter als Vorgesetzter und je nach Rohstoffaufkommen und Produktionsmenge acht bis zehn weitere Beschäftigte benötigt.
- > Es müssen Lagerplätze für Fischöl und Methanol sowie Behältnisse oder eine Pumpstation für das Endprodukt vorhanden sein.

Zur Sammlung des Fischereiabfalls und zur Produktion von Fischöl, Fischmehl und Biodiesel könnten sich die Fischereihäfen zu Genossenschaften zusammenschließen. Das würde den Bau einer großen an Stelle vieler kleiner Anlagen mit entsprechenden Größenvorteilen und niedrigeren Kosten mit sich bringen.

⁵ <http://www.fao.org/bioenergy/aquaticbiofuels/knowledge/fish-waste/en/>

⁶ <http://aquaticbiofuel.files.wordpress.com/2009/08/fishwaste-biodiesel.pdf>

⁷ <http://aquaticbiofuel.files.wordpress.com/2009/08/fishwaste-biodiesel.pdf>

Neue Nahrungs- und Nahrungsergänzungsmittel

Die meisten Abfälle aus der Fischverarbeitung enthalten hochwertiges Eiweiß, mehrfach ungesättigte Fettsäuren wie beispielsweise Omega -3-Fettsäuren sowie Vitamine, Mineralstoffe und Spurenelemente von hohem gesundheitlichem Nutzen. Allerdings bedarf die optimale Verwertung dieser hochwertigen Inhaltsstoffe häufig spezieller Fachkenntnisse. Forschungsprojekte und der Aufbau von Beziehungen zu Hochschulen und privaten Unternehmen, die über derartiges Spezialwissen verfügen, können den Fischereigemeinden helfen, ihre Fähigkeit zur Nutzung besagter Inhaltsstoffe zu vergrößern.

Aus gewerblicher Sicht könnte sich die Herstellung alternativer Fischprodukte ebenfalls als interessant erweisen. So lassen sich für die Produktion von Surimi bis zu 82 % eines Fisches verwerten; bei einem Fischfilet beträgt die Ausbeute lediglich 28 %.⁸ Die Herstellung von Gelatine aus Fischgräten und Fischhaut stellt eine weitere Möglichkeit zur Nutzungsoptimierung dar. Fischgelatine als Nahrungsbestandteil bietet den Vorteil, dass sie in kaltem Wasser löslich und anders als Schweine- oder Rindergelatine für alle Religionen akzeptabel ist.

Kosmetika und Pharmazeutika

An der Spitze der Wertschöpfungs pyramid e steht die Verwendung fischereiwirtschaftlicher Nebenerzeugnisse in kosmetischen und pharmazeutischen Produkten, wo es Bedarf an „biologisch aktiven“ Substanzen

aus Fischköpfen, Fischleber, Fischaugen usw. gibt. Einige dieser Stoffe wirken den äußeren Zeichen der Hautalterung entgegen und werden deshalb Hautpflegeprodukten beigemischt, andere wiederum regen die Zellteilung an und kommen in der Forschung zum Einsatz. Die Schalen von Krustentieren wie etwa Garnelen und Hummer enthalten die Stoffe Chitin und Chitosan, die angeblich den Cholesterinspiegel senken, das Immunsystem stärken und die Zellerneuerung beschleunigen. Deshalb könnten für Fischwirtschaftsgebiete, in denen Krustentiere noch vor dem Verkauf in großen Mengen an zentraler Stelle gepulvt werden, Partnerschaften mit Unternehmen, die auf die Produktion von Chitosan spezialisiert sind, profitabel sein. Für 100 Kilogramm Chitosan werden 4 500 Kilogramm Garnelenschalen benötigt.

Bei der Überlegung, welche Diversifizierungsmöglichkeiten die in einem Fischwirtschaftsgebiet anfallenden Nebenprodukte bieten, sollten die FLAGs die besonderen Gegebenheiten des Fischfangs oder der Aquakultur in ihrer Region sorgfältig prüfen. Regionen mit größeren Fischfabriken an Land bieten in der Regel ein großes Potenzial für die Entwicklung profitabler Verarbeitungsmöglichkeiten von Fischabfällen, da die Anlagen zumeist auf nur eine einzige Fischart ausgerichtet sind. Somit weist der dort entstehende Abfall eine weitgehend einheitliche Zusammensetzung mit entsprechender Verarbeitungssicherheit auf. Regionen mit Fischfarmen im Binnenland können von den positiven Umweltauswirkungen einer besseren Abfallwirtschaft profitieren, was nicht heißen soll, dass diese für sich genommen nicht auch profitabel sein kann.

⁸ Eurofish Magazine, Oktober 2010

Wesentliche Erkenntnisse

- > *Fischereiwirtschaftliche Nebenerzeugnisse sind reich an unterschiedlichen Substanzen, die sich gut (und profitabel) verwerten lassen.*
- > *Fischwirtschaftsgebiete können auf künftig zu erwartende strengere Auflagen für die Entsorgung von Fischereiabfällen reagieren und sollten deshalb umweltfreundlichere Arbeitsweisen in Betracht ziehen. Dazu sollten sie in ihre Konzepte auch Projekte zur Nutzung von Rohstoffen integrieren, die ansonsten vernichtet werden.*
- > *Bei der Überlegung, inwieweit sich Nebenprodukte zur Diversifizierung eignen, sollten die FLAGs ihre Konzepte auf die besonderen Eigenschaften des Abfalls aus Fischfang oder Fischzucht in ihrem Gebiet abstimmen.*
- > *Die Verarbeitung von Nebenerzeugnissen zu neuen und profitablen Produkten bedarf häufig besonderer Fachkenntnisse. Deshalb sollten die FLAGs Möglichkeiten zur Förderung entsprechender Ausbildungsmaßnahmen und/oder zum Aufbau von Beziehungen zu Unternehmen oder Einzelpersonen mit derartigen Kenntnissen prüfen.*

2.3 Die Umwelt und neue Chancen in der „grünen“ Wirtschaft

Mit wachsendem Druck bezüglich der Gewährleistung der **ökologischen Nachhaltigkeit** und der Rentabilität des Fischereisektors werden durchdachte, grüne Ansätze in der künftigen Fischereipolitik der EU eine zentrale Rolle spielen. Achse 4 ermöglicht den Fischwirtschaftsgebieten nicht nur den Wandel hin zu weniger umweltschädlichen Fischfangmethoden, sondern auch die nachhaltige Umgestaltung der Wirtschaftsstruktur und der Wirtschaftspolitik insgesamt.

Die Überfischung bestimmter Bestände wird im Zusammenhang mit der Umweltverträglichkeit der Fischerei bereits regelmäßig zur Sprache gebracht. Aber auch der Klimawandel und Schadstoffeinträge aus Quellen an Land und auf See **gefährden die Ökosysteme in den Meeren und Binnengewässern** und ihren Ertragsreichtum. Die FLAGs können einen wichtigen Beitrag dazu leisten, die verschiedenen Akteure zur Erarbeitung von Lösungen für diese Probleme zusammenzubringen, und sie können die Ansiedelung **neuer Wirtschaftszweige** fördern, die sowohl für die Fischereigemeinden als auch für deren Umwelt vorteilhaft sind. Die Fischereiwirtschaft selbst kann dank ihrer genauen Kenntnisse der Meere und Binnengewässer Europas einen wertvollen Beitrag zum Erreichen dieser Ziele leisten.

Dieses Potenzial wird im Blaubuch 2007 der Europäischen Kommission für eine integrierte Meerespolitik für die Europäische Union gewürdigt. Die Kommission erkennt darin der Berufsfischerei die Rolle eines „**Wächters der Meere**“ zu, der „Umweltschutz- und andere Dienste für die Gesellschaft“ erbringt. Das diesbezügliche Handlungsspektrum für die FLAGs reicht von der Datenerhebung und -recherche über die Sanierung und die Bekämpfung von Umweltgefahren bis hin zum Schutz der Meeresnatur.

Über den Umweltschutz hinaus ist in der Strategie 2020 für Europa die Förderung des Wachstums in der **grünen Wirtschaft** vorgesehen. Einen besonderen Schwerpunkt bildet der Sektor **erneuerbare Energien**, in dem Offshore-Windparks sowie Wellen- und Gezeitenkraftwerke einen wesentlichen Beitrag leisten sollen. Auch hier lassen sich das Wissen, die Erfahrung und die Mittel der Fischereiwirtschaft mit gezielter Unterstützung der FLAG nutzen, woraus sich in den Fischwirtschaftsgebieten weiterer Raum zur Diversifizierung ergibt.

Dennoch sollte jede FLAG bei der Ausarbeitung eines Diversifizierungskonzepts mit dem Schwerpunkt Umwelt die folgenden Aspekte berücksichtigen:

- > Bezieht die FLAG alle **relevanten Akteure** aus der Region (Forschungsinstitute, Umweltverbände, Unternehmen, Nationalparkverwaltungen usw.) als Partner oder Projektträger ein, um das bereits vorhandene Wissen und die Erfahrung zu nutzen, das / die für ein fundiertes Konzept und konkrete Entscheidungen im Zusammenhang mit der Auswahl von Projekten aus dem Umweltbereich notwendig ist?
- > Wie bei anderen Diversifizierungsprojekten auch sollten die Fischerinnen und Fischer die Auswirkungen auf ihren Berufsalltag eingehend prüfen. Wenn sie beispielsweise Fischabfall auf See sammeln wollen, wie viel Platz benötigen sie dafür auf dem Boot, und welche Auswirkungen hat das auf den Lagerraum für Fisch? Darüber hinaus sind viele der genannten Tätigkeiten sehr personalintensiv, und die Bearbeitung von Abfall oder gefährlichen Stoffen kann bestimmte Risiken bergen, die einer Einschätzung und Bewertung bedürfen.
- > Für Tätigkeiten im Sektor erneuerbare Energien sind sowohl entsprechende Fachkenntnisse als auch Kapital vonnöten. Überlassen die Fischwirtschaftsgebiete diesen Sektor aber externen Investoren, könnte der mögliche Nutzen aus den heimischen Ressourcen (Wind, Sonne, Wellen) zum größten Teil diesen Investoren zufließen. Die FLAGs sollten die Mittel, Risiken und Chancen für eine regionale und/oder kommunale Beteiligung an Programmen zur Energieerzeugung aus erneuerbaren Ressourcen sorgfältig analysieren.

In diesem Leitfaden werden beispielhaft Projekte und Initiativen vorgestellt, die auf diesen Gebieten wegweisend sind. Sie bieten sowohl Einblicke in als auch Anregungen für neue umweltbezogene Diversifizierungsmöglichkeiten in Fischwirtschaftsgebieten.

Datenerhebung und Datenrecherche

Es wird zwar hier und da die Auffassung vertreten, Wissenschaft und Berufsfischerei verfolgten gegensätzliche Interessen, aber die Einsicht wächst, dass die nachhaltige Bewirtschaftung von Fischbeständen nur mit mehr Zusammenarbeit, Datenaustausch und Verständigung zwischen Wissenschaft und Fischerei zu verwirklichen ist.

Das aus der Praxis gewachsene Wissen der Fischer über das Meer sowie über das Wesen und die Verhaltensweisen unterschiedlicher Meeresbewohner kann bei der Erhebung wissenschaftlicher Daten von unschätzbarem Wert sein. Zudem bietet die großflächige Präsenz von Fischerbooten auf unseren Meeren und Seen eine vorhandene Infrastruktur für Beobachtungs- und Kontrollfahrten, mit denen die Fischerinnen und Fischer Zusatzeinkünfte erzielen können. Dazu zählen unter anderem Vogel- und Walbeobachtung, die Untersuchung von Fischbeständen und Gewässerböden, die Untersuchung der Verkehrsdichte auf Wasserstraßen, die Kontrolle der Grundschieppnetzfischerei und Abfallentsorgungskontrollen.

Im Bewusstsein dieses Potenzials bemühen sich viele Forschungseinrichtungen heute um Partner in der Fischereiwirtschaft zur Entwicklung gemeinsamer Forschungsprojekte, die auch im Rahmen des siebten Forschungsrahmenprogramms (RP7) der Europäischen Union gefördert werden. Ein Beispiel dafür ist die gemeinsame Arbeit von Wissenschaftlern des britischen Zentrums für Umwelt-, Fischerei- und Agrarwissenschaft (CEFAS) mit Fischerinnen und Fischern im Rahmen der innovativen Partnerschaft für Fischerei und Wissenschaft in Großbritannien (siehe Kasten).

Die FLAGS können vor Ort für diese Art der Zusammenarbeit zwischen Berufsfischerei und Wissenschaft eintreten, um für ein stärker an der Umwelt orientiertes Wirtschaften zu werben und Fischerinnen und Fischern weitere Einnahmequellen zu erschließen. Sie haben jedoch zu bedenken, dass die Fischerinnen und Fischer nicht nur vom Nutzen derartiger Projekte überzeugt werden, sondern auch neue Qualifikationen erwerben müssen.

Partnerschaft für Fischerei und Wissenschaft – Fisheries Science Partnership (Großbritannien)

Die „Fisheries Science Partnership“ (FSP) umfasst die Zusammenarbeit zwischen dem britischen Fischereidachverband (National Federation of Fishermen's Organisations), einzelnen Fischerinnen und Fischern und den Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern des CEFAS. Im Rahmen des Programms kann die Wissenschaft aus dem umfangreichen Wissen der Berufsfischerei schöpfen, um sich ein genaueres Bild vom Zustand der Fischbestände zu machen. Die Fischerinnen und Fischer wiederum profitieren davon, dass sie Forschungsvorhaben vorschlagen können und an deren Planung und Ausführung direkt beteiligt werden und so die Möglichkeit erhalten, außerhalb des Fischfangs tätig zu werden und Zusatzeinnahmen zu erzielen.

Seit dem Start im Jahr 2003 ist ein Ziel des Programms, eine stärkere Beteiligung der Fischerei an der Vergabe wissenschaftlicher Forschungsaufträge zu erreichen, staatliche Fördermittel in Höhe von rund einer Million britischen Pfund geflossen. Das FSP erteilt Aufträge insbesondere für

- > die Erhebung von Fangdaten aus der gewerblichen Fischerei, die Rückschlüsse auf wichtige Fischbestände zulassen;
- > Befragungen der Fischerinnen und Fischer über deren Bedenken in Bezug auf wissenschaftliche Gutachten oder gegenwärtig nicht begutachtete Fischbestände;
- > die Untersuchung neuartiger wissenschaftlicher Methoden oder bestands- bzw. umweltschonenderer Fischfangmethoden;
- > Untersuchungen zur Unterstützung der Arbeit der regionalen Beiräte (Regional Advisory Councils).

www.cefas.co.uk/our-science/fisheries-information/marine-fisheries/fisheries-science-partnership.aspx

Die Bedeutung der Förderung konstruktiver Beziehungen zwischen Fischerei und Wissenschaft sollte vor allem wegen der **sehr unterschiedlichen Arbeitsbedingungen und Fachsprachen von Fischerei und Wissenschaft** nicht unterschätzt werden. In Marennes Oléron (Frankreich) beispielsweise wird eine bessere Kommunikation zwischen Fischerei und Wissenschaft als so wichtig betrachtet, dass eine Verbindungsstelle mit einem von der *lokalen FLAG* mitfinanzierten **Vollzeitarbeitsplatz** eingerichtet wurde. Die dort tätige Arbeitskraft wird eine wichtige Rolle bei der sprachlichen Anpassung wissenschaftlicher Texte für die Fischerinnen und Fischer, aber auch als deren Vertretung im branchenübergreifenden Verwaltungsrat für eine neue Meeresschutzzone spielen, die derzeit in ihrem Fischfanggebiet eingerichtet wird. *Weitere Informationen* über dieses Projekt sind auf der Internetseite von FARNET erhältlich.

Naturschutz

Die Erhaltung der Fischbestände und Lebensräume im Meer ist Voraussetzung für die nachhaltige Entwicklung der Fischerei und anderer meeresnaher Wirtschaftszweige. Die Fischerinnen und Fischer müssen dabei eine tragende Rolle spielen. Zwar bedeutet Naturschutz für sie bisweilen Beschränkungen für den Fang bestimmter Arten oder Auflagen für das Fanggerät, aber er kann ihnen auch neue Arbeits- oder Verdienstmöglichkeiten eröffnen. Zudem kann die nachhaltige Bewirtschaftung der Fischbestände eine Stütze für andere gebietsansässige Branchen darstellen und so der gesamten regionalen Wirtschaft von Nutzen sein.

Im Rahmen des staatlichen Projekts „Contrat Bleu“ in Frankreich (siehe Kasten) werden Fischerinnen und Fischer ebenfalls in Naturschutzaktivitäten eingebunden. Ihre Aufgaben umfassen die Gewässerkontrolle in bestimmten Schutzzonen, insbesondere die Suche nach Ölteppichen oder unerwünschten Raubtieren, sowie die Datenerhebung und die Mitwirkung bei wissenschaftlichen Untersuchungen. Im Zuge von Beobachtungs- oder Schutzmaßnahmen können in bestimmten Fällen Naturschützer an Bord der Fischerboote übernachten.

„Blaue Verträge“ (Contrat Bleu), Frankreich

Das Programm „Blaue Verträge“ wurde von der französischen Regierung im Jahr 2008 eingeführt. Es stützt sich auf die in der Gemeinsamen Agrarpolitik (GAP) der EU festgelegten Agrar-Umwelt-Maßnahmen und dient der Förderung eines von mehr Nachhaltigkeit und größerem Verantwortungsbewusstsein geprägten Fischfangs. Die am Programm beteiligten Fischerinnen und Fischer erhalten für die Ausführung bestimmter Maßnahmen, die einen Beitrag zum bestandserhaltenden Fischfang oder zum Schutz der Meeresnatur leisten, eine Vergütung. Die Maßnahmen lassen sich in drei Gruppen unterteilen:

- > Partnerschaften zwischen Fischerei und Wissenschaft beispielsweise bei der Datenerhebung, der Überwachung von Schutzgebieten, der Erfassung ozeanographischer Daten und der Teilnahme an Forschungsreisen;
- > Einführung nachhaltigerer Fischfangmethoden, Reduzierung von Ausschuss oder Beifang und Verringerung der Gesamtgröße des Fangs;
- > Umweltschutzaufgaben wie z. B. Sanierungsmaßnahmen; damit sollen die indirekten Auswirkungen der Fischerei auf die Meeresnatur begrenzt werden.

Projekt „Sportfischen im Thurso River“, Schottland



Die Wasserwirtschaftsbehörde Thurso River im Norden Schottlands hat eine ganzheitliche Initiative auf den Weg gebracht, in deren Rahmen die Bewirtschaftung des Bestands und des Lebensraums wildlebender Atlantiklachs verbessert und mit Angel- und sonstigem Tourismus verbunden werden soll.

Über viele Jahre hinweg wurden in einer Netzfanganlage in der Flussmündung zwischen 2000 und 5000 Tiere jeder Größe gefangen. Das stellte für die Besitzer der Netze zwar ein gutes Geschäft dar, hatte jedoch zur Folge, dass die Fangzahlen im Fluss selbst sanken und

deshalb auch die Attraktivität der Region für den Angelsport nachließ. Ein auf Angler spezialisiertes Hotel am Flussufer war aufgrund geringer Umsatzerlöse und fehlender Investitionen in finanzielle Schwierigkeiten gekommen. Am Ende wurden die Angelrechte und das Hotel zum Verkauf ausgeschrieben.

Die neuen Eigentümer erkannten das hohe Potenzial des Angelgewässers und erarbeiteten ein langfristiges, auf Investitionen gestütztes Konzept. Die Netze an der Mündung wurden abgebaut, so dass mehr Fische den Fluss hinaufziehen konnten. Das Hotel wurde von Grund auf modernisiert, die Angelplätze wurden erneuert, und sowohl der Uferbereich als auch die Umgebung wurden erheblich aufgewertet. Die zuvor an der Netzfanganlage beschäftigte Arbeitskraft wird jetzt am Fluss selbst eingesetzt. Darüber hinaus wurden drei junge Naturführer in Vollzeit eingestellt. Die Zahl der Arbeitsplätze im Hotel hat sich von 12 auf 20 erhöht, die Arbeitsbedingungen haben sich verbessert.

In den fünf Jahren vor der Investition wurden im Schnitt jeweils 654 Lachse geangelt, ein scharfer Kontrast zu den durchschnittlich 1 686 Exemplaren in den fünf Jahren seither. Trotz dieses Zuwachses ist die Zahl der insgesamt getöteten Lachse ganz erheblich gesunken, da die Mehrzahl der gefangenen Tiere wieder in den Fluss gesetzt wurde und laichen konnte. Die Zahl der Angler, die einen Angelplatz mieten, hat sich ebenso kräftig erhöht wie die Zimmerbelegung im Hotel. Fluss und Hotel sind inzwischen für Besucher und damit auch für Investitionen attraktiv. Der Belegungsgrad und die Umsatzerlöse sind beträchtlich gestiegen. Vor kurzem wurde zudem ein leer stehendes regionaltypisches Gebäude so umgebaut, dass jetzt weitere hochwertige Unterkünfte zur Verfügung stehen.

www.thursover.co.uk und www.ulbsterarmshotel.co.uk

Sanierung und Abfallbeseitigung

Abfall im Meer unter anderem aus der Fischerei stellt eine ernste Gefahr für die Umwelt und für die Fischereiwirtschaft selbst dar. Verloren gegangene oder zurückgelassene Netze („Geisternetze“) beispielsweise bilden schon seit Jahren eine Falle für Fische, Vögel und Meeressäuger; sie tragen zum Rückgang der Fischbestände und zur Verschlechterung des Zustands der maritimen Umwelt bei. Darüber hinaus schmälern die von Abfällen im Fanggeschirr verursachten Fangeinbußen oder Fangausfälle sowie reparatur- oder reinigungsbedingte Ausfallzeiten die Einnahmen aus der Fischerei.

Deshalb gibt es zwei gute Gründe, warum die Berufsfischerei am Geschäft mit dem Abfall interessiert sein sollte. Erstens, weil sie die Fangausbeute steigern kann, und zweitens, weil sie an den vielen Verdienstmöglichkeiten teilhaben kann, die sich gegenwärtig rund um Abfallsammlung und Abfallbeseitigung entwickeln. Es gibt bereits viele Beispiele für Initiativen zur Beteiligung von Fischerinnen und Fischern an der Abfallverwertung.

Projekt „Müllfischen“ („Fishing for Litter“), Schweden



Die *FLAG Südliche Ostsee* und die *FLAG Gotland* in Schweden haben in der Suche nach Abfall und Geisternetzen im Meer sowohl eine Diversifizierungsmöglichkeit als auch einen Umweltnutzen erkannt und wollen ein entsprechendes Kooperationsprojekt auf den Weg bringen.

In den beteiligten Gebieten werden Fischerinnen und Fischer beauftragt,

auf ihren normalen Fangfahrten Abfälle aus dem Meer zu „fischen“ und an Bord zu nehmen. Manche Boote erhalten darüber hinaus den Auftrag, an Einsätzen zur Suche nach auf See verloren gegangenen oder zurückgelassenen „Geisternetzen“ und deren Bergung mitzuwirken. An Land wird der Müll an dafür zuvor bestimmten Standorten gelagert und von dort aus dem kommunalen Recycling zugeführt.

Die Projektleitung soll die einschlägig erfahrene Organisation KIMO International übernehmen. KIMO repräsentiert über 100 Küstengemeinden in Belgien, Großbritannien, Norwegen, Schweden, Dänemark, Deutschland, den Niederlanden, Irland und auf den Färöer-Inseln sowie seit dem Jahr 2007 siebzehn Kommunen in Schweden, Polen, Lettland, Litauen und Estland. KIMO hat bereits eine „Müllfischen“-Initiative in der Nordsee realisiert.

www.kimointernational.org/FishingforLitter.aspx

In Frankreich erhalten die am Programm „Contrat Bleu“ teilnehmenden Fischerinnen und Fischer für das Einsammeln von Abfall auf See ein Entgelt. Im Jahr 2009 wurden beispielsweise in der Bretagne 49 Fischerboote für eine Dauer von drei Jahren zum Programm angemeldet. Das Entgelt variiert von einer Fixvergütung von jährlich 900 € für die Bereitstellung von Fangdaten bis hin zu einem Satz in Höhe von 10 % vom Tageserlös eines Bootes für das Einsammeln von Müll oder die Teilnahme an wissenschaftlicher Forschung.

Die für 2010 vorliegenden Daten sprechen dafür, dass die „Müllabfuhr“ auf See die bei Fischern und Schalentierzüchtern beliebteste Maßnahme von „Contrat Bleu“ darstellt. Über 86 % der Fischer und 43 % der Schalentierzüchter, die sich an dem Programm beteiligen, haben sich für das Einsammeln von Abfall auf See entschieden.

Die Erfahrung mit Umweltkatastrophen auf See wie etwa dem Untergang des Öltankers „Prestige“ vor der spanischen Atlantikküste im Jahr 2002 verdeutlicht die möglichen ökologischen und wirtschaftlichen Kosten der Meeresverschmutzung und anderer Umweltgefahren. In Anbetracht dieses und anderer Vorfälle haben die meisten europäischen Küstenstaaten Notfallpläne aufgestellt, um das benötigte Personal und Material kurzfristig und schnell bereitstellen zu können. Auch in diesem Punkt kann die Herausforderung, die europäischen Meere und Binnengewässer zu schützen, der Fischereiwirtschaft die Möglichkeit zur Diversifizierung geben.

Projekt „Ölfischen“, Frankreich

Ein ehemaliger Sardellenfischer aus der französischen Region Vendee namens Thierry Thomazeau meldete sich nach dem Untergang des Öltankers „Erika“ vor der bretonischen Küste im Jahr 1999 freiwillig zu den Säuberungsarbeiten. Er erhielt damals Netze von der französischen Kriegsmarine, stellte jedoch fest, dass sie nicht sehr wirkungsvoll waren. Nach der Ölkrise machte er sich an die Entwicklung einer Alternative, und drei Jahre später war das Ölschleppnetz THOMSEA fertig.

Die erste Gelegenheit zur Erprobung des neuen Netzes ergab sich nach dem Untergang des Öltankers „Prestige“ vor der spanischen Küste. Die Leistungsfähigkeit des Netzes war so beeindruckend, dass die französische Kriegsmarine den gesamten Bestand aufkaufte. Von diesen Erfahrungen ermutigt, gab Thomazeau die Fischerei im Jahr 2006 auf und konzentrierte sich fortan ganz auf sein neues Unternehmen. Es entwickelte sich rasant und erzielte im Jahr 2009 einen Umsatz von einer Million Euro.

THOMSEA hat heute vier Beschäftigte. Das Unternehmen ist auf die Herstellung und den Verkauf von Spezialnetzen tätig und führt Schulungen für deren Anwendung durch.

www.thomsea.fr

Genauso wichtig ist jedoch die Bekämpfung von Umweltgefahren geringeren Ausmaßes, und auch sie kann neue Beschäftigungsmöglichkeiten für Fischerinnen und Fischer eröffnen. Die **Gewässerqualität** beispielsweise ist von fundamentaler Bedeutung für Fischerei und Fischzucht sowie für einen naturnahen Tourismus. Zudem schreibt die EU-Wasserrahmenrichtlinie aus dem Jahr 2000⁹ vor, dass alle Oberflächengewässer in der EU spätestens im Jahr 2015 einen „guten ökologischen Zustand“ aufweisen müssen. Und nach Maßgabe der Meeresstrategie-Rahmenrichtlinie aus dem Jahr 2008¹⁰ müssen die Mitgliedstaaten Maßnahmen ergreifen, um „spätestens bis zum Jahr 2020 einen guten Umweltzustand“ der Meeresgewässer in der EU zu erreichen und die Ressourcen zu schützen, von der Wirtschaft und Gesellschaft in maritimen Regionen abhängig sind.

Das bringt für die Fischwirtschaftsgebiete Pflichten aber auch Chancen mit sich. Die Chancen ergeben sich aus dem hohen Wert der Natur in vielen Küstenregionen sowie Fischwirtschaftsgebieten im Binnenland mit Seen, Flüssen und künstlich angelegten Teichen, die von großer Bedeutung für die biologische Vielfalt sein oder eine einzigartige Landschaft aufweisen können. Darüber hinaus können Projekte, die die Wassergüte und den Gewässerschutz betreffen, von Synergien mit den Leader LAGs vor Ort und anderen regionalen Akteuren profitieren. Durch die Zusammenarbeit von Landwirtschaft, Fischerei und anderen Wirtschaftszweigen, deren Tätigkeit sich auf die Gewässerqualität auswirkt, können nachhaltigere Arbeitsmethoden und nachhaltigere Geschäftsmodelle gefördert sowie neue Arbeitsplätze im Bereich Umweltmonitoring und Datenerhebung geschaffen werden. Das ist beispielsweise in der südlichen Bretagne (Frankreich) der Fall, wo der Verband CAP 2000 die Bildung regionaler Akteursgruppen anstrebt, die in der Lage sind, Schadstoffquellen im Wasser für die regionale Schalentierproduktion zu ermitteln und zu beseitigen. Die örtliche FLAG (*Pays d'Auray*) ist ebenfalls beteiligt. Weitere Informationen unter: assocap2000@wanadoo.fr.

⁹ http://ec.europa.eu/environment/water/water-framework/index_en.html

¹⁰ <http://ec.europa.eu/environment/water/marine/ges.htm>

Erneuerbare Energie

Der Schutz der Umwelt bedeutet mehr als nur Erhaltung und Abfallbeseitigung. Da Wirtschaft und Gesellschaft auch weiterhin grundsätzlich auf die Nutzung von natürlichen Ressourcen angewiesen sein wird, steht der Übergang zu nachhaltigeren Produktions- und Konsumformen jetzt im Mittelpunkt der langfristigen europäischen Strategie hin zu einer durchdachten, grünen und ganzheitlichen Wirtschaftstätigkeit.

Eine tragende Säule dieser Strategie ist die Erschließung erneuerbarer Energiequellen. Strom aus Offshore-Windparks stellt derzeit eine der wettbewerbsfähigsten Quellen dieser Art dar, und Wellen- und Gezeitenkraftwerke ziehen ebenfalls das Interesse von Investoren auf sich. Allerdings birgt der schnelle Ausbau der Meereswindparks auch Potenzial für Auseinandersetzungen mit der Fischerei, da er manchmal die Verlagerung angestammter Fanggründe zur Folge hat.

Aber die Fischerinnen und Fischer verfügen über viele Vorteile (Boote, Zugang zu Häfen und Gewässern, Erfahrung im Umgang mit schweren Maschinen bei großen Windstärken und rauer See, Kenntnisse der Gewässer und des Meeresgrunds usw.), die es ihnen ermöglichen können, finanziell vom Ausbau der Stromerzeugung auf See zu profitieren und größeren Einfluss darauf zu nehmen. Die FLAGs müssen dazu beitragen, dass die Fischerinnen und Fischer keine Opfer des Ausbaus der erneuerbaren Energien auf See werden, sondern zu den Nutznießern dieses neuen Wachstumsmarktes zählen.

Der Fischerei bieten sich mehrere Möglichkeiten für zusätzliche Einnahmen, indem sie den Offshore-Windparks bestimmte Dienstleistungen anbieten. Dazu gehören die Belieferung und/oder Kontrolle von Schiffen, Transport, logistische Unterstützung, Untersuchungs- und Wartungsarbeiten. Die Firma NFFO Services Ltd beispielsweise, die gewerbliche Einheit des Dachverbands der Fischereiverbände von England, Wales und Nordirland (National Federation of Fishermen's Organisations, NFFO) erbringt Dienstleistungen für Windparkbetreiber und andere auf See tätige Unternehmen. Auf diesem Weg können nicht nur die Fischerinnen und Fischer einen Zusatzdienst erzielen, sondern es wird auch die Gefahr von Konflikten zwischen Fischerei- und Energiewirtschaft



minimiert. Je nachdem, wie stark eine Region zur Offshore-Energieerzeugung genutzt wird und wie hoch der Organisationsgrad im Fischereisektor ist, können die FLAGs einzelne Fischfangunternehmen beim Eintritt in diesen Markt unterstützen oder Zusammenschlüsse von Fischern fördern, um gemeinsam solche Dienstleistungen anbieten zu können. In jedem Fall dürfte die Einflussnahme des Sektors auf Entscheidungen im Zusammenhang mit erneuerbaren Energien größer werden.

Neben Auftragsarbeiten für Windparks haben Küstengebiete und die Fischerinnen und Fischer selbst die Möglichkeit, neue Einnahmequellen aus Windkraftanlagen zu erschließen. Diesen Weg beschreitet die Fischereiwirtschaft im US-Bundesstaat New Jersey. Sie errichtet dort einen eigenen Meereswindpark, dessen acht Windräder spätestens im Jahr 2020 eine Gesamtleistung von 3000 MW erreichen sollen. Von den entstehenden Umsatzerlösen und „grünen“ Arbeitsplätzen einmal abgesehen, kann so der Strombedarf von rund 6000 Haushalten gedeckt werden. Beispiele dieser Art sind zwar noch selten, aber sie belegen, dass die Gemeinschaft der Fischerinnen und Fischer durch die Zusammenarbeit mit qualifizierten Partnern (in diesem Fall Ingenieurbüros, Bauunternehmen, Fachfirmen für erneuerbare Energie, Geldgeber, Forschungsträger, Website-Entwickler usw.) erheblich von den neuen Chancen in der „grünen“ Wirtschaft profitieren können. Weitere Informationen: www.fishermensenergy.com.

Das im Folgenden beschriebene Beispiel aus Europa verdeutlicht, wie eine Kommune von Investitionen in erneuerbare Energie profitieren kann, und wie auch Fischerinnen und Fischer – obwohl sie nicht die führende Kraft sind – Nutzen aus entsprechenden Initiativen ziehen können.

Energieerzeugung aus erneuerbaren Quellen auf der Insel Pellworm, Deutschland

Mit ihrer Ernennung zum Naturpark stand die nordfriesische Insel Pellworm im Jahr 1990 vor der Herausforderung, mit den damit verbundenen Einschränkungen für Landwirtschaft, Fischerei und Fremdenverkehr umzugehen. Als Reaktion darauf gründeten maßgebende einheimische Köpfe den Verein Ökologisch Wirtschaften, der neue Geschäftsmöglichkeiten auf den Gebieten erneuerbare Energie, biologischer Landbau, Direktvermarktung, Ökotourismus und Naturschutz ausloten sollte. Die Gründer wollten in erster Linie den Abfluss von Wertschöpfungspotenzial verhindern, aber auch dafür sorgen, dass die verschiedenen Interessen und Ansichten bei der weiteren Entwicklung Pellworms Berücksichtigung finden würden.

Dank dieser Initiative investierten 50 Bewohnerinnen und Bewohner der Insel eigenes Geld in die Errichtung von acht Windrädern. Auf diese Weise war dafür gesorgt, dass der finanzielle Ertrag nicht an externe Kapitalgeber fließen, sondern der Inselgemeinschaft zugute kommen würde. Zur Vermeidung negativer Folgen für den Tourismus wurde der Windpark in der Fläche begrenzt und an einer Stelle der Insel konzentriert. Darüber hinaus wurden Fördermittel der EU aus dem Programm ALTENER beantragt. Der Windpark ist mittlerweile in Betrieb und versetzt Pellworm in die Lage, den Strombedarf vollständig selbst zu decken. Überschüsse werden in das Netz eingespeist. Darüber hinaus fließen aus der Anlage pro Jahr rund 60 000 € Steuern in die Gemeindekasse. Mit Blick in die Zukunft wurde ein Plan zur kombinierten Nutzung unterschiedlicher Formen der Strom- und Wärmeerzeugung aufgestellt und mit Diskussionen über Stromspeicheranlagen und Blockheizkraftwerke begonnen.

Der Verein Ökologisch Wirtschaften hat zur Bewältigung der unvermeidlichen Konflikte zwischen Gemeindeverwaltung, Landwirtschaft, Tourismus, Umweltschutz und anderen gesellschaftlichen Gruppen beigetragen. Außerdem hat er den Optimismus unter den Gemeindemitgliedern gestärkt und die Erprobung neuer Geschäftsmodelle gefördert; unter anderem entstand ein expandierender Fahrradverleih mit gegenwärtig zwei Vollzeitarbeitsplätzen. Vor der Gründung des Vereins gab es auf ganz Pellworm nur noch drei Fischer. Inzwischen sind es neun, und das Interesse der Jugend an diesem Beruf nimmt infolge der verbesserten Zukunftsaussichten für die Insel wieder zu.

www.pellworm.de

Der nächste FARNET-Leitfaden wird sich speziell mit der effektiven Nutzung und Bewirtschaftung von natürlichen Ressourcen beschäftigen. Er enthält zudem eine genauere Analyse der in diesem Abschnitt und an ande-

rer Stelle dieses Leitfadens angesprochenen Themen, unter anderem der Einrichtung von Meeresschutzzonen und der stärkeren Einbindung von Fischerinnen und Fischern in deren Bewirtschaftung.

Wesentliche Erkenntnisse

- > *Umwelt und erneuerbare Energien sind Wachstumsbranchen, in denen weitere künftige Entwicklungschancen wahrscheinlich sind (Müllfischen, Windpark Pellworm).*
- > *Diese Branchen bieten Diversifizierungsmöglichkeiten, bei denen das Wissen, die handwerklichen Fertigkeiten und die Erfahrung der Fischerinnen und Fischer gefragt sind.*
- > *Es wird sich nicht immer sofort ein wirtschaftlicher Nutzen einstellen, aber die Mitwirkung bei Umweltmaßnahmen kann das Image einer Region bzw. Berufsgruppe verbessern und dafür sorgen, dass sie an Entscheidungen über Investitionen beteiligt wird, die sie betreffen können.*
- > *Die Zusammenarbeit zwischen Fischerei und Forschung ist für beide Seiten ein Gewinn. Es setzt jedoch ein bedachtes Handeln beider Seiten voraus, damit Vertrauen und Übereinstimmung in den Zielen entstehen kann (Partnerschaft für Fischerei und Wissenschaft, „Blaue Verträge“).*
- > *Die Mobilisierung einer Kommune im Rahmen eines gemeinsamen Entwicklungskonzepts kann der Fischerei zu Gute kommen, obwohl es nicht direkt um die Fischerei geht (Pellworm).*

2.4 Tourismus

Denkt man über Diversifizierungsmöglichkeiten in Fischwirtschaftsgebieten nach, so fällt einem mit als erstes der Fremdenverkehr ein. Zweifelsohne haben die entsprechenden Regionen für gewöhnlich viele Natur- und Kulturschätze (Meer, Binnenseen, Wälder, Häfen und Fischerdörfer) und Freizeitaktivitäten zu bieten, die für Touristen von Reiz sein können.

Ebenfalls unbestritten ist das Potenzial des Fremdenverkehrssektors im Hinblick auf die **Schaffung von Arbeitsplätzen**, und zwar sowohl direkt (z. B. in Hotels) als auch indirekt im Zusammenhang mit dem Bedarf an Produkten und Dienstleistungen der Touristen. Schätzungen zufolge zieht ein neuer Arbeitsplatz im Tourismus drei bis vier neue Arbeitsplätze in angrenzenden Wirtschaftszweigen nach sich. Außerdem ist der Fremdenverkehr eine **Wachstumsbranche**; trotz der Wirtschaftskrise werden für das Jahr 2011 ein Umsatzzuwachs von 4,5 % und die Entstehung von drei Millionen Arbeitsplätzen weltweit erwartet. In der EU sind 9,7 Mil-

lionen Beschäftigte (darunter ein hoher Anteil junger Leute) direkt im Fremdenverkehr tätig, was 5,2 % aller Erwerbstätigen entspricht. Die tourismusnahen Branchen hinzugerechnet, entfallen auf den Tourismus 12 % der Arbeitsplätze und 10 % des BIP in der EU.

Auf jeden Fall sollten die FLAGs die Gegebenheiten in ihrer Region genau analysieren, damit die von ihnen geförderten touristischen Projekte auch den Fischerinnen und Fischern zugute kommen. Viele Fischwirtschaftsgebiete sind bereits bekannte Fremdenverkehrsziele, ohne dass die dort ansässige Berufsfischerei unbedingt Vorteile daraus zieht. Andere Regionen wiederum liegen zu abgeschieden oder abseits der üblichen Touristenrouten. In diesen Fällen kann Achse 4 Maßnahmen im Bereich Kommunikation und Werbung unterstützen sowie konkrete Projekte zur Verbesserung des touristischen Angebots in dem jeweiligen Gebiet fördern.

Dementsprechend haben die FLAGs trotz des unbestritten großen Potenzials des Fremdenverkehrs für Fischwirtschaftsgebiete bestimmte Aspekte zu berücksichtigen, wenn sie die touristischen Entwicklungsmöglichkeiten in ihrer Region prüfen:

1. Da Touristen unterschiedliche Leistungen nachfragen (Übernachtung, Verpflegung, Freizeit- und Verkehrsangebote), dürfte ein einzelnes Projekt (etwa ein Hotel oder ein Restaurant), so gut es auch sein mag, nicht von Erfolg gekrönt sein, wenn der übrige Bedarf der Touristen nicht ebenfalls gedeckt wird. Erfolgreiche Tourismusangebote sind stets sorgfältig austarierte „Paketlösungen“ aus Natur- und Kulturgütern, Produkten und Dienstleistungen. Folglich müssen die FLAGs bei der Ausarbeitung eines **schlüssigen Konzepts** die **unterschiedlichen Handlungsträger** einbinden, damit für die Entwicklung der verschiedenen Elemente eines umfassenden touristischen Angebots gesorgt ist.
2. Bei den Verantwortlichen vor Ort wird oft vergessen, dass ein gutes Angebot allein nicht ausreicht – es muss auch ein Angebot sein, das in punkto Preis, Verfügbarkeit und Qualität **besser als andere ist oder sich von anderen unterscheidet**. Auf dem Tourismusmarkt herrscht eine scharfe Konkurrenz – auch durch andere Fischwirtschaftsgebiete. Daraus folgt, dass einerseits für eine akzeptable Dienstleistungsqualität gesorgt werden muss und andererseits die heimischen Akteure herausfinden müssen, wie sie ihre Region gegenüber anderen hervorheben können. Eine gute Möglichkeit, das Interesse von Besuchern zu wecken, bieten einheimische Produkte (Lebensmittel, Handwerkskunst usw.).
3. Touristen brauchen mehr als nur eine schöne Landschaft und gutes Wetter. Auch die Eindrücke aus den Begegnungen mit der einheimischen Bevölkerung gehören dazu, weshalb diese mit Touristen **richtig umgehen können** sollte (Ortskenntnisse, Umgangsformen, fremdsprachliche Grundkenntnisse usw.). Wenn sich Fischerinnen und Fischer beispielsweise als Fremdenführer etwas hinzuverdienen wollen, müssen sie entsprechend qualifiziert sein.
4. **Information und Werbung** sind von entscheidender Bedeutung. Die FLAG muss (gegebenenfalls unter Inanspruchnahme von Fachleuten) dafür Sorge tragen, dass die richtige Botschaft die richtige Zielgruppe erreicht. Die Touristen müssen wissen, was sie in einer Urlaubsregion erwartet – sei es die Qualität der Restaurants und Unterkünfte einschließlich privater Fremdenzimmer, das Dienstleistungsangebot oder die nähere Umgebung. In dieser Hinsicht stellt die Anwendung allgemein anerkannter Maßstäbe aus dem Fremdenverkehrssektor eine gute Hilfe dar. Darüber hinaus müssen die FLAGs die Balance zwischen der Förderung von Qualität und Quantität des touristischen Angebots und der Förderung der Nachfrage finden, um Überkapazitäten oder enttäuschte Erwartungen zu vermeiden.
5. In manchen Teilen Europas ist das Fremdenverkehrsgewerbe sehr stark **saisonabhängig**. Deshalb muss einerseits versucht werden, die Saison zu verlängern (z. B. durch Festivals und andere Veranstaltungen oder durch Besuche von Geschäftsreisenden oder Schulklassen außerhalb der Hauptsaison) und andererseits die Investitionsplanung so erfolgen, dass in der Nebensaison geringere Kosten für Unterhaltung oder Personal anfallen.
6. Bei den Bemühungen um höhere Besucherzahlen in einer Region ist stets deren **Aufnahmekapazität** zu berücksichtigen. Massentourismus kann die Umwelt schädigen und einige der zahlungskräftigsten Gäste vertreiben. Deshalb bedarf es eines regionalen Konsenses und der Mitwirkung der Allgemeinheit, um einen nachhaltigen Tourismus zu gewährleisten.

Nachfolgend ist beispielhaft dargestellt, in welchen wichtigen Bereichen die FLAGs in ihrem Gebiet die touristische Entwicklung fördern können.

Beherbergung

Wie bereits erwähnt, weist das Übernachtungsgewerbe erhebliches Arbeitsplatzpotenzial auf. Schließlich spielt eine geeignete Unterkunft bei der Auswahl eines Urlaubsziels eine wichtige Rolle. Somit schaffen Hotels, Campingplätze oder Frühstückspensionen die Grundlage für andere Dienstleistungen (Restaurants, Unterhaltung, Kultur), die eine Fischwirtschaftsregion bieten kann.

Bei der Entscheidung, welche Unterkunftsarten in einer Region sinnvoll sind, müssen die FLAGs das aktuelle Angebot und die Auslastung (den Belegungsgrad) berücksichtigen und ermitteln, wo zusätzliche oder verbesserte Übernachtungsmöglichkeiten die Wettbewerbsfähigkeit der Region steigern würden. Es lohnt sich auch, darüber nachzudenken, welche Rolle die Fischerinnen und Fischer und ihre Familien bei der Bereitstellung

traditioneller Unterkünfte spielen können; darin liegt eine wirksame Möglichkeit, die Region gegenüber anderen herauszustellen und von ihrer Fischereitradition zu profitieren (siehe „Ittiturismo“, S. 32).

In jedem Fall sollten Güte und Art der Unterkunft zu den regionalen Attraktionen passen. Dieser Anforderung sollte die FLAG in ihrem Entwicklungskonzept und den Projektauswahlkriterien Rechnung tragen. Die Zielgruppe eines touristischen Leistungsträgers (junge Familien, einen Strandurlaub suchende Paare, Anhänger von Freiluftsportarten, Rentnerinnen und Rentner) beeinflusst das gesamte Projekt. Das reicht von den auszuführenden Bau- oder Umbauarbeiten (Zugangsmöglichkeiten, Bodenbeläge, Zimmergröße, Schwimmbad usw.) über das Speisenangebot bis hin zur Kommunikations- und Werbestrategie.

Hotel „Almadraba Conil“, Andalusien (Spanien)



Dieses familiengeführte Hotel im historischen Stadtkern von Conil ist ein Beispiel dafür, wie ein Fischwirtschaftsgebiet profitieren kann, wenn die einheimische Bevölkerung eine aktive Rolle bei der Entwicklung des Unterkunftsangebots in ihrer Region übernimmt. In diesem Fall wurden ein denkmalgeschütztes Gebäude renoviert, die Fischereitradition der Stadt gestärkt, sechs neue Arbeitsplätze geschaffen und Kundschaft für andere einheimische Betriebe angezogen. Die Hotelbesitzer reagieren jedoch nicht nur auf die große Nachfrage nach touristischen Unterkünften in der Region, sondern bieten auch einen persönlichen Service als die überwiegend großen Häuser, die es schon vorher gab.

Conil ist ein Küstenstädtchen in dem normalerweise 10 000 Menschen leben. Diese Zahl steigt in den Sommermonaten auf 100 000 an. Wenn ein Hotel aber auch außerhalb der Tourismussaison erfolgreich sein soll, muss es seinen Gästen schon mehr bieten als Sonne und Meer. Genau das tut das Hotel Almadraba Conil mit seinen 17 Zimmern. Dank seines unverwechselbaren Charakters und seines aufmerksamen Umgangs mit den Gästen ist es zehn Monate im Jahr zu 80 bis 90 Prozent ausgelastet.

Die Geschichte Conils ist eng mit der Fischerei verwurzelt. Im Mittelpunkt steht der schon in phönizischer Zeit bekannte Thunfischfang (spanisch „almadraba“) mit speziellen Netzen entlang der Küste. Der Ort wuchs mit dem Fischfang, und da die Hoteleigner diesem Umstand Rechnung tragen wollten, gaben sie ihrem Haus den Namen „Almadraba Conil“. Einrichtung und Ambiente des Hotels sind ganz dem Thema Almadraba nachempfunden. Jedes Zimmer hat einen eigenen, auf die Almadraba zurückzuführenden Namen und ist mit einem Gemälde geschmückt, das den Namen veranschaulicht. Darüber hinaus sind überall im Hotel alte Fotos, Fischernetze und Fischerhaken zu bewundern, die aus dem Fundus der Einheimischen stammen.





Zwei Jahre brauchten die Inhaber Antonio Brenes und seine Frau Dolores „Lola“ Caro, um das Hotel zu planen und das alte Wohngebäude umzubauen. Lola gab ihre frühere Arbeitsstelle auf, um sich ganz dem Projekt zu widmen, und Antonio arbeitete abends und an den Wochenenden mit. Vier Jahre nach der Eröffnung im Jahr 2003 erreichte das Hotel die Gewinnzone, so dass auch Antonio seinen alten Arbeitsplatz aufgeben und ganz in den Hotelbetrieb wechseln konnte.

Herausforderungen:

- > Mangel an Erfahrung im Fremdenverkehrs- und Hotelgewerbe;
- > Personal vor Ort zu finden, das Englisch und Deutsch sprechen kann;
- > unvorhergesehene Kosten infolge von Baumängeln und zusätzlich notwendiger Doppelverglasung wegen des relativ hohen Lärmpegels im Ortskern;
- > anfängliches Widerstreben der Reiseveranstalter, ein so kleines Hotel ins Angebot aufzunehmen.

Empfehlungen:

- > Es bedarf frühzeitiger und gründlicher Recherchen als Grundlage für fundierte Entscheidungen. Ein Aspekt ist beispielsweise, dass die Reiseveranstalter kein Hotel mit weniger als drei Sternen ins Programm nehmen. Das ist wichtig zu wissen, bevor man seine Zielgruppe auswählt.
- > Es müssen enge Beziehungen zu anderen Hotels im Ort geknüpft werden, auch wenn ein weiterer Konkurrent bei diesen grundsätzlich nicht gern gesehen ist. Wenn man sich aber bemüht, dann kann man viel aus ihren Erfahrungen lernen und auf dem Empfehlungsweg eventuell auch Gäste gewinnen.
- > Man muss den Gästen über Geschichte und Traditionen des Urlaubsortes fundiert Auskunft geben können (und wollen), sich Zeit für die Gäste nehmen und sie persönlich kennen lernen.
- > Man sollte die Gäste bitten, das Hotel weiterzuempfehlen.
- > Man muss bereit sein, viel Herzblut und vor allem **viel Zeit** in das Projekt zu investieren. Die ersten Jahre können extrem anstrengend sein; für Lola und Antonio war ein 16-Stunden-Tag die Regel. Aber ihr Engagement hat sich ausgezahlt, und mittlerweile sichert das Hotel den Lebensunterhalt für ihre fünfköpfige Familie und sechs Vollzeitbeschäftigte.

Kosten: 1 000 000 €, Förderung aus Leader+: 203 000 € (20,3 %)

Hinweis: Die Projektkosten waren ursprünglich auf 700 000 € veranschlagt, wovon 27 % mit dem Leader-Zuschuss gedeckt werden sollten. Tatsächlich fielen aufgrund unvorhergesehener Baukosten jedoch wesentlich höhere Projektkosten an.

E-Mail: lola@hotelalmadrabaconil.com / reserva@hotelalmadrabaconil.com

Essen und Trinken

Fremdenverkehrsgemeinden sind häufig stark auf das Übernachtungs- und Besichtigungsangebot ausgerichtet und übersehen gerne, dass auch das gastronomische Angebot eine große Anziehungskraft ausüben kann. Viele Touristen legen großen Wert auf regionaltypische Speisen und Getränke. Sie sind bisweilen sogar bereit, weite Strecken zurückzulegen, nur um eine **regionale Spezialität** zu probieren – und wenn sie etwas besonders Interessantes gefunden haben, geben sie dieses Wissen häufig an ihre Verwandten und Freunde weiter. Dementsprechend lassen sich über die gemeinschaftliche Werbung für das kulinarische Erbe der Region zusätzliche Einkünfte sichern.

In Fischwirtschaftsgebieten werden sich viele Projekte natürlich um den vor Ort gefangenen Fisch drehen, der frisch oder veredelt direkt an die Verbraucher verkauft werden kann. Beispiele dafür enthält unser vorausgegangener Leitfaden „Wertsteigerung für lokale Fischerei- und Aquakulturprodukte“. Allerdings lassen sich in Fischwirtschaftsgebieten auch andere Speisen und Getränke finden, die den touristischen Reiz einer Region insgesamt erhöhen könnten. Diese Erkenntnis macht sich der als „Systeme für regionale Nahrungsmittel“ (engl. „Local Food Systems“)¹¹ bezeichnete Ansatz zunutze; er beruht nicht nur auf den regional erzeugten Nahrungsmitteln, sondern auch auf **engen Beziehungen zwischen Herstellern und Verbrauchern**. Ein System für regionale Nahrungsmittel kann sowohl Fisch- als auch andere Produkte und die folgenden Vermarktungswege umfassen:

- > Direktverkauf (vom Boot aus oder auf der Fischfarm);
- > Märkte, z. B. Bauernmärkte mit Erzeugern und Händlern aus der Region;
- > Jährlich wiederkehrende Veranstaltungen rund um regionale Lebensmittel;
- > Hauslieferservice, d.h. ein oder mehrere Erzeuger liefern regelmäßig regionale Produkte ins Haus;
- > auf regionale (und/oder biologisch erzeugte) Spezialitäten ausgerichtete Fachgeschäfte und Restaurants.

Dabei ist es wichtig, dass die Touristen und potentiellen Kunden sinnvoll über die Herkunft von frischem Fisch und anderen Erzeugnissen informiert werden.

Restaurants mit einem hochwertigen Angebot an regionalen Speisen können nicht nur die touristische Anziehungskraft eines Fischwirtschaftsgebiets deutlich steigern, sondern selbst auch ein gutes Geschäftsmodell sein. Sie bieten gute Möglichkeiten zur Steigerung der Wertschöpfung des regionalen Fischfangs und von vielen anderen regionalen Produkten und tragen dadurch auch zur Schaffung von Arbeitsplätzen bei. Die FLAGS sollten jedoch bedenken, dass die Gastronomie außerordentlich wettbewerbsintensiv sein kann, und entsprechende Projekte sorgfältig prüfen. Von Achse 4 geförderte neue Restaurants sollten entweder eine Bedarfslücke füllen (wie beispielsweise in den nachfolgend beschriebenen Fällen auf Teneriffa und Korsika) oder eine höchsten Ansprüchen genügende Neuheit darstellen (siehe Beispiel „Captain’s Galley“).

Die entsprechenden Restaurants können sich einen Namen machen, weil sie fangfrischen Fisch anbieten, der nachweislich aus einheimischen Fängen stammt. Die Restaurants sollten ermutigt werden, eigene Rezepte auszuprobieren und für ihr kulinarisches Angebot werben. Ein wirkungsvolles Werbekonzept, das die Qualität der heimischen Küche in den Mittelpunkt stellt, kann das Image der regionalen Produkte und der Region als Ganzes verbessern.

Eine ausführliche Fallstudie über das von Achse 4 geförderte Restaurant „De Boet“ in den Niederlanden findet sich auch auf der FARNET-Internetseite.

¹¹ „Local Food Systems in Europe“, IFZ Graz, 2010, www.faanweb.eu

Restaurants auf Teneriffa und Korsika

In dem kleinen Fischerdorf Tajao im Süden Teneriffas gab es bis zum Jahr 1980 überhaupt kein Restaurant. Dann begann die Ehefrau eines Fischers mit der Zubereitung von Fischgerichten, die sie an Touristen und Berufstätige verkaufte. Von den Einnahmen konnte sie ein Grundstück erwerben und ein Restaurant eröffnen. Anfangs beschäftigte sie dort Frauen aus dem Dorf und Familienangehörige, die in Spitzenzeiten als Aushilfe einsprangen. Einige der Frauen entschieden sich im Laufe der Zeit, selbst ein Restaurant zu eröffnen. Heute gibt es im Ort acht zumeist von Fischerfamilien betriebene Restaurants, in denen der eigene Fang und der Fang von Nachbarfamilien verarbeitet werden.

Im Fischerhafen Centuri auf Korsika, das für seinen Hummer bekannt ist, haben sich mehrere Fischerfamilien ein zweites berufliches Standbein verschafft und Restaurants eröffnet, die in erster Linie einheimische Meereserzeugnisse anbieten. Geführt werden die Betriebe zumeist von den Ehefrauen, während die Männer weiter dem Fischfang nachgehen. Zusätzlich werden Saisonarbeitskräfte beschäftigt. Sobald sich die Anfangsinvestitionen amortisiert haben, können diese Betriebe häufig den Hauptbeitrag zum Familieneinkommen leisten.

„The Captain’s Galley“, Schottland



Als Jim Cowie es leid war, dass weniger bekannte, aber hochwertige Fischarten kaum verwertet wurden, im Müll landeten oder in andere Regionen verfrachtet wurden, ließ er sich zum Koch umschulen und eröffnete zusammen mit seiner Frau Mary im Oktober 2002 in der Ortschaft Scrabster an der Nordküste Schottlands ein Fischrestaurant. Das am Hafen gelegene Restaurant war früher ein Lager für Brucheis.

Jim und Mary Cowie wollen hochwertige regionaltypische Speisen aus dem schottischen Hochland saisonabhängig und frisch auf den Tisch bringen. Die Speisekarte wird jeden Tag neu geschrieben, sobald Jim in Erfahrung gebracht hat, was auf den Booten selbst oder auf dem Fischmarkt zu bekommen ist. Abgerundet werden die Gerichte mit Gemüse, Salat und Kräutern aus dem von Mary bewirtschafteten eigenen Garten.

The Captain’s Galley erfüllt strenge eigene Maßstäbe an den Umweltschutz. So bezieht es seine Ware aus einem Umkreis von 80 Kilometern um das Restaurant und verwendet ausschließlich Fischarten, deren Bestand insgesamt und in den ausgewählten Fanggründen nicht gefährdet ist. Und auch diese Arten werden nur in der jeweiligen Fangsaison gekauft. Jim legt großen Wert auf die enge Zusammenarbeit mit seinen Fischlieferanten und deren Kenntnisse über die Bestände. Saisonal gefangener Fisch sei gesunder Fisch, so sagt er. Und er betont die Bedeutung des saisonalen Fischfangs für die Gesundheit der Bestände, die Produktqualität, das Geschäft und letztlich die Konsumenten. Im Jahr 2009 erhielt er für seine Grundsätze im Wareneinsatz das Nachhaltigkeitszertifikat des Marine Stewardship Council.

Das Ergebnis ist höchste Qualität und ein ausgebuchtes Restaurant, in dem ein Drei-Gänge-Menü rund 50 Euro pro Person kostet. Das „Captain’s Galley“ hat zahlreiche Preise gewonnen; unter anderem wurde es bei den Highlands & Islands Tourism Awards 2006 als „Highlands-Essenserlebnis außer Haus“ und bei den Seafish 2009 Awards als britisches „Fischrestaurant des Jahres“ ausgezeichnet.

www.captainsgalley.co.uk

Freizeitangebote

Zu guter Letzt muss ein Fischwirtschaftsgebiet Freizeit- oder Besichtigungsangebote für Touristen im Programm haben. Die FLAG werden bei der Ausarbeitung ihres Konzepts prüfen müssen, welche regionalen Besonderheiten als Touristenattraktion geeignet wären und welche Touristenkategorie angesprochen werden soll. Darüber hinaus sollten sie prüfen, wie man die Fischerinnen und Fischer und ihre Familien an der Entscheidungsfindung beteiligen kann.

Fischereitourismus (Pescatourismus)

Der **Pescatourismus** drängt sich in Fischwirtschaftsgebieten als Freizeitangebot förmlich auf. Darunter ist zu verstehen, dass Touristen auf einer Fangfahrt hautnah miterleben, wie die Arbeit und das Leben auf einem gewerblich betriebenen Fischerboot aussehen. Manchmal erhalten sie auch die Möglichkeit, den gefangenen Fisch noch an Bord oder anschließend im Hafen zu probieren.

Pescatourismus wird in mehreren Ländern – unter anderem in Italien, Estland und Finnland – bereits praktiziert. Eine der größten Hürden für seine Einführung besteht allerdings darin, dass in den meisten Mitgliedstaaten der EU die entsprechenden gesetzlichen Weichen erst noch gestellt werden müssen. Außer in Italien, wo zwei Gesetze über den Pescatourismus erlassen worden sind, gibt es in der EU **kaum gesetzliche Regelungen**, die sich konkret mit dem Tourismus auf gewerblich betriebenen Fischerbooten befassen. Deshalb kommen meist **die Vorschriften für den gewerblichen Personenverkehr** zur Anwendung; sie sind aber z.T. mit Auflagen verbunden, die für Fischerboote häufig unrealistisch sind.

In Spanien beispielsweise verhindern gegenwärtig **strenge nationale Gesetze** die Mitnahme von Touristen auf gewerblich betriebenen Fischerbooten und machen damit den Pescatourismus unmöglich. Ein Fischer könnte sein Boot zwar zu touristischen Zwecken umbauen, dürfte es dann aber nicht mehr als Fischerboot betreiben.

Ein weiteres Problem stellt die **Besteuerung** dar. In einigen Ländern gelten für die gewerbliche Fischerei eigene steuerliche Regelungen. In Frankreich beispielsweise ist die Fischerei von bestimmten Steuern befreit, unter anderem von der Mehrwertsteuer. Da diese Regelung jedoch nicht für Tätigkeiten gilt, die nicht direkt mit der Fischerei selbst zusammenhängen, müssten die Fischer über den Pescatourismus getrennt Buch führen. Gegenwärtig werden in Frankreich Vorschläge geprüft, dieses Hemmnis dadurch zu beseitigen, dass man der Berufsfischerei ähnliche Steuererleichterungen einräumt wie den Landwirten beim Agro-Tourismus¹².

Neben den gesetzlichen Anforderungen muss der Pescatourismus natürlich auch allen Anforderungen gerecht werden, die ein touristisches Angebot ganz allgemein erfüllen muss. Eine **hohe Qualität** beispielsweise bei der Vorführung von Fischfangmethoden ist unabdingbar, wenn das Interesse der Touristen geweckt werden soll und die Berufsfischerei der Allgemeinheit ein positives Bild von sich vermitteln will. Gleichzeitig muss ein ausgewogenes Verhältnis zwischen der Erfüllung touristischer Bedürfnisse und dem Erhalt der Authentizität des Berufsstands gefunden werden, den man nach Meinung vieler Förderer des Pescatourismus keinesfalls der Folklorisierung preisgeben darf.

¹² Voraussetzung wäre, dass diese zusätzlichen Tätigkeiten nicht mehr als 50 % der Arbeitszeit in der Fischerei ausmachen und eine bestimmte Obergrenze nicht überschreiten.

Pescaturismus und „Ittiturismo“ in Italien

Den Beweis für den potenziellen Nutzen des Pescaturismus liefert Italien durch die Ergebnisse der Diversifizierungsaktivitäten in Richtung Tourismus. In Italien erwirtschaftet eine Bootsbesatzung aus zwei Mitgliedern an einem normalen Arbeitstag bei einer Arbeitszeit von 13 Stunden und 25 kg gefangenem Fisch zum Preis von 20 € je Kilo einen Gewinn von 350 €. Würde die gleiche Besatzung 10 Touristen mitnehmen, die jeweils 40 € zahlen, so würde sie bei einer weit weniger anstrengenden Arbeit in nur 11 Stunden einen Gewinn von 360 € erzielen. Darüber hinaus müsste sie gerade einmal zwei bis fünf Kilogramm Fisch im Durchschnitt fangen und könnte so zur Schonung der Bestände beitragen.

Neben dem Pescaturismus gibt es in Italien den „Ittiturismo“ (wörtlich „Fischertourismus“). Beide Konzepte sind in einer regionalen Verordnung geregelt, der wiederum ein nationales Gesetz übergeordnet ist. Der Ittiturismo ist ein ganzheitlicher touristischer Ansatz, der sich das natürliche und kulturelle Erbe der Fischerei in einer Region zunutze macht. Dabei werden die Touristen in traditionellen, aber speziell umgebauten Fischerhäusern untergebracht und mit regionaltypischen Speisen bewirtet. Darüber hinaus werden ihnen Pescaturismus-Trips angeboten. Die Einführung dieser speziellen Tourismusaktivitäten ist der Zusammenarbeit mehrerer Genossenschaften zu verdanken.

www.ittiturismo.it

Pescaturismus im Département Var: ein Achse-4-Projekt in Frankreich



Angeregt von den Erfahrungen in Italien, hat die französische Nichtregierungsorganisation Marco Polo Échanger Autrement, die auf nachhaltige Regionalentwicklung spezialisiert ist, in enger Zusammenarbeit mit dem Fischerei- und Aquakulturausschuss des Départements Var ein von der FLAG Var gefördertes Pescaturismusprojekt ausgearbeitet. Das Pilotprojekt mit der Bezeichnung „Pescaturisme 83“ wurde im Jahr 2009 unter breiter Beteiligung öffentlich-rechtlicher und privater Partner aus Fischerei, Tourismus und Umweltschutz auf den Weg gebracht.

Im Mittelpunkt des Projekts stand die Schaffung der Voraussetzungen für die Einführung des Pescaturismus in der Region. Das bedeutete im Wesentlichen die Anpassung der in Italien gesammelten Erfahrungen an die Gegebenheiten im Var, wo die Fischerboote in der Regel nur sieben bis zehn Meter lang sind und häufig nur ein einziges Besatzungsmitglied haben, und wo gegenwärtig kein rechtlicher Rahmen für den Pescaturismus besteht. Es wurde eine Genehmigung zur Erprobung des Pescaturismus erteilt, und zwei Versuchsrunden aus dem entwickelten Angebotspaket sind mittlerweile abgeschlossen. In der 3-4 Stunden dauernden Morgenfahrt konnten die Touristen beobachten, wie die am Vortag ausgelegten Netze eingeholt wurden und sich mit den traditionellen Fischfangmethoden in der Region vertraut machen.

Die Projektentwicklung selbst umfasste die folgenden Schritte:

- > die Erarbeitung einer Machbarkeitsstudie für die Einführung des Pescaturismus im Var unter besonderer Berücksichtigung der zu erfüllenden Sicherheitsanforderungen, der erforderlichen Umbaumaßnahmen an den Fischerbooten, der Ausbildungserfordernisse und der möglichen Umweltfolgen;





- > die Umsetzung und Handhabung des Pescatourismus-Angebotes in der Praxis unter Einbeziehung der einzelnen Fischerinnen und Fischer und der beteiligten Organisationen einschließlich der Fremdenverkehrsämter sowie der Art der Werbung;
- > die Entwicklung möglicher Begleitmaßnahmen (z. B. Einrichtung von Touristenunterkünften, Verkauf regionaler Produkte usw.).

Die Projektleitung lag in den Händen eines Kernteams aus kommunalen und regionalen Handlungsträgern. Es umfasste aber auch die intensive Zusammenarbeit mit anderen Partnern, die in ihren jeweiligen Institutionen für das Projekt warben und Auskunft darüber erteilten. Des Weiteren wurden drei Arbeitsgruppen für die Themen 1) Unfallsicherheit; 2) Fischerei und Tourismus und 3) Kommunikation gebildet. In jeder dieser Gruppen arbeiteten **Fachleute für die einzelnen Themengebiete und Fischer** eng zusammen, um den Aufbau des Pescatourismus im Var zu bewerkstelligen.

Die Wertschöpfung durch den Pescatourismus im Rahmen dieses Projekts erfolgt auf vier Ebenen:

- > **Wirtschaft:** durch Schaffung eines Zusatzeinkommens für die Fischerinnen und Fischer (je nach Bootsgröße zwischen 30 % und 70 % für Pescatourismustage);
- > **Soziales:** durch Aufklärung über die körperlich anstrengende Arbeit auf einem Fischerboot, durch Förderung der Anerkennung für diese Arbeit, und durch Aufklärung über die Unvorhersehbarkeit des Fangtrags nach Menge und Fischarten. Das wiederum fördert die Unterstützung der Fischerei innerhalb der Region und schärft das Bewusstsein der Verbraucher hinsichtlich ihres Fischeinkaufs;
- > **Kultur:** durch Inwertsetzung des Erbes, der Tradition und der Geschichte der Fischerei und ihrer Fangmethoden in der jeweiligen Region sowie durch die werbewirksame Darstellung dieses Kulturgutes;
- > **Umwelt:** durch die Reduzierung der Fangmengen, aber insbesondere dadurch, dass die Fischerinnen und Fischer in den Mittelpunkt der Bemühungen um den Erhalt der Fischbestände gestellt werden. Der Projektträger betont ausdrücklich einen häufig zu beobachtenden Bewusstseinswandel bei den Fischern und der Art, wie sie sich an Diskussionen über die Fischerei aber auch über andere Themen in ihrer Region beteiligen.

Kosten: 277 590 €; Förderung durch Achse 4: 86 140 € (31,9 %).

Eine vollständige Fallstudie über das Projekt *Pescatourisme 83* einschließlich der Kontaktdaten zu Marco Polo ist auf der FARNET-Internetseite erhältlich.

Sonstige Maßnahmen und Attraktionen

Neben dem Fischereitourismus können Fischwirtschaftsgebiete andere touristische Attraktionen bieten, die mit Wasser und Booten zu tun haben. Dazu zählen Sportfischen, Besichtigungstourismus (Besuche von Gegenden, in denen Schalentiere gesammelt bzw. gezüchtet werden, von Fischauktionshallen oder von alten Fischerbooten) und Meerestourismus (z. B. Besuche von Meeresschutzzonen) sowie Wassersport wie etwa Tauchen, Surfen und Segeln. Sofern eine FLAG

die Förderung von Maßnahmen außerhalb der Fischereiwirtschaft beschließt, ist es wichtig, dass die Beziehungen zu den fischereiwirtschaftlichen Handlungsträgern in dem Gebiet gepflegt und eine Atmosphäre der Zusammenarbeit gefördert wird, die der Region insgesamt einen Folgenutzen bringt. Mit Spezialangeboten wie beispielsweise Walbeobachtung vor den Azoren (siehe Kasten) lassen sich die unterschiedlichen Bedürfnisse von Fischerei, Tourismus und Umweltschutz miteinander in Einklang bringen.

Walbeobachtung vor den Azoren



Gegen Ende der 1980er Jahre untersuchte der International Fund for Animal Welfare (IFAW) im Rahmen einer Machbarkeitsstudie, ob Walbeobachtung vor den Azoren eine Möglichkeit darstellen könnte, den durch die Einstellung des Walfangs im Jahr 1987 verursachten Einkommensverluste der Inselbewohner teilweise auszugleichen.

Als Ergebnis der Studie wurden mehrere Unternehmen gegründet, die mit der Verbindung von Naturschutz und Tourismus nachhaltig erwirtschaftete Gewinne erzielen wollen. Bei der Firma Espaço Talasso ist dieser ganzheitliche Ansatz am weitesten entwickelt.

Hauptgegenstand des Unternehmens sind Walbeobachtungsexkursionen, für die Espaço Talasso eine Flotte aus vier halbstarren Booten betreibt. Vor jeder Fahrt werden in einer zwanzigminütigen „Unterrichtsstunde“ Kenntnisse über die im Meer vor den Azoren lebenden Wale und deren Lebensraum vermittelt. Die Erfolge bei der Sichtung von Walen und Delphinen beruhen auf der Nutzung der jahrhundertealten Wachtürme, die aus der Zeit der Waljagd erhalten geblieben sind. Das Unternehmen beschäftigt einen Walsucher, der sein Handwerk von seinem Vater erlernt hat und einer der Unternehmensgründer ist.

Ergänzend zu den Exkursionen betreibt das Unternehmen ein kleines Ladengeschäft, ein Café-Bistro und ein Hotel am Hafen. Insgesamt hat Espaço Talasso neun Beschäftigte. Der Sitz des Unternehmens liegt direkt neben dem Walmuseum in Lajes, zu dem es enge Beziehungen unterhält.

Mit der Walbeobachtung haben die Azoren einen Nischenmarkt im Ökotourismus besetzt, und die wirtschaftlichen Folgen für die Inseln sind deutlich spürbar. Die meisten einheimischen Unternehmen bieten „Übernachtungspakete“ an, dank derer die Touristen länger auf den Inseln verweilen – in der Regel bis zu acht Tage. Für Tagesgäste führen die meisten Unternehmen Exkursionen von einem oder einem halben Tag durch. Eine weitere Wachstumsbranche auf den Azoren ist die private Vermietung von Booten an Filmcrews, Wissenschaftler usw.

www.espacotalassa.com

Touristische Pauschalangebote: Natur- und Kulturerlebnisrouten

Ein regionales Entwicklungskonzept mit einem umfassenden touristischen Angebot dürfte mehr Touristen in ein Fischwirtschaftsgebiet locken und zu einem längeren Aufenthalt bewegen als mehrere unabgestimmte Einzelmaßnahmen. Eine Möglichkeit besteht in der Schaffung von Natur- und Kulturerlebnisrouten rund um die regionalen Besonderheiten und unter Einbeziehung der regionalen Bevölkerung. Aufgrund der Vielzahl der zu beteiligenden Akteure ist dieser Ansatz im Rahmen von Achse 4 besonders gut geeignet. Die Mitwirkenden können gemeinsam die regionalen Attrak-

tionen (Natur, Kultur- und Baudenkmäler, regionale Speisen und Getränke usw.) analysieren, die am besten geeigneten auswählen und ein stimmiges Tourismuspaket schnüren, das der ganzen Region nutzt und die Grenzen der Nachhaltigkeit nicht überschreitet.

Die FLAG kann einen wichtigen Beitrag zur Zusammenführung der Akteure sowie zu Werbung und Vermarktung leisten. Natur- und Kulturerlebnisrouten durch die Gebiete mehrerer FLAGs (z. B. entlang eines Küstenabschnitts) sind ebenfalls möglich; sie können die Zusammenarbeit zwischen benachbarten Gruppen stärken.

Natur- und Kulturerlebnisrouten in Dolenjska und Bela Krajina, Slowenien



Die Natur- und Kulturerlebnisrouten in den Regionen Dolenjska und Bela Krajina in Slowenien wurden im Verlauf der 1990er Jahre eingerichtet. Das Gebiet wurde wegen seiner unberührten Natur, seiner landschaftlichen Schönheit und seiner langen Tradition für hochwertige Lebensmittel und Weine als touristisch interessant eingestuft. Allerdings waren sich die regionalen Handlungsträger voll und ganz der Gefahr bewusst, dass ein Massentourismus mit Billigangeboten das natürliche und kulturelle Erbe beeinträchtigen und die touristische Destination abwerten kann. Sie waren daher entschlossen, die Eigentumsrechte fest in der Hand der Bevölkerung vor Ort zu belassen und diese eng in das Projekt einzubinden, so dass ihr im Gegenzug auch der Nutzen aus dem Projekt zufließen konnte.

Die regionale Handelskammer ermittelte unter Mitwirkung externer Berater rund 150 interessante Punkte, von denen schließlich 28 für die Aufnahme in die Natur- und Kulturerlebnisrouten ausgewählt wurden. Man wollte ein touristisches Angebot ausarbeiten, das einen Aufenthalt von bis zu sieben Tagen Dauer rechtfertigen konnte. Daraus entstand eine regionale Arbeitsgemeinschaft mit 32 Partnern aus der Verwaltung, der Privatwirtschaft und aus NGO's.

Um die Aufmerksamkeit der Reiseveranstalter auf den Natur- und Kulturwanderweg zu lenken, wurde mit Hilfe eines Beratungsunternehmens eine groß angelegte mehrjährige Werbekampagne durchgeführt. Derzeit stehen Aktivurlaubern, die in Slowenien wandern, Rad fahren, reiten oder rudern wollen, zwei Pauschalangebote (der Bleider See und die Hauptstadt Ljubljana) zur Verfügung. Die Routen sind mit anderen touristischen Leistungen (Unterkünfte, Information, Gastronomie, Geschäfte usw.) verknüpft.

Die Anzahl der Besucher in der Region ist seit dem Jahr 2002 um 10 % bis 15 % jährlich gestiegen. Von diesem Wachstum profitieren sowohl die touristischen Leistungsträger als auch die rund 600 regionalen Anbieter von Leistungen, die indirekt mit dem Tourismus verbunden sind. Darüber hinaus hat die Einrichtung der Natur- und Kulturerlebnisrouten mehrere grenzüberschreitende und bilaterale Kooperationsprojekte mit anderen Ländern nach sich gezogen.

Wesentliche Herausforderungen:

- > Das Schnüren eines authentischen „Tourismuspakets“ in einem Gebiet, das der Öffentlichkeit nicht als typische Touristenattraktion bekannt ist, kann schwierig sein. Es beansprucht daher einen großen Zeit- und Arbeitsaufwand einschließlich professioneller Werbung.
- > Die Rolle des „Moderators“ trägt entscheidend dazu bei, dass die Einbindung von Wirtschaft und Gesellschaft in die Entwicklung eines komplexen touristischen Produkts wie beispielsweise einer Natur- und Kulturerlebnisroute gewährleistet wird.

Gesamtkosten: ca. 2 115 000 €

Erhaltene Gesamtzuschüsse: ca. 1 700 000 € (aus verschiedenen nationalen und EU-Förderprogrammen).

Gemeindemittel: ca. 190 000 €. Sachleistungen: ca. 225 000 €

www.slovenia.info/?pot_dediscine=2058&lng=2

Wesentliche Erkenntnisse

- > *Es muss unterschieden werden zwischen Regionen, die bereits wichtige Fremdenverkehrsziele darstellen, Regionen, die in der Nähe großer Ballungszentren liegen und Regionen, die abgelegen und als Urlaubsort noch unbekannt sind. Diese Unterschiede sind bei der Konzepterstellung zu berücksichtigen.*
- > *Es ist herauszuarbeiten, inwieweit die Fischerei mit ihren Erzeugnissen, Methoden und Traditionen das touristische Angebot aufwerten kann. Immer mehr Touristen wollen im Urlaub „etwas Neues erleben“, aber die Kombination der entsprechenden Angebote mit dem normalen touristischen Leistungsspektrum bedarf großer Sorgfalt.*
- > *Man muss seine Zielgruppe kennen und deren Erwartungen gerecht werden (Beispiel: Hotel Almadraba).*
- > *Das touristische Angebot sollte gezielt an den Stärken der Region (z. B. Fischrestaurants) und den Fähigkeiten ihrer Bevölkerung (z. B. Walbeobachtung) ausgerichtet werden.*
- > *Diversifizierungsprojekte können für Fischwirtschaftsgebiete zwar von Nutzen sein (Pescaturismus im Département Var, Walbeobachtung vor den Azoren), aber jede neue touristische Aktivität in einem solchen Gebiet bedarf einer realistischen Betrachtung ihrer Vor- und Nachteile. Welche Chancen bietet sie den regionalen Arbeitgebern oder Arbeitnehmern? Erhöht sie den Absatz regionaler Fischerzeugnisse oder das Einkommen für Fischerfamilien? Verschärft sie die Konkurrenz auf See oder an Land (z. B. Neubauten in Küstennähe)? Es muss realistisch geplant werden, mit welchen Maßnahmen Hemmnisse beseitigt und der Nutzen sowohl für die Fischerei als auch für die einheimische Bevölkerung insgesamt maximiert werden können.*
- > *Die richtige Angebotsmischung für die Besucher muss gefunden werden. Wer sich nur auf Unterkünfte oder Gastronomie konzentriert, wird weitaus weniger Besucher anlocken als mit einem stimmigen Gesamtpaket (Beispiele: Natur- und Kulturerlebnisrouten, Ittiturismo).*
- > *Einer der wichtigsten Beiträge der FLAGs besteht in der Unterstützung derjenigen Vorarbeiten (Zusammenführung und Schulung der verschiedenen Projektträger, Durchführung von Markt- und Machbarkeitsstudien, Überwindung rechtlicher und amtlicher Hürden usw.), mit denen die Voraussetzungen für neue touristische Angebote geschaffen werden, und danach in der Förderung gezielter Werbemaßnahmen, damit diese Angebote ein Erfolg werden können. Dafür haben die FLAGs ausreichend Zeit und Mittel zu gewähren und sicherzustellen, dass ihre Verfahren flexibel genug sind (Beispiele: Natur- und Kulturerlebnisrouten, Hotel Almadraba).*

2.5 Kreative Wirtschaftszweige: Kunst und Kultur als Motor der wirtschaftlichen Entwicklung

Eine weitere Möglichkeit zur Diversifizierung eines Fischwirtschaftsgebiets bietet sich im Bereich Kunst und Kultur. In den letzten Jahrzehnten haben viele lokale und regionale Gemeinschaften in aller Welt erkannt, dass die Erschließung der schöpferischen Kraft ihrer Bevölkerung das Potenzial zur **Schaffung neuer Beschäftigungsfelder** und Arbeitsplätze sowie zur **Stärkung des Gemeinschaftsgefühls und des Vertrauens in die Zukunft** besitzt. Es gibt viele bedeutende traditionelle Kunst- und Handwerksformen (Kunsthandwerk, Musik, Bekleidung usw.) mit einer Verbindung zur Fischerei. Für kulturelle Innovationen stehen daher auch Mittel aus Achse 4 bereit.

Einer Statistik der Europäischen Kommission zufolge erwirtschafteten die europäischen Kreativbranchen im Jahr 2003 mit 5,8 Millionen Beschäftigten einen Umsatz von über 654 Milliarden Euro (2,6 % des BIP). Im Verlauf des Europäischen Jahres für Innovation und Kreativität (2009) wurde deutlich, dass die Erschließung der Kreativität ein Erfolgsmodell für wirtschaftlichen Aufschwung und die Schaffung von Arbeitsplätzen nicht nur in den Großstädten, sondern auch in Mittel- und Kleinstädten sein kann. Zudem ist es ein Sektor, der schneller wächst als die übrige Wirtschaft und aufgrund seiner schöpferischen Vorleistungen für andere Branchen und seiner zunehmenden Digitalisierung einen enormen Multiplikatoreffekt haben kann. Weitere Informationen über die Bündelung schöpferischer Tätigkeiten finden sich unter www.urbact.eu.

Projekte mit dem Schwerpunkt Kunst und Kultur können die Aufmerksamkeit von Besuchern (Künstler, Kritiker, Medienbeschäftigte und Touristen), aber auch derjenigen Einheimischen wecken, die nicht jeden Tag die Gelegenheit haben, an kulturellen Aktivitäten teilzuhaben. Mit Kunstfestivals und Kunstseminaren, Ausstellungen und Museen kann man der Bevölkerung vor Ort das Gefühl vermitteln, sowohl Produzent als auch Konsument von Kunst zu sein, und sie bieten eine Möglichkeit zur Entdeckung und Inwertsetzung der heimischen „Schätze“ aus der Natur, Architektur, Kleidung, Erzählkunst und Volksmusik, aus Tradition und Fantasie, aus Vergangenheit und Gegenwart.

Es gibt zwar auch Beispiele für erfolgreiche private Galerien, Museen und sogar Theater (vor allem in Großstädten, weniger häufig dagegen in abgeschiedenen, dünn besiedelten Gebieten), aber in der Regel erfordert die Diversifizierung im Bereich Kunst und Kultur – anders als die Diversifizierung im Tourismus, die vor allem von der gewerblichen Wirtschaft vorangetrieben wird – die maßgebliche Mitwirkung des öffentlichen Sektors oder von NGO's. Ortsansässige mit Kenntnissen über die Trends in der zeitgenössischen Kunst und mit guten Beziehungen zu den Medien sind von großer Bedeutung. Die FLAG kann einen wichtigen Beitrag zur Förderung solcher Initiativen leisten und dafür sorgen, dass alle Einheimischen einschließlich der Fischer und Fischerfamilien von solchen kulturellen Angeboten profitieren.

Wenn ein Fischwirtschaftsgebiet beschließt, Kunst und Kultur in sein Diversifizierungskonzept aufzunehmen, kann sich ein eindrucksvolles Spektrum an Möglichkeiten ergeben. In den folgenden Abschnitten können daher nur einige wenige Beispiele aufgeführt werden: ein Museum in Estland, Themendörfer in Polen und ein Graffiti-Festival in einem Hafen in Italien. Bei der Betrachtung dieser Beispiele sollten die FLAGs prüfen, wen sie aus ihrem Fischwirtschaftsgebiet einbinden könnten, und wie man damit qualifizierte Arbeitsplätze, Wissen und Wohlstand fördern kann.

Museen und Ausstellungen

Museen und Ausstellungen vor Ort sind eine gute Möglichkeit, Geschichte, Traditionen und Erzeugnisse einer Region zu bewerben. Darüber hinaus kann die einheimische Bevölkerung eingebunden werden (etwa mit der Bitte, leihweise antike Werkzeuge oder andere Gegenstände zur Verfügung zu stellen) und auf diese Weise die Heimatverbundenheit gestärkt und die Kreativität angeregt werden.

In Portugal beispielsweise wurde das Netzwerk „Hüter der Küstenkultur“ gegründet und die Online-Datenbank www.ccc.mutuapescadores.pt zur Erfassung der kultur- und entwicklungspolitischen Aspekte des Meeres und der Fischerei eingerichtet. Die Datenbank ist thematisch aufgebaut und deckt die Bereiche Personen, Organisationen, Objekte, Bauten (Häuser/Boote), Dokumente, Geschichten, Ereignisse und Methoden ab. Die Federführung für das Projekt hatte eine Fischerei-Versicherungsgenossenschaft (Mútua dos Pescadores); eng eingebunden sind regionale Wirtschaftsförderungs-, Kultur- und Naturerbeverbände, die Vereinigung portugiesischer Frauen in der Fischerei, zwei Universitäten und ein Museum. Ziel ist die Förderung des Bewusstseins für die Fischereikultur und die Initiierung regionaler Entwicklungsinitiativen. Darüber hinaus werden Schulungen angeboten und Hilfsmittel bereitgestellt. Besonders praktisch sind die Online-Seminare, bei denen man beispielsweise miterleben kann, wie ein traditionelles Holzboot entsteht.

Die Fischereigenossenschaft („Cofradía“, dt. Bruderschaft) von L'Escala in Spanien hat bewiesen, dass aus Maßnahmen dieser Art auch ein profitables Unternehmen entstehen kann. Ihr „Ausstellungszentrum“ wurde bei den Girona Convention Bureau Awards 2009 mit dem Preis für das „beste Unternehmen“ ausgezeichnet. Das Zentrum, das Jung und Alt in seinen Bann zieht, ist Teil eines dynamischen Hafengebiete, in dem die Genossenschaft ein Restaurant betreibt, Seminare und Kurse durchführt sowie Führungen zur Anlegestelle und zur

Fischauktion anbietet. Die Dauerausstellung vermittelt einen Einblick über das Leben und die Arbeit der heimischen Fischer, fördert einen verantwortungsbewussten Fischfang und lehrt den Respekt vor der Umwelt. Eines der beliebtesten Angebote sind die „Kochshows“, bei denen bekannte Chefköche vor Zuschauern Fischgerichte improvisieren müssen. Anschließend wird bei einer Verkostung das beste Gericht ermittelt. Weitere Informationen unter www.maram.cat/en/

Die Förderung eines Museums oder einer Ausstellung benötigt eine professionelle Vorgehensweise und die Zusammenarbeit verschiedener Partner. Die FLAGS können bei der Zusammenführung dieser Partner eine wichtige Rolle spielen. Ein Museum kann überdies Teil eines touristischen Gesamtpakets sein. Sobald es bekannt genug ist, kann es selbst für andere regionale Ziele und Produkte werben.

Das ist beim Museum für Küstenfolklore in Estland der Fall. Neben seinen Ausstellungen richtet es unter anderem Picknicks und Familienveranstaltungen aus und verkauft Körbe mit Lebensmitteln aus estnischer Erzeugung. So wird die vorhandene Fläche vielfältig genutzt und ein Zusatzverdienst für andere Anbieter geschaffen. Darüber hinaus besteht eine Zusammenarbeit mit drei anderen einheimischen Museen, von denen eines jeden Samstag einen Bauernmarkt veranstaltet.

Fischereihafen in Bremerhaven, Deutschland

Im historischen Teil des Fischereihafens von Bremerhaven vereinen sich ein Museum, Fischfangtradition und Kultur zu einer maritimen Erlebniswelt. In der ehemaligen Fischpackhalle IV befinden sich Restaurants, Hafenkneipen und Geschäfte für maritimes Zubehör. Hinzu kommen das Informations- und Veranstaltungszentrum „Forum Fischbahnhof“, das Seewasseraquarium „Atlanticum“, ein Seefischkochstudio, ein Theater und andere Sehenswürdigkeiten (unter anderem der zum Museumsschiff umfunktionierte legendäre Seitentrawler „Gera“). Derzeit prüft die FLAG Bremerhaven gemeinsam mit einem ortsansässigen Institut für Fischqualitätsprüfung, wie sich das touristische Gesamtpaket rund um das Forum Fischbahnhof weiterentwickeln lässt.

www.fbg-bremerhaven.de



Museen und Ausstellungen können auch von **technischen Neuerungen** profitieren. Deshalb sollten die FLAGs die Projektträger auffordern, bei der Planung ihrer Diversifizierungsmaßnahmen über Innovationen nachzudenken. Die *FLAG Var* in Frankreich beispielsweise hat ein Projekt zur Digitalisierung von Daten über das Natur- und Kulturerbe der heimischen Küstenregion unterstützt. Diese Daten – darunter auch Videos – sind in Form von Strichcodes an oder bei den entsprechenden Sehenswürdigkeiten verfügbar und lassen sich abrufen, indem man ein Handy vor den Strichcode hält. Das Projekt umfasst ferner Ausstellungen im örtlichen Museum für Meeresarchäologie und ist vor allem deshalb erfolgreich, weil es neue, vor allem jugendliche Zielgruppen erreicht hat. Darüber hinaus sind vor Ort neue Arbeitsplätze unter anderem in der Datenerhebung, Datendigitalisierung und Pflege des IT-Systems sowie für Beraterinnen und Berater entstanden, die Besuchern den Umgang mit der Technik erklären.

Themendörfer¹³

Die Idee der „Themendörfer“ hat ihren Ursprung im wirtschaftlichen Niedergang kleiner Ortschaften im Zuge des Strukturwandels in der Landwirtschaft, Fischerei und anderen Bereichen des primären Sektors sowie im wachsenden Interesse an der „Erlebniswirtschaft“ (der Wunsch der Menschen nach ungewöhnlichen Erlebnissen, nach Abenteuern, bei denen sie nicht nur Beobachter sind, sondern selbst aktiv werden).

Derartige Erlebnisse bieten Themenstädte oder Themendörfer wie beispielsweise das „Klatschmohndorf“ in Österreich oder das „Hobbit-Dorf“ in Polen. Dort können die Besucher unter Anleitung ausgebildeter Dorfbewohner an vielerlei Spielen teilnehmen und in Märchen oder anderen Geschichten mitwirken. Dazu gehört es, themengerecht geschminkt und gekleidet zu sein und auch das Erscheinungsbild des Dorfes entsprechend anzupassen.

Themendörfer sind vor allem in solchen Regionen sinnvoll, die von einer Schrumpfung der wichtigen Wirtschaftszweige (z. B. der Fischerei) betroffen und für eine touristische Erschließung im großen Stil nicht reizvoll genug sind. Mit einem Thema lassen sich nicht nur zusätzliche Einnahmen (in der Regel aus Kurzaufenthalten) erzielen, sondern – und das ist noch wichtiger – es gibt den Dorfbewohnern ein neues Ziel und kann dadurch, dass es Jung und Alt gleichermaßen einbindet, den gesellschaftlichen Zusammenhalt stärken. Infolgedessen weisen Dörfer, die sich als Themendorf präsentieren, eine bessere gesellschaftliche und wirtschaftliche Entwicklung auf als andere Dörfer mit ähnlichen Voraussetzungen.

¹³ Viele Informationen und Anregungen für diesen Abschnitt wurden von Dr. Waclaw Idziak von der Technischen Universität Koszalin bereit gestellt.

Themendörfer in Polen



In vielen nordpolnischen Dörfern im küstennahen Hinterland, in denen die Arbeitslosigkeit vor allem wegen des Zusammenbruchs der staatlichen Landwirtschaftsbetriebe teilweise über 25 % betrug und die Familien schon in zweiter Generation betroffen waren, konnten Themendorfprojekte große Erfolge verbuchen. In den entsprechenden Dörfern ist die Motivation für Neues hoch, und häufig sind es die benachteiligten Bevölkerungsgruppen, die sich am stärksten einbringen. Dazu zählen auch die Frauen.

In der Region Westpommern wurden mit Unterstützung der Gemeinschaftsinitiative EQUAL in den Jahren 2005 bis 2008 fünf Themendörfer gegründet. Die Dorfbewohner wurden in mehreren Sitzungen mit dem Projekt vertraut gemacht. Die weiteren Projektarbeiten umfassten eine Bestandsanalyse, die Themenauswahl, die Aufstellung eines Plans für die Gestaltung des Themendorfs, die Zusammenarbeit mit externen Partnern (z. B. mit dem Thema vertraute Hochschulen, Verbände oder Vereine), Kommunalverwaltung, Schulträgern, Kirche usw., eine Marktanalyse, Schulungsmaßnahmen, die Vorbereitung der technischen und organisatorischen Infrastruktur, die Vermarktung des „Produkts“, die Messung der Kundenzufriedenheit und die allmähliche Ausweitung des Angebots (z. B. von saisonal zu ganzjährig). Es wurden zwar externe Berater hinzugezogen, aber die tragende Säule spielte die enge Einbindung der Bevölkerung.

In den ausgewählten Dörfern wurde ein breites Angebotsspektrum geschaffen. Dazu gehörten Freiluftspiele im Hobbit-Dorf in Sierakowo, der Bildungsweg „Gesund Leben“ in Dąbrowa, Feldspiele und Flecht-kurse im Labyrinth-Dorf in Papoty, die Entdeckung von Weihnachts- und Ostertraditionen im „Dorf am Ende der Welt“ in Iwięcino sowie Märchen und Radfahren in Podgórk. Viele der Besucherinnen und Besucher sind im Vorschul- oder Schulalter, aber in einige Dörfer kommen auch erwachsene Gäste.

Die gesammelten Erfahrungen weckten auch das Interesse anderer Dörfer in ganz Polen. Im pommer-schen Karwno beispielsweise wurde im Jahr 2008 unter Mitwirkung der Gemeinde, des Sozialzentrums, der Gemeinderatsmitglieder, der Eigentümer des privatisierten staatlichen Landwirtschaftsbetriebs und anderer Stellen eine Initiative zur Einrichtung eines Themendorfs auf den Weg gebracht. Die Auswahl des The-mas dauerte sechs Monate, und schließlich wurde Karwno zum „Dorf der Fantasie“ mit Handwerkskursen, Feld- und Fantasiespielen. Im Jahr 2010 kamen bereits 700 Besucherinnen und Besucher. Das Animations-angebot (mit 23 bis 37 erwachsenen Beteiligten und vielen Kindern) zog die Gründung eines Dorfvereins und einer Trommelgruppe nach sich. Und wo man früher lediglich in einem einzigen Landgasthof über-nachten konnte, gibt es jetzt vier Häuser mit insgesamt 45 Betten und einen Gastronomiebetrieb. Das Dorf und seine Wohnhäuser sind verschönert worden, und die Zuversicht der Einwohnerinnen und Einwohner ist gewachsen.

Die Gesamtkosten des Projekts (Ausbildung und Animation) beliefen sich auf rund 45 000 € und wurden vollständig vom ESF abgedeckt.

www.wioskitematyczne.org.pl

Festivals

Kulturveranstaltungen und Kulturfeste fördern nicht nur die Kreativität, sondern auch eine echte Verbindung zwischen Kulturpolitik und regionaler Wirtschaftsförderung. In Fischwirtschaftsgebieten können sie sich natürlich um die heimischen Erzeugnisse drehen, aber es lassen sich durchaus auch Ausflüge in die

Musik oder die Kunst wagen. Zwar stellen Veranstaltungen mit namhaften Künstlerinnen und Künstlern nicht für alle Fischwirtschaftsgebiete eine Option zur Steigerung des Bekanntheitsgrades dar, aber für einige ehrgeizige FLAGs könnten derartige Projekte durchaus von Interesse sein. In der italienischen Stadt Ancona ist man sehr gut damit gefahren.

Kunsthauptstadt „Porti Aperti“ in Italien



Die Kommunalverwaltung der Stadt Ancona versucht schon seit Jahren, die Anziehungskraft der Region zu stärken und ein kunstfreundliches Umfeld zu fördern. Dieses Bemühen geht einher mit dem speziell auf das Fischereierbe der Stadt ausgerichteten Festivalprojekt „Offene Häfen“, in das alle Seehäfen in der Region Marken, deren Hauptstadt Ancona ist, einbezogen sind. Mit dem Festival will man die Fischereihäfen öffnen, die Fischerei in das Stadtleben integrieren, die Aufmerksamkeit auf die lange Fischereitradition der Region lenken und den Konsum einheimischer Fisch-

arten fördern. Es fand mit Unterstützung durch das FIAF¹⁴ erstmals im Jahr 2005 statt, wird seit einigen Jahren aber aus regionalen und kommunalen Mitteln finanziert.

Im Rahmen des Festivals rief die Stadt Ancona im Jahr 2010 das Projekt ICTYS oder „Kunst- und Fischereifestival“ ins Leben. Dabei arbeiten Fischerei und zeitgenössische Kunst gemeinsam an der Steigerung der Attraktivität der Hafenzonen. An einem Wochenende im September verwandelte sich der Fischereihafen in eine Bühne für künstlerische Darbietungen: eine Fotoausstellung („Foto-Poesie“) über die Fischerei in Ancona, ein Freiluftkino mit Filmen über unterschiedliche Aspekte der Fischerei, Musikaufführungen, Verkostungen von regionalen Fischarten usw.. Höhepunkt der Veranstaltung war eine Ausstellung zum Thema urbane Kunst, an der sich Künstlerinnen und Künstler aus aller Welt beteiligten. Sie schmückten die Rümpfe der Fischerboote und die Hafengebäude mit Graffiti zum Thema „Meer“.

Die Veranstaltung lockte über 2000 Besucherinnen und Besucher an und wurde in den Medien mit zahlreichen Berichten bedacht. Einundzwanzig Straßenkünstlerinnen und Straßenkünstler (unter ihnen fünf aus Ancona) besprühten die Rümpfe von elf Fischerbooten und zahlreiche Hafengebäude mit Graffiti. An der Entwicklung des Festivals mitgewirkt haben die Stadt Ancona, die örtlichen Fischereivereinigungen und ein Kulturverein, der über die Kunst die regionale Erneuerung fördern will.

Die Projektkosten beliefen sich auf rund 25 000 €. Davon wurden 20 000 € aus nationalen Fördermitteln abgedeckt und 5 000 € von der Gemeinde aufgebracht.

www.portiaperti.regione.marche.it

¹⁴ Finanzinstrument für die Ausrichtung der Fischerei, siehe Verordnung (EG) Nr. 1263/1999 des Rates vom 21. Juni 1999 <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31999R1263:DE:HTML>

Wesentliche Erkenntnisse

- > *Die schöpferische Kraft des Menschen ist für eine erfolgreiche kommunale bzw. regionale Entwicklung unverzichtbar. Die FLAGs sollten die kreativen Köpfe in der Bevölkerung finden und unterstützen.*
- > *Kunst- und Kulturprojekte brauchen nicht teuer zu sein. In erster Linie bedarf es der Fähigkeit, sich die schöpferische Kraft der Einheimischen zunutze zu machen (und dabei auch Frauen und Kinder einzubeziehen!). Sie können oft mit einfachen, aber außergewöhnlichen Ideen aufwarten (Beispiel: Bemalung der Bootsrümpfe in Ancona).*
- > *Kreativität macht auch vor Kleinstädten und abgeschiedenen ländlichen Gebieten keinen Halt. Eine größere Stadt (Ancona, Bremerhaven) oder die Nähe einer solchen können zwar hilfreich sein, aber die Nähe zu beliebten Urlaubsorten (viele Themendörfer liegen im Hinterland der Ostseeküste) reicht bisweilen schon aus.*
- > *Initiativen und Veranstaltungen, bei denen Kreativität gefragt ist, können dazu beitragen, entsprechend begabte Persönlichkeiten anzulocken und zu halten sowie Chancen für junge Menschen zu eröffnen.*
- > *Projekttäger sollten motiviert werden, technische Neuerungen in ihre Überlegungen einzubeziehen, wenn diese zum Beschreiten neuer Wege beitragen können.*
- > *Anfangs können Kunst und Kultur noch als „Event“ (z. B. Aufführungen, Festivals) verpackt werden, doch im Laufe der Zeit sollten die von den FLAGs geförderten Projekte auf langfristige Tragfähigkeit zielen (z. B. Museen, regelmäßige statt einmalige Veranstaltungen, Herstellung dauerhafter Bindungen zu wichtigen Persönlichkeiten in der Kunst usw.).*
- > *Mit kulturellen Veranstaltungen und Einrichtungen lässt sich die zukunftsgerichtete Entwicklung in einer Region beschleunigen.*

2.6 Soziale Dienste und Weiterbildung

Die Alterung der Bevölkerung, die wachsende Anzahl weiblicher Erwerbstätiger und die zunehmende soziale und kulturelle Vielfalt sind heute für die gesellschaftspolitische Entwicklung in Europa mitbestimmend. Daraus ergeben sich Chancen, aber auch Herausforderungen für jene Fischwirtschaftsgebiete, die den gesellschaftlichen Zusammenhalt und die Chancengleichheit fördern und dafür sorgen wollen, dass die einheimische Bevölkerung aktiv, qualifiziert und informiert ist. Vor dem Hintergrund der Strategie Europa 2020, deren Ziel die Förderung einer hohen Erwerbstätigenquote sowie des sozialen und territorialen Zusammenhalts ist, wird im Folgenden beispielhaft beschrieben, welche Dienstleistungsarten die FLAGs für eine Förderung in Betracht ziehen könnten, wenn sie ihre Region in einen attraktiven Platz zum Wohnen und Arbeiten – und zum Verbringen des Lebensabends – verwandeln wollen.

Betreuungs- und Sozialdienste

Viele FLAGs stellen in ihren Konzepten die Alterung der Bevölkerung in ihrer Region als Schwachpunkt dar, aber die wachsende Anzahl älterer und betreuungsbedürftiger Mitbürgerinnen und Mitbürger eröffnet auch Chancen. Die Älteren besitzen Kenntnisse und Erfahrungen, die sich mit entsprechenden Projekten erschließen lassen, und sie haben zumeist die Zeit, die den Erwerbstätigen immer mehr fehlt. Darüber hinaus sind Betreuungsbedürftige – Ältere, Kinder, Behinderte – die Zielgruppe eines Marktes für soziale Leistungen, der in Zukunft erheblich wachsen dürfte. Die Leistungen der Betreuungseinrichtungen sind unentbehrlich für jede Gemeinschaft, die Betreuungsansprüche und die Ziele eines aktiven Erwerbslebens miteinander in Einklang zu bringen versucht.

Ein gutes Dienstleistungsangebot für Ältere und Abhängige steigert nicht nur die Anziehungskraft einer Region, sondern es begünstigt auch die Schaffung neuer Arbeitsplätze in Betreuungszentren und vergleichbaren Einrichtungen wie auch bei deren Zulieferern. Fischwirtschaftsgebiete können für Menschen von Interesse sein, die ihren Ruhestand an der Küste oder in ruhiger ländlicher Umgebung verbringen und dort auch Betreuungsdienste in Anspruch nehmen wollen. Neben vielen von Sozialdiensten betriebenen Seniorenresidenzen und Pflegeheimen gibt es Beispiele für privatwirtschaftliche Einrichtungen, die wichtige soziale Leistungen anbieten und wirtschaftlich tragfähig sind. Sie finanzieren sich aus Sozialversicherungsbeiträgen und/oder privaten Zahlungen.

Einige der erfolgreichsten Betreuungseinrichtungen sind jedoch jene, die neue Wege beschreiten und die Betreuungs- mit anderen Tätigkeiten verbinden. Und umgekehrt gibt es Strand- und Landhotels, die sich zur Verlängerung ihrer Touristensaison mit speziellen Pauschalangeboten an Ältere und Behinderte wenden. Das folgende Beispiel zeigt, wie es die Inhaberin einer Fischfarm geschafft hat, ein Betreuungsangebot für Behinderte mit einem Angelangebot für Touristen zu kombinieren.

Die Regenbogenforellenfarm in den Niederlanden



„De Regenboogforel“ (Die Regenbogenforelle) ist ein zwei Hektar großes Fischzucht- und Angelzentrum im Dorf Meerkerk im Süden der Niederlande. Die jungen Forellen werden mit einem Lebendgewicht von 300 bis 600 Gramm zum Preis von einem Euro je Kilo gekauft und dann in einem Fischteich ausgesetzt. Geangelt werden sie zumeist in den Sommermonaten, aber hartgesottene Sportfischer kommen auch im Winter. Sie zahlen 17,50 € für einen halben Tag (am Morgen, Nachmittag oder Abend) und dürfen den Fang mitnehmen.

Im Jahr 2009 begann die Eigentümerin Rosita van Steenis damit, Tagesbetreuung für Jugendliche und Erwachsene mit körperlichen oder geistigen Einschränkungen anzubieten. Zur Zeit kommen vier autistische Jungen mehrmals

in der Woche für einen halben Tag auf die Farm. Der offizielle Preis beträgt 45 € pro Person und halbem Tag. In den Niederlanden sind Betreuungsleistungen eines land- oder fischereiwirtschaftlichen Betriebs mehrwertsteuerfrei.

Die betreuten Jugendlichen arbeiten zumeist im Betrieb mit. Auf dem Programm stehen Reinigungstätigkeiten, Mitarbeit beim Einsetzen der Kleinfische sowie bei der Fütterung der Fische und anderer Tiere, Begrüßung der Angler, Vorbereitung der Angelruten und Köder, Beantwortung von Fragen der Angler usw. Darüber hinaus helfen sie beim Räuchern, im Gemüsegarten oder in der Kantine, und bisweilen können sie auch selbst angeln gehen. Wie in jedem land- oder fischereiwirtschaftlichen Betrieb ändern sich die Aufgaben mit den Jahreszeiten. Im Sommer überwiegt der Angelbetrieb, im Winter stehen in erster Linie Instandhaltungsarbeiten an.

Frau Van Steenis ist darauf bedacht, dass die betreute Arbeit auf der Fischfarm den Jugendlichen die Möglichkeit zur Weiterbildung bietet und sie in der persönlichen Entwicklung erkennbar weiterbringt. Für Frau Steenis geht Qualität vor Quantität. Deshalb nimmt sie stets nur so viele Betreuungsgäste auf, dass jeder seine sozialen Fähigkeiten mit dem für ihn geeigneten individuellen Tempo weiterentwickeln kann. Bei der Suche nach geeigneten Gästen, der Einschätzung ihrer Erfahrungen und der Optimierung der betrieblichen Betreuungsqualität kooperiert Frau Van Steenis mit dem Verein für betriebliche Betreuungsmaßnahmen in Utrecht. Die Betreuungsgäste erhalten die Gelegenheit, soziale Kontakte zu den Angelgästen zu knüpfen, und die Angler sichern dem Fischzuchtbetrieb das wirtschaftliche Überleben.

Kontakt: info@forelvisvijverszederik.nl

Das nächste Projekt ist ein weiteres Beispiel für gesellschaftliche Integration, allerdings durch bezahlte Beschäftigung. Es erfüllt sowohl eine gesellschaftliche Aufgabe, indem es Behinderten die Möglichkeit zur

betrieblichen Mitarbeit und zur Einbringung ihrer Fertigkeiten und Kenntnisse gibt, als auch eine wirtschaftliche Funktion, indem es Erlöse erwirtschaftet und Arbeitsplätze schafft.

Zwischen Meer und Land: Förderung von Erwerbstätigkeiten für behinderte Fischer in Frankreich



Der Verein „Navicule Bleue“ hat mit Unterstützung durch die FLAG Marennes Oléron mehrere Möglichkeiten zur Wiedereingliederung von auf See verunglückten Fischern in den Arbeitsmarkt entwickelt. Dazu gehören unter anderem Ausbildungs- und Beratungsleistungen. Im Rahmen des Projekts wurden die Bedürfnisse ehemaliger Fischer mit Behinderungen sowie die Beschäftigungsmöglichkeiten auf umgestalteten oder für Behinderte geeigneten Arbeitsplätzen in der Fischerei oder verwandten Wirtschaftszweigen eingehend analysiert.

Den Analyseergebnissen entsprechend, wurde ein soziales Unternehmen in Form einer Behindertenwerkstatt („Atelier des Gens de Mer“) mit umgerechnet sechs Vollzeit Arbeitsplätzen gegründet. Aus Achse 4 wurden Fördermittel unter anderem für die Beschaffung der behindertengerechten Ausstattung zur Verfügung gestellt. Das Unternehmen erbringt für Kunden im Hafen qualifizierte Dienstleistungen und trägt gleichzeitig zur Bewusstseinsbildung für die Thematik bei den Kunden bei.

Aus dem Projekt ergeben sich im Wesentlichen die folgenden Erkenntnisse:

- > Die Erfordernisse und Auflagen in Bezug auf die Art der Behinderung(en) und die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen müssen von Spezialisten ermittelt werden.
- > Die Begünstigten müssen in die Umstellung eingebunden werden.
- > Es muss für Flexibilität gesorgt werden, d. h. die Fähigkeiten der Arbeitskräfte müssen ständig kontrolliert werden, um geeignete Strukturen zur optimalen Unterstützung zu ermitteln.
- > Es muss für Nachhaltigkeit gesorgt und ein sich selbst tragendes Geschäftsmodell und ein „sozialer Geschäftsplan“ ausgearbeitet werden.

In dem ebenfalls französischen Fischwirtschaftsgebiet Arcachon läuft derzeit ein vergleichbares, aber größer angelegtes Projekt mit bis zu 60 Vollzeit Arbeitsplätzen unter anderem in einem Fischzuchtbetrieb, einer Netzreparaturwerkstatt und anderen Hafenerbetrieben.

Gesamtkosten: 89 300 €. Beitrag Achse 4: 30 000 €

Kontakt: thleques@wanadoo.fr

<http://naviculebleue.com/>

Krabbelstuben und Kinderbetreuung

Kinderbetreuung und kindgerechte Angebote sind nicht nur eine Einkommensmöglichkeit, sondern können einen wichtigen Beitrag zur Aufwertung der Lebensqualität in Fischwirtschaftsgebieten leisten. Darüber hinaus sind sie insbesondere für Frauen eine wichtige Voraussetzung für den Zugang zu Ausbildung und

Beschäftigung. Eine flexible Kinderbetreuung weist auch insofern einen großen wirtschaftlichen Nutzen auf, als sie Arbeitsplätze vor allem für Frauen schaffen und, wie dem folgenden Beispiel zu entnehmen ist, das Tourismus- und Freizeitangebot in der Region ergänzen und den gesellschaftlichen Zusammenhalt stärken kann.

Kindergarten und Indoor-Abenteuerspielplatz „Little Rascals“ in Irland

Der Kindergarten und Indoor-Abenteuerspielplatz „Little Rascals“ (dt. „kleine Schlingel“) in der Ortschaft Mallow in der irischen Grafschaft Cork wurde von mehreren Unternehmen als Freizeiteinrichtung für Einheimische und Besucher der Region gegründet. Er bietet über die Betreuung der Kinder von Gemeindemitgliedern hinaus einen Hallenspielplatz mit Bällchenbad, Rutschen und Klettergerüsten für Kinder im Alter von sechs Monaten bis 12 Jahren. Die Betreiber der Einrichtung legen großen Wert auf die Entwicklung auch von behinderten Kindern. Dazu steht ein breites Angebot an Kursen und Einzelmaßnahmen zur Heranführung an Musik und Tanz zur Verfügung. Ältere Kinder können außerdem Basketball und Fußball spielen.

Die Lokale LEADER-Aktionsgruppe Blackwater Resource Development Ltd. unterstützte die Realisierung des Kindergartens und Spielplatzes in Form von Beratung, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit sowie finanziell. Das Projekt ergänzte das Entwicklungskonzept der lokalen Aktionsgruppe (LAG), indem es eine zuvor identifizierte Lücke in der Kinderbetreuung füllte. Darüber hinaus sah die LAG darin einen großen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Nutzen für die Region einschließlich positiver Effekte für den Fremdenverkehr.

„Little Rascals“ besteht jetzt seit sechs Jahren. Die Einrichtung hat 10 Beschäftigte und kann bis zu 250 Kinder gleichzeitig aufnehmen. Sie wird von den nationalen und regionalen Fremdenverkehrsämtern als „idealer Unterhaltungsspaß für Kinder und Eltern“ beworben und gilt als erhebliche Stärkung der touristischen Anziehungskraft der Region. Aber auch über 400 der einheimischen Familien machen regelmäßig von der Einrichtung Gebrauch. Und da sie gleichzeitig einen Raum bietet, in dem die Eltern während der Betreuungszeit Kontakte knüpfen und pflegen können, hat sie sich zu einem gesellschaftlichen Zentrum in der Gemeinde entwickelt.

Im Laufe der Jahre hat LEADER in Irland viele öffentliche und private Kindergärten sowie Abenteuerspielplätze für Familien mit Kindern gefördert. Diese Projekte stärken nicht nur die Wirtschaft, sondern erwiesenermaßen auch den Gemeinschaftsgeist.

Gesamtkosten: 130 000 €. Leader-Zuschuss: 65 000 € (50 %) im Rahmen der Förderung des regionalen Fremdenverkehrs.

www.avondublackwater.com und www.littlerascals.ie

Gesellschaftlicher Zusammenhalt

Die zunehmende wirtschaftliche Diversifizierung lässt nur noch wenig Raum zur Pflege der sozialen Bindungen, die aus der gemeinsamen Abhängigkeit von einem einzigen Wirtschaftszweig wie beispielsweise der Fischerei oder der Landwirtschaft entstehen. Darüber hinaus erhöht sich infolge der wachsenden Mobilität und schwindenden Ortsgebundenheit der Zuzug neuer Gemeindemitglieder, die häufig keinerlei persönliche Bindungen zu ihrem neuen Wohnort haben. Dennoch sollte die Bedeutung des gesellschaftlichen Zusammenhalts und einer gemeinsamen Identität nicht unterschätzt werden.

Das gilt vor allem für jene Fischwirtschaftsgebiete, in denen sich die Bevölkerung immer weiter von ihrem Fischereierbe entfernt. Regionen, wo der Zusammen-

halt noch besteht und sich die Bevölkerung ihrer Traditionen und ihres Erbes bewusst und darauf stolz ist, können ihre Stärken besser mobilisieren und eher von ihrem sozialen Kapital profitieren, wenn es darum geht, sich als interessanter, angenehmer und freundlicher Ort für Einheimische und Besucher zu präsentieren.

Die FLAGs können viel zur Förderung des gesellschaftlichen Zusammenhalts tun. So können sie Projekte fördern, die unterschiedliche Interessengruppen um ein gemeinsames Ziel versammeln. Allerdings kann die Stärkung innergemeinschaftlicher Bindungen schon ganz einfach damit beginnen, dass man der Bevölkerung einen Treffpunkt zur Verfügung stellt. Derartige Projekte beginnen häufig ehrenamtlich, können aber im Laufe der Zeit aus eigener Kraft wirtschaftlich lebensfähige Unternehmen werden.

Die „Dorfkneipe“ in Frankreich



Seit dem Jahr 2009 geht es mit dem kleinen ländlichen Dorf Lherm (230 Einwohnerinnen und Einwohner) im Südwesten Frankreichs wieder aufwärts. Auslöser war die Eröffnung des quirligen Kneipenrestaurants „Bar à Trucs“ durch einen ortsansässigen Verein.

In einem Dorf, dessen Ladengeschäfte nach und nach geschlossen hatten, musste die Bevölkerung „über den Tellerrand hinaus schauen“, um wieder etwas ins Leben zu rufen, was für das Dorfleben als unver-

zichtbar angesehen wurde. Und so entstand schließlich die „Bar à Trucs“, in der vieles angeboten wird und das ganze Dorf einen neuen Treffpunkt gefunden hat.

Neben dem Kneipen- und Restaurantbetrieb finden in der „Bar à Trucs“ inzwischen auch Konzerte statt. Sie sind so beliebt geworden, dass die Wochenenden vollständig mit Auftritten heimischer Bands ausgefüllt sind. Darüber hinaus gibt es einen gut sortierten „Tante-Emma-Laden“, in dem unverzichtbare Küchen- und Haushaltsutensilien sowie Erzeugnisse aus heimischer Landwirtschaft im Umkreis von rund 16 Kilometern von Lherm verkauft werden. Ein weiterer Grund für den Besuch der „Bar à Trucs“ auf eine Tasse Kaffee, einen Plausch oder die Zeitungslektüre ist für die Einheimischen das täglich frisch angelieferte und belegte Baguette für ihre Mittagspause. Im ersten Stock des Gebäudes befindet sich eine Leihbibliothek mit Internetzugang, was die Multifunktionalität der „Bar à Trucs“ unterstreicht und ihre gemeinschaftsfördernde Wirkung noch erhöht.

Da die „Bar à Trucs“ von einem Verein mit vielen ehrenamtlichen Helferinnen und Helfern betrieben wird, ist sie im wahrsten Sinne des Wortes ein „Gemeinschaftsunternehmen“, was zusammen mit der entschiedenen Unterstützung des Bürgermeisters und des Dorfrats als Hauptgrund für ihren Erfolg betrachtet wird.

Dank der Unterstützung durch die Gemeinde ist die „Bar à Trucs“ ein erfolgreiches und rentables Unternehmen geworden. Neben dem großen sozialen Nutzen, den sie dem Dorf bringt, spielt sie auch eine wichtige ökonomische Rolle: Sie sorgt dafür, dass das Dorf auch ein Stück weit von den vielen Touristen in der Region profitiert, und sichert drei einheimischen Vollzeitbeschäftigten ein Auskommen.

Kontakt: baratrucs.lherm46@yahoo.fr

Aus- und Weiterbildung

Der wichtigste Aktivposten jeder Region sind die Menschen. Letztlich sind sie die Protagonisten jeder Diversifizierung. Die Befähigung der einheimischen Bevölkerung nicht nur zur Zusammenarbeit, sondern auch zur Wettbewerbsfähigkeit in einer globalisierten und sich immer rascher verändernden Welt sollte ein Grundelement jedes regionalen und kommunalen Entwicklungskonzeptes darstellen.

In Fischereigemeinden gab es früher keinen dringenden Bedarf an höherer Schulbildung oder Fachkenntnissen in der Informations- und Kommunikationstechnik (IKT). Das ändert sich jedoch mit dem anhaltenden Strukturwandel in der Branche. Heutzutage müssen Fischerinnen und Fischer mehr können als nur Fische fangen. Kenntnisse in Betriebswirtschaft und IKT können dazu beitragen, dass die Fischerei und die mit ihr verwandten Branchen profitabel und dem modernen Leben angepasst sind: effizient, nachhaltig und offen für Neues. Mit dem Rückgang der Arbeitsplätze in der Fischerei werden viele Beschäftigte zum Wechsel in andere Branchen gezwungen sein, und eine individuelle Aus- und Weiterbildung, die ihren Erfolg in diesen Branchen begünstigt, ist das Fundament jedes Diversifizierungskonzeptes.

Gleiches gilt für die Aus- und Weiterbildung anderer Berufsgruppen in der Region, ob sie nun in der Fischveredelung arbeiten, ein Ladengeschäft betreiben oder Reisen veranstalten. Es bedarf vielfältiger Ausbildungs- und Umschulungsmaßnahmen, und die FLAGs sollten den Bildungsbedarf und die Bildungsanforderungen an den Besonderheiten ihrer Region ausrichten, um aus den vorhandenen Fähigkeiten das Beste zu machen. Sie sollten darüber nachdenken, mit welchen Aus- und Weiterbildungen die Region am besten für die Zukunft gerüstet werden kann.

Betriebswirtschaftliche und Spezialkenntnisse

In vielen Regionen werden bereits häufig kostenlose oder bezuschusste kaufmännische Kurse für kleine und mittelgroße Unternehmen angeboten. Die FLAGs sollten nach Möglichkeit über diese Kurse informiert sein und zur Teilnahme daran aufrufen. Je nach Land können solche Kurse von Arbeitsagenturen, weiterführenden Schulen oder spezialisierten Trägern angeboten werden, und es ist wichtig, dass die FLAGs eine enge Beziehung zu diesen Anbietern aufbauen und pflegen. Das folgende Beispiel zeigt, wie Fischwirtschaftsgebiete von Fachausbildungen für ihre Bevölkerung profitieren können.

Fischereiberatung in den Niederlanden

Die Firma Post Consultancy ist keine Wirtschaftsberatungsgesellschaft wie alle anderen. Herr Post, der 39 Jahre alte Geschäftsführer und Gründer des Unternehmens mit heute fünf Beschäftigten, war 13 Jahre lang Berufsfischer. Um dem wirtschaftlich schlecht dastehenden Fischereibetrieb seiner Familie (mit nur einem Fischerboot) zu helfen, übernahm Herr Post im Jahr 2007 auch die Buchhaltung – und durchlief schließlich berufsbegleitend eine Ausbildung zum Buchhalter. Mit dem Abschlusszeugnis in der Tasche stellte er den Familienbetrieb völlig neu auf.

Fischer verbrachten die meiste Zeit auf See und verrichteten dort schwere körperliche Arbeit, erklärt Herr Post. Ihre knapp bemessene Freizeit wollten sie mit ihren Familien verbringen. Um die unternehmerischen und die nicht eng mit der Fischerei verbundenen Aspekte ihrer Arbeit (Politik, Vorschriften, Steuern, Buchführung usw.) kümmerten sie sich eher am Rande. Doch genau diese Aspekte seien heutzutage für jeden Fischer äußerst wichtig, da sie die weitere Entwicklung der Branche unmittelbar und maßgeblich beeinflussten.

Nachdem Herr Post den Fischfangbetrieb seiner Familie vor der Insolvenz bewahrt und wieder auf Kurs gebracht hatte, verkaufte er ihn ein Jahr später. Seit dem Jahr 2007 berät er Arbeitgeber und Arbeitnehmer in der Fischereiwirtschaft in buchhalterischen und betriebswirtschaftlichen Fragen. Mit dieser Tätigkeit erwirtschaftet Herr Post 60 % seines Umsatzes. Seine besonderen Kenntnisse der Fischereiwirtschaft verleihen ihm einen großen Wettbewerbsvorsprung, da er die gleiche Sprache wie seine Kunden spricht. Sie brauchen keine Zeit für Erklärungen über Fangquoten, Fangzonen, Fangauflagen usw. aufzubringen. Und er durchschaut die komplexe Buchführung für Betriebe, die Boote unter verschiedenen Flaggen registriert haben.

Herausforderungen

Natürlich darf man den Aufwand nicht unterschätzen, den eine solche berufliche Veränderung mit sich bringt. Als Wirtschaftsberater hat man nicht nur eine ganz andere Lebensweise mit veränderten Arbeitszeiten, sondern man braucht einen klaren Blick für Details, man muss mit ständig neuen Vorschriften vertraut sein – und vor allem muss man erst einmal eine Ausbildung abschließen. Dann braucht man ein Büro, Computer und Telefon und – ein nicht zu unterschätzender Kostenfaktor – eine geeignete Buchhaltungssoftware.

Herr Post ist der Fischereiwirtschaft weiter verbunden, kümmert sich um die Belange seiner früheren Kollegen und pflegt enge Kontakte zu ihnen.

www.post-consultancy.nl

Die FLAGs können auch das Ausbildungsangebot in ihrer Region auf Lücken untersuchen und bei Bedarf Maßnahmen zum Füllen dieser Lücken ergreifen. Das kann entweder bedeuten, einen Projektträger zu finden, der mit seiner Qualifikation und Begeisterungsfähigkeit langfristige Lösungen ausarbeitet, oder eine Bildungseinrichtung oder einen einzelnen Dozenten mit der Durchführung bestimmter Kurse zu beauftragen. Im Folgenden sind Beispiele aufgeführt, die den FLAGs eventuell Anregungen geben können.

IKT (Informations- und Kommunikationstechnologie)

Die Nutzung der IKT stellt für eine Region einen großen Schritt hin zu mehr Konkurrenzfähigkeit und damit für mehr Wirtschaftswachstum dar. Mit einer geeigneten IKT-Ausbildung werden die zur Nutzung und Weiterentwicklung dieser modernen Technik notwendigen Kenntnisse und Fertigkeiten vermittelt und das Vertrauen in neue berufliche Möglichkeiten gestärkt.

Computerausbildung für Schalentiersammler in Spanien

Der Fischereiverband (Cofradía) von Barqueiro-Bares in der nordspanischen Region Galicien erhielt von der einheimischen FLAG einen Zuschuss zu einem IKT-Kurs für Schalentiersammler. Diese sollten mit dem Kurs in die Lage versetzt werden, die Vermarktung ihrer Produkte und die Werbung dafür stärker in die eigenen Hände zu nehmen.

Als besonders wichtig wurde die Navigation im Internet sowie das Herunterladen und Ausfüllen von Bestell- und Liefervordrucken betrachtet, da sie bisher für die Erledigung dieser Arbeiten auf eine Arbeitskraft beim Verband angewiesen waren.

Der Kurs vermittelte Grundkenntnisse in der Bedienung eines Computers und der Tastatur sowie eine Einweisung in *Word*, das Verfassen von Briefen, das Erstellen von Tabellen und das Speichern von Daten. Ebenfalls auf dem Programm stand eine Einführung in das Internet, damit die Kursteilnehmer unter anderem die örtlichen Pläne zur Schalentierbewirtschaftung einsehen und Dokumente herunterladen können wie beispielsweise die beim Erstverkauf auszufüllenden Lieferscheine.

Die Gesamtkosten beliefen sich auf 2 450 € und wurden zu 100 % von der FLAG finanziert.

Kontakt: gac1@accioncosteira.es

Gezieltes Kursangebot

Wenn die FLAG auf der Grundlage einer Bedarfsanalyse individuelle Schulungen (z. B. für Fischer und Fischerinnen) in IKT oder anderen Bereichen anbieten möchte, so kann das Spektrum von Grundkursen bis hin zu einer Komplettausbildung reichen.

Weitere Tipps für FLAGs zur Wahrnehmung ihrer Rolle bei der Stärkung des Humankapitals in ihrer Region finden sich in Kapitel 3, Abschnitt 3.2.

Tourismuskurse für Fischer in Finnland



Die Fischer im Nordosten Finnlands wussten zwar, dass sie ihre Einkünfte durch eine Tätigkeit im Tourismus würden steigern können, aber es mangelte ihnen schlicht an den dafür notwendigen Fähigkeiten und Kenntnissen. Deshalb wandte sich die FLAG in ihrem Namen an die Tourismusverwaltung der Stadt Sodankylä, und aufgrund der Ergebnisse einer Umfrage und mehrerer Gespräche zwischen Fischern, Ämtern und der FLAG wurde ein auf den Bedarf der Fischer abgestimmtes Kursprogramm erstellt.

Es wurden sieben Arbeitssicherheitskurse von jeweils ein bis vier Tagen Dauer angeboten. Sie behandelten die Bereiche Sicherheitsdokumentation, erste Hilfe und Führen eines Bootes mit Touristen an Bord. Am Ende des Kursprogramms erhielten die 14 Teilnehmer die Konzession zur Mitnahme von Touristen an Bord.

Des Weiteren fanden Kurse zum Thema Service und Produktentwicklung statt. Darin wurde den Teilnehmenden vermittelt, wie sie ein rentables Geschäft aufbauen können, das ihrer Zielgruppe gerecht wird. Neben der Gruppenarbeit umfasste diese Schulungsphase auch Einzelunterricht und persönliche Gespräche mit den Dozenten, damit die Teilnehmer eine Meinung zu ihrer Geschäftsidee einholen konnten, die sie möglichen Konkurrenten nicht verraten wollten.

Abgerundet wurde das Projekt mit Studienreisen zu erfolgreichen und weniger erfolgreichen Unternehmen in der Region. Auf diesen Exkursionen konnten die Kursteilnehmer aus erster Hand etwas über die Arbeitsweise im Tourismusgeschäft erfahren und wertvolle Kontakte knüpfen, über die sich möglicherweise Kunden gewinnen lassen.

Gesamtkosten: 78 000 €. Beitrag Achse 4: 70 200 € (90 %).

Projektträger: Stadt Sodankylä

Wesentliche Erkenntnisse

- > *Maßnahmen mit gesellschaftlichem Nutzen können auch profitabel und wirtschaftlich tragfähig sein. Bisweilen bedarf es dazu aber ergänzender Maßnahmen (Beispiele Regenbogenforellenfarm und „Kleine Schlingel“).*
- > *Die Menschen sind das größte „Kapital“ eines Fischwirtschaftsgebietes. Daher gilt es, sie mit vielfältigen Weiterbildungskursen so zu qualifizieren, dass sie die Diversifizierung ihres Gebietes selbst in die Hand nehmen können.*
- > *Die potenziellen Projekt- und die sonstigen Handlungsträger sollten über Lösungen nachdenken, die den besonderen Erfordernissen der Gemeinde gerecht werden (Beispiel Tourismuskurse für Fischer in Finnland).*
- > *Fantasie ist alles! „Schwächen“ sollten als Chance verstanden werden (Freizeit- und Betreuungsangebote für ältere Menschen; Nutzung der Erfahrung von Fischern mit Behinderungen, statt sie von Sozialhilfe abhängig werden zu lassen).*
- > *Die betriebswirtschaftlichen Grundregeln dürfen nicht außer Acht gelassen werden. Alle Unternehmen, ob gewerblich oder nicht, müssen existenzfähig sein. Vor allem bei sozialen Dienstleistungen dürfen die Projektträger die wesentlichen finanzwirtschaftlichen Grundlagen nicht ignorieren (Beispiel „Dorfkneipe“).*

3. Konkrete Schritte zur Realisierung eines Diversifizierungskonzepts

3.1 Einleitung

Gegenstand dieses Kapitels sind die konkreten Schritte, mit denen die FLAGs eine Diversifizierung einleiten können, die aus wirtschafts-, gesellschafts- und umweltpolitischer Sicht nachhaltig ist.

Ein „Diversifizierungskonzept“ im Sinne dieses Leitfadens ist nicht einfach das, was in dem Antrag auf eine Achse-4-Förderung geschrieben steht. Ein solcher Antrag sollte zwar stets den Ausgangspunkt bilden, ist aber zur Gewährleistung einer gewissen Flexibilität in der späteren Umsetzung meist recht allgemein gehalten. Vielmehr ist unter „Diversifizierungskonzept“ im Sinne dieses Leitfadens zu verstehen, dass die Maßnahmen der FLAGs zur Förderung der Diversifizierung gut geplant, systematisch und auf eindeutige Schwerpunkte gerichtet sein sollten.

Bei einem solchen Diversifizierungskonzept sind eine ganze Reihe eng miteinander verknüpfter Elemente zu berücksichtigen, die sich unterschiedlich kategorisieren lassen. Als einfacher Orientierungsrahmen für ein gutes Diversifizierungskonzept können den FLAGs die folgenden **fünf Bereiche** dienen, die alle berücksichtigt werden sollten.

Zwar sind als erstes die richtigen Ideen und die richtigen Menschen dazu zu finden, aber alle genannten Bereiche hängen miteinander zusammen und **müssen zusammen bearbeitet werden**.

Ideen. Welche wesentlichen Ziele und Schwerpunkte hat die Diversifizierung? Welcher gemeinsame Nenner oder welche zusammenführenden Themen sorgen dafür, dass die vorhandenen Mittel auf die Maßnahmen mit dem größten Multiplikatoreffekt konzentriert werden? Welche Güter und Wirtschaftszweige haben in der Region das größte Potenzial? Wie lassen sich schöpferisches Denken und neue Projektideen am besten anregen bzw. hervorbringen?

Menschen. Wer sind die Schlüsselakteure des Projekts – die Zugpferde, die Träger, die Helfer, die Geldgeber oder die Nutzer? Wie soll dafür Sorge getragen werden, dass wichtige Gruppen wie Fischer, Frauen und Jugendliche teilhaben und profitieren?

Koordinierte Unterstützung. Welche Formen und Kombinationen der Unterstützung sind jeweils am besten geeignet? Wer soll womit und wie dafür sorgen, dass die Maßnahmen sich gegenseitig stärken und nicht behindern?

Zeit. Wann und in welcher Reihenfolge sind die einzelnen Maßnahmen durchzuführen?

Ort. Welche Standorte in der Region sind unter Berücksichtigung von Erreichbarkeit, Infrastruktur und vorhandenen Einrichtungen für die neuen Tätigkeiten am besten geeignet?

3.2 Welche Rolle spielt die FLAG?

Handlungsspielraum und Aufgabenspektrum der FLAGs hängen stark von den regionalen Gegebenheiten und insbesondere von ihrem Etat, von der Anzahl und Qualifikation ihrer Beschäftigten, von ihrer Stellung im Verwaltungsapparat, von der Existenz anderer regionaler Träger und von spezifischen nationalen oder regionalen Vorschriften ab. Mit Ausnahme einiger weniger Regionen, in denen die FLAGs fast auf sich allein gestellt sind, werden sie stets neben und möglichst im Bündnis mit anderen regionalen Organisationen tätig sein. In jedem Fall aber sind die FLAGs mehr als nur eine dezentrale Stelle für die Auszahlung von Beihilfen.

Ideen: Zündfunken des Wandels

Wenn die FLAGs echten Wandel fördern wollen, dann müssen sie unbedingt eine gemeinsame Vision dafür entwickeln, welche Form der Diversifizierung sie in den nächsten fünf bis zehn Jahren anstreben und schriftlich oder mündlich einen Konsens darüber herstellen, auf welchem Weg das geschehen soll. Ansonsten besteht die Gefahr, dass die zuerst eingehenden Projektanträge, oder Projekte der „üblichen Verdächtigen“ sowie mittelmäßige oder risikoarme Projekte bevorzugt werden. Echter Wandel bedarf einer Vision und geht normalerweise mit mindestens zwei ineinander greifenden Prozessen einher:



> Erstens müssen die FLAGs „zurück auf die Straße“, die Kreativität anregen und jenen Dialog mit den regionalen Handlungsträgern vertiefen, der zum Zeitpunkt der Erstellung der FLAG-Konzepte aufgenommen wurde. Die Zusammenarbeit mit den Menschen, die Förderung selbständigen Denkens, der Einsatz branchenspezifischer oder thematischer Arbeitskreise, die Unterstützung realer oder virtueller regionaler Foren, Studienreisen, Austausch- und Betreuungsprogramme sind allesamt wichtige Mittel zur Förderung des Lernens voneinander und eines fruchtbaren Gedankenaustausches. Die FLAGs müssen neue Ideen aufgreifen und deren praktische Umsetzung durch die einheimische Bevölkerung fördern. Wer mehr als nur eine Liste aussichtsreicher Branchen oder Projekte aufstellen und mehr als nur Etatbeschlüsse fassen will, der kann Folgendes berücksichtigen:

- ein oder zwei zentrale, in der Geschichte, Landschaft, Wirtschaft oder Gesellschaft verwurzelte **zusammenführende Themen**, aus denen ein roter Faden für das Diversifizierungskonzept gewoben werden kann;
- die **regionalen Natur- und Kulturgüter und Wirtschaftszweige** mit dem größten Potenzial;
- mögliche **strategische** (Flaggschiff- oder Leuchtturm-) **Projekte**, die diese Themen tatsächlich verkörpern und im Idealfall starke Multiplikator- oder Zusammenführungseffekte aufweisen;
- **Pilotprojekte** (sowohl Einzel- als auch gemeinsame Projekte), die durch greifbare Ergebnisse andere motivieren können.

> Zweitens müssen die FLAGs bedachtsam, pragmatisch und objektiv handeln. Sie müssen die zusammenführenden Themen und Schwerpunkttätigkeiten realitätsnah prüfen. Viele Helfer und Handlungsträger versteifen sich in ihrem Enthusiasmus auf einen der jeweils angesagten Wirtschaftszweige, doch wie in Kapitel zwei beschrieben, herrscht in vielen dieser

„angesagten“ Wachstumsbranchen hoher Konkurrenzdruck. Bevor eine Diversifizierungsoption als realistisch eingestuft werden kann, müssen bestimmte Voraussetzungen erfüllt sein. Eine FLAG, die für Diversifizierung eintritt, muss sich Gedanken über die Bedingungen für den Eintritt in jede neue Branche machen. Dazu gehört ein ganzheitlicher Förderansatz, der zur

Überwindung der realen Hürden beitragen kann. Was in den einzelnen Branchen machbar ist, wird die Erfahrung zeigen, aber anfangs lohnt sich die Hinzuziehung von Experten, um sich über die Bedingungen für den Markteintritt privater Projektträger beraten zu lassen. Dabei können Aufstellungen wie im folgenden Beispiel von Nutzen sein.

Bedingungen für den Brancheneintritt ¹⁵	Bedeutung
Unterscheidungskraft des/der vorgesehenen Produkts/Dienstleistung	
Investitionsbedarf	
Größe/Entwicklung des bestehenden/potenziellen Marktes	
Umfang des inneren und äußeren Wettbewerbs	
Größe des Marktzugangs	
Umfang des einheimischen Einflusses auf Technik bzw. Herstellung	
Qualifikation der einheimischen Arbeitskräfte	
Rechtliche, bürokratische und steuerliche Hürden	
Qualität der ergänzenden Infrastruktur und Dienstleistungen	
Sonstiges: Arbeitsaufwand (Zeit), Saisonabhängigkeit, Verträglichkeit bzw. Vernetzung mit der Fischerei usw.	

Die FLAGs sollten auch prüfen, welchen Beitrag **öffentliche oder nicht gewerbliche Projekte** wie beispielsweise Infrastruktur- oder Ausbildungsmaßnahmen zur Diversifizierung leisten können. Die Mitglieder der FLAGs müssen Investitionen, die von allgemeinem Nutzen für ihre Region sind (z. B. allgemeine Fremdsprachen- oder Computerkurse), von jenen unterscheiden können, die tatsächlich die Voraussetzungen für eine Diversifizierung schaffen und einen echten Wandel fördern (z. B. konkret auf die eindeutig formulierten Erfordernisse von Diversifizierungsprojekten zugeschnittene Ausbildungsmaßnahmen). In dieser Hinsicht kann eine fachliche Beratung und Schulung der FLAG-Mitglieder hilfreich sein.

Nachdem der Schwerpunkt eines Diversifizierungskonzeptes bestimmt ist, müssen sie die zentralen Botschaften mit wirksamen Methoden nach innen und außen kommunizieren. Falls sie nicht selbst über die erforderlichen Qualifikationen hierfür verfügen, sollten sie erfahrene Fachleute aus den Bereichen Design, Marketing und regionale Markenentwicklung hinzuziehen, die bei der Erzielung der gewünschten Wirkung helfen können.

¹⁵ Agro Campus Ouest hat hilfreiche Ratgeber zur Einstufung der Bedingungen für die Aufnahme einer Nebentätigkeit durch Fischerinnen und Fischer in eng mit dem Fischfang verwandten Branchen unter weiterer Ausübung ihres Hauptberufs herausgegeben: „Guide des Activités de Pêche et de Cochyliculture en Bretagne“ und „Diversification des Activités de Pêche en Bretagne“.

Mögliche Maßnahmen

- > Einbindung des Beschlussgremiums und aller Partner, um wichtige regionale Wortführer und Entscheidungsträger für die Unterstützung des gewählten Weges zu gewinnen;
- > Einigung über **zusammenführende Themen**, mögliche **strategische Projekte** und **Pilotprojekte**;
- > Thematische oder räumliche Arbeitskreise und Sitzungen der beteiligten Partner und Anwendung verschiedener Partizipationsmethoden (Szenarioplanung, Zukunftswerkstatt usw.);
- > Auswahl aussichtsreicher Branchen, Teilbranchen und Tätigkeiten, die Chancen oder zu füllende Nischen bergen (unter Beachtung möglicher Mitnahmeeffekte und Berücksichtigung traditionsreicher und aufstrebender Branchen, siehe Kapitel 1);
- > Einholung des Rats von Experten oder Geschäftsleuten aus unterschiedlichen Branchen über die Bedingungen für den Eintritt in bestimmte Schlüsselbranchen und das Marktpotenzial;
- > Einbindung von Fachleuten für Marketing und regionale Vermarktung zur Ausarbeitung einer Kommunikationsstrategie;
- > Einbindung der Medien vor Ort (Artikel in der Lokalpresse, Interviews im lokalen Rundfunk oder Fernsehen, Internet) zur Information und Ansprache möglicher Projektträger;
- > Informationsstände der FLAGs bei Veranstaltungen in der Region;
- > Erarbeitung kurzer Projektbeschreibungen (Fallstudien) in einfacher, für Laien verständlicher Sprache durch die FLAGs oder durch die Projektbegünstigten;
- > Aufbau einer Datenbank mit Fotos, Filmen und sonstigem Bildmaterial über Projekte.

Die Menschen: Motor der Diversifizierung

Der wichtigste Faktor in allen Diversifizierungskonzepten ist der Mensch. Seine Ideen sind der Zündfunke für eine erfolgreiche Diversifizierung, und seine Motivation ist die Grundlage für die Realisierung dynamischer und nachhaltiger Projekte. Der wichtige Beitrag der FLAGs besteht darin, diejenigen Menschen, Projektträger und Mitarbeiter zu finden, zu beraten, zu motivieren, zu schulen und zu organisieren, die eine echte Diversifizierung in Gang setzen.

Diese Personen und Unternehmen müssen so qualifiziert sein, dass sie die Diversifizierung vorantreiben und nachhaltige Maßnahmen ergreifen. Nicht jede FLAG besitzt die personellen und sonstigen Mittel für eine unmittelbare betriebswirtschaftliche Unterstüt-

zung oder Ausbildung der Projektträger, und die allgemeine Berufsausbildung in einer Region ist auch nicht Aufgabe der FLAG. Gleichwohl sind sie aufgrund ihrer oft einzigartigen Stellung in der Lage, einen **strategischen Ansatz für das Humankapital** in der Region zu unterstützen. Sie können Angebot und Nachfrage für bestimmte Qualifikationen vor Ort analysieren und daraus den Bedarf in der Region ableiten. Insbesondere können sie Lücken aufzeigen, die im Sinne einer erfolgreichen Diversifizierung geschlossen werden müssen.

Die FLAGs können darüber hinaus einen wichtigen Beitrag zum Ausgleich von Angebot und Nachfrage in der Aus- und Weiterbildung leisten, indem sie als **Vermittler** zwischen der einheimischen Bevölkerung, Bildungseinrichtungen, Wirtschaftsförderungsträgern und Arbeitgebern auftreten. Es gibt viele Möglichkeiten;

beispielsweise können die FLAGs ein Qualifizierungsprojekt planen, einen Dozenten beauftragen und den Kurs selbst anbieten; sie können aber auch mit einer staatlichen Bildungseinrichtung und/oder einem Verband zusammenarbeiten, die/der der FLAG eine entsprechende Bewerbung vorlegt.

Wie die Erfahrung zeigt, finden die Qualifizierungsmaßnahmen von Lokalen Aktionsgruppen im Wesentlichen in drei Bereichen statt:

- > Aufbau von Kompetenzen zur regionalen Entwicklung (für relevante gesellschaftliche Gruppen und die FLAG selbst);
- > bedarfsgerechte Schulungen zur Unternehmensführung und
- > Vermittlung der für Wachstumsbranchen notwendigen Allgemein- und Fachkenntnisse.

Dabei liegt der Schwerpunkt und der von der FLAG geschaffene Zusatznutzen nicht in der Schließung von Bildungslücken mit Hilfe von Standardkursen, sondern in der Ausgestaltung einer abgestuften praktischen Aus- und Weiterbildung, die dem tatsächlich vorhandenen Diversifizierungsbedarf der Region und ihrer Projekte gerecht wird.

Welche Personengruppen sind bei entsprechenden Maßnahmen der FLAGs von besonderer Bedeutung?

An erster Stelle stehen die **Fischerinnen und Fischer**. Eines der Hauptziele aller Diversifizierungskonzepte in der Fischereiwirtschaft muss es sein, die Fischer in den Mittelpunkt des wirtschaftlichen Wandels und der neuen Beschäftigungsmöglichkeiten zu stellen und sie davon profitieren zu lassen. Die Fischer besitzen enor-

mes Wissen über das Meer und seine Schätze, über die Seefahrt und die Küstenlandschaft, aber das damit verbundene Potenzial und seine weitergehende Bedeutung werden häufig unterschätzt oder gar nicht erst erkannt. Zur Erschließung dieses Potenzials sind Kenntnisse in Projektentwicklung, Unternehmensführung, Vermarktung, Kundenbeziehungen, Passagiersicherheit, IT, Fremdsprachen und andere allgemeine oder Fachkenntnisse vonnöten, die die Fischer möglicherweise nicht haben oder sich nur schwer aneignen.

Die zweite Gruppe sind die **Frauen**. Darunter sind die Ehefrauen oder Lebenspartnerinnen der Fischer und andere Arbeitnehmerinnen in der Fischereiwirtschaft oder in verwandten Branchen (Be- und Verarbeitung von Fisch, Muschelzucht, Netzreparatur usw.) zu verstehen. Unter den Arbeitnehmerinnen befinden sich viele Teilzeitarbeitskräfte, für die eine Diversifizierung eine willkommene Gelegenheit zur Aufstockung ihres Einkommens und damit zu größerer finanzieller Sicherheit darstellen könnte. Die Ehefrauen und Lebenspartnerinnen führen häufig unentgeltlich die Verwaltungs- und andere Zuarbeiten für den kleinen Fischfangbetrieb ihrer Männer aus und leisten damit einen unverzichtbaren Beitrag zu dessen Fortbestand. Sie ergreifen darüber hinaus häufig die Initiative zur Expansion beispielsweise in die Bereiche Direktvermarktung, Veredelung, Belieferung der Gastronomie, Restaurantbetrieb, Vermietung von Ferienwohnungen, Kultur und Soziales. Die Begleitung dieses Übergangs mit Hilfe einer bedarfsgerechten Förderung und Ausbildung zur Stärkung des Selbstvertrauens, zum Aufbau unternehmerischer Fähigkeiten und zur Vermittlung sonstiger Allgemein- und Fachkenntnisse kann motivieren und die Erfolgsaussichten sowohl im alten Kerngeschäft als auch auf den neuen Tätigkeitsfeldern verbessern. Bislang sind die Frauen und ihre Bedürfnisse häufig hinten angestellt worden, aber ihre Mitwirkung lässt sich über vorteilhafte Projektauswahlkriterien, Sitze in den Beschlussgremien der FLAGs und den Ausbau von Begleitangeboten wie beispielsweise eine bezahlbare Kinderbetreuung oder die sonstige Ermöglichung des Zugangs zu derartigen Angeboten erleichtern.



Wenn die Fischerei und die Fischwirtschaftsgebiete eine Zukunft haben sollen, dann müssen sie einen Zugang zur **Jugend** finden. In vielen Regionen liegt das Durchschnittsalter der Berufsfischer gegenwärtig über dem offiziellen Renteneintrittsalter – keine sehr nachhaltige Situation! Deshalb stellt die Aufgabe, die Fischerei für junge Menschen attraktiv zu machen und auch attraktiv zu erhalten, in vielen Fischwirtschaftsgebieten eine große Herausforderung dar. Die Jugend besitzt die Energie, die Fantasie und die Vertrautheit im Umgang mit neuer Technik, die notwendig sind, um einem Fischwirtschaftsgebiet neue Impulse zu geben. Wenn sie

einen wirksamen Beitrag leisten soll, dann muss sie bei Erfahrungs- oder Kapitalmangel unterstützt, in die Entscheidungsfindung einbezogen und mit konkreter Verantwortung bedacht werden. Die FLAGs müssen vorausschauend dafür sorgen, dass junge Menschen in den Gremien vertreten sind; sie müssen junge Projektträger zur Einreichung von Vorschlägen ermutigen; und sie müssen ihnen die Kontaktaufnahme mit anderen ermöglichen, die ihnen bei der Verwirklichung ihrer Ideen helfen können. Es gibt viele Gelegenheiten, das Wissen und die Erfahrung der älteren Generation mit dem Schwung und der Begeisterung der Jugend zu verbinden.

Mögliche Maßnahmen

- > Kontaktaufnahme vor Ort (z. B. mittels regelmäßiger Beratungsgespräche) mit den Schwerpunktgruppen Fischer, Frauen und Jugend zur Erweiterung des Wissens der FLAG über Bedarf, Motivation, gemeinsame Interessen, Konfliktpotenzial und Mitwirkungshemmnisse;
- > Identifikation von Zugpferden und kleineren Maßnahmen zur Erzielung rascher Erfolge, die Vertrauen aufbauen helfen. Die Nutzung von Stärken und Chancen sollte vor der Beseitigung von Schwächen stehen;
- > Erfassung der verfügbaren Qualifikationen (mit oder ohne Abschluss), des bestehenden Bildungs- und Ausbildungsangebots sowie des Fachkräftebedarfs bei den existierenden Firmen und für mögliche neue Projekte;
- > Ermittlung von Lücken in der Wirtschaftsförderung und der betrieblichen Aus- und Fortbildung nach Schwerpunktgruppen, Gebieten und Branchen;
- > Einrichtung eines Forums oder Arbeitskreises zur Zusammenführung der Bildungs-, Ausbildungs- und Wirtschaftsförderungsträger sowie der Arbeitgeber;
- > Festlegung der Rangfolge und Förderung von regionalen Qualifizierungs- und Wirtschaftsförderungsinitiativen zur optimalen Deckung des ermittelten Bedarfs;
- > Aufbau einer Datenbank mit Informationen über Berater vor Ort, Ausbilder und andere Experten, die den Projektbegünstigten fachliche Hilfe (z. B. in Finanzierungs- oder technischen Belangen) leisten können. Die Datenbank sollte unter Berücksichtigung von Kundenempfehlungen regelmäßig aktualisiert werden.
- > Bereitstellung von Schulungsräumen sowie von Sitzungsräumen für Gespräche zwischen Projektträgern und Beratern;
- > Unterstützung von Studienreisen, Mentoring-Programmen und Einladungen an Fachleute, um in der Region Vorträge zu halten.

Koordinierte Unterstützung

In vielen Bereichen nehmen die FLAGs eine wichtige Vermittlerfunktion wahr. Was bedeutet das in diesem Zusammenhang? Die vermittelnde FLAG prüft zunächst, was intern möglich ist und welche Förderung durch regionale und andere Behörden zur Verfügung steht. Dann sorgt sie dafür, dass die einzelnen Elemente zur Optimierung der Diversifizierungsbedingungen aufeinander abgestimmt werden. Für die Vermittlertätigkeit bedarf es der Mentalität und des Geschicks eines „regionalen Unternehmers“, der Gelegenheiten zur Erneuerung in seiner Region schnell und fantasievoll nutzt. Die Bewilligungsbehörden müssen sorgfältig darauf achten, dass die Antragsverfahren zur Förderung mit Mitteln aus der Achse 4 diese Eigenschaften nicht erschweren oder verhindern und flexibel genug sind.

Zur Wahrnehmung dieser Koordinierungsaufgabe stehen den FLAGs mindestens drei Möglichkeiten offen.

Erstens können die FLAGs unter Anwendung der ihnen zur Verfügung stehenden Mittel und Maßnahmen für die Koordinierung von **Fördermaßnahmen** sorgen. Das Besondere an den FLAGs ist ja, dass sie in der Lage sind, genau das richtige Maßnahmenbündel zur rechten Zeit am rechten Ort zu liefern und so die optimalen Voraussetzungen für die Diversifizierung zu schaffen¹⁶. Wenn beispielsweise die notwendigen Qualifikationen fehlen und die erforderliche Technik für die erfolgreiche Umsetzung eines Projektes unbekannt ist, hat die Gewährung von Fördermitteln keinen Sinn. Genauso verfehlen Investitionen in Aus- und Fortbildung ihren Zweck, wenn die Erreichung der Wettbewerbsfähigkeit unbezahlbar oder der Markt bereits gesättigt ist. Der wahre Wert der FLAGs liegt darin, dass sie direkten Kontakt zu den Projektträgern haben, die Situation vor Ort und die Marktchancen kennen und sich mit anderen Stellen absprechen können. Auf dieser Grundlage können sie schnell und flexibel Hilfspakete schnüren, die den Erfordernissen in ihrer Region gerecht werden.

Zweitens können die FLAGs die Kohärenz zwischen Diversifizierungsprojekten und Investitionen optimieren und dafür sorgen, dass die Projekte einander ergänzen. So können sie dazu beitragen, dass die für ein Projekt benötigte Infrastruktur vorhanden ist (z. B. Straßen



und Wege, Begrünung, Umweltsanierung), Kollisionen zwischen Projekten vermieden werden (z. B. keine Windparks mit negativen Auswirkungen auf die einheimische Fischerei fördern) und Synergieeffekte genutzt werden (z. B. eine an regionalen Besonderheiten und Traditionen orientierte Forellenzucht, die gleichzeitig als Betreuungsmöglichkeit für behinderte Kinder genutzt wird).

In beiden Fällen geht es um die **Zusammenführung der Bemühungen von verschiedenen regionalen Akteuren** – das können Produzenten sein, wenn eine regionale Marke aufgebaut werden soll, oder die Anbieter von Unterkünften und sonstigen Besucherattraktionen zur Ausgestaltung eines stimmigen touristischen Gesamtpakets. Auch die übrigen Akteure wie etwa Schulen und Bildungsträger, Wirtschaftsförderungszentren, Banken und andere Finanzinstitute sollten sich Gedanken darüber zu machen, wie sie sich dem Diversifizierungsziel im Rahmen ihrer täglichen Arbeit am besten widmen können.

Die folgende Tabelle zeigt ein Beispiel für die Aufteilung von Maßnahmen zur Diversifizierungsförderung. Die FLAGs können die Maßnahmen an den Erfordernissen der einzelnen Branchen und Zielgruppen ausrichten und entscheiden, welche Tätigkeiten sie selbst effektiv ausführen können und welche am besten von einer anderen Stelle erbracht werden. Letztlich ist es wichtig, dass jemand die Verantwortung für die Koordinierung übernimmt und dafür sorgt, dass alle wichtigen Voraussetzungen für eine erfolgreiche Diversifizierung erfüllt werden.

¹⁶ http://ec.europa.eu/regional_policy/policy/future/pdf/report_barca_v0306.pdf

Fördermaßnahmen für Schwerpunktgruppen und -branchen	Leistungen der FLAGs	Leistungen anderer Organisationen
Von den FLAGs zumeist selbst ausgeführte (oder von ihnen in Auftrag gegebene) Aktivitäten:		
Information, Moderation, Beratungsstellen, Hilfestellung	Auf alle Zielgruppen ausgerichtete Tätigkeiten	Verbände und Vereine, regionale Organisationen von/für Frauen und Jugendliche
Identifizierung, Motivation und Qualifikation von „Projekt-Zugpferden“, Projektträgern und Projektmitarbeitern	Teilweise Ausbildung von Schwerpunktgruppen	In dem Gebiet tätige Bildungs- und Ausbildungsträger
Gezielte Unternehmensberatung und Projektunterstützung	Erste Stufe, geringer Umfang	Zweite Stufe durch regionale Wirtschaftsförderungsgesellschaften
Überwindung bürokratischer Hürden (Lizenzen, Konzessionen, Genehmigungen, Eigentumsrechte, Steuern, Anträge usw.)	Aufklärung, Zusammenarbeit mit staatlichen Stellen	Eigene Initiativen z. B. der Gemeinde
Von den FLAGs zumeist finanziell unterstützte Aktivitäten:		
Betriebswirtschaftliche und technische Studien und Forschung	Anpassung des finanziellen Eigenanteils an die Projektart und den Projektträger *	Universitäten, Forschungszentren
Qualitätssteuerung, Rückverfolgbarkeit, Zertifizierung	siehe oben	Regionale und nationale Qualitätsprogramme
Markenbildung, Werbung und Marketing	siehe oben	siehe oben
Investitionen in produzierendes Gewerbe	siehe oben	Größere Beihilfen von regionalen oder Landes- Entwicklungsgesellschaften, Bankkredite usw.
Ergänzende Infrastruktur	Zuschüsse zu kleineren Infrastrukturmaßnahmen mit hoher direkter Wirkung	Nationale, regionale oder kommunale Investitionen im Rahmen von größeren Infrastrukturmaßnahmen

* Die FLAGs können einen höheren privaten Eigenanteil verlangen, wenn es sich um nachrangige Projekte handelt oder der Begünstigte in der Lage ist, mehr als den in der EFF-Verordnung festgelegten Mindestbetrag zu übernehmen.

Zeitliche Steuerung

Der Diversifizierungsprozess ist mit einer Reise vergleichbar, die langsam und mit kleinen Schritten beginnt bevor sie richtig an Fahrt gewinnt. Aber Vorsicht: später kann ein regelrechter Ansturm auf das Diversifizierungsziel entstehen, der ein Überangebot erzeugt.

Anfangs erscheinen viele Hürden für den Markteintritt unüberwindbar und selbst die ersten kleinen Schritte zu groß. Das schreckt weniger risikobereite private Investoren ab. Wie kann eine FLAG hier helfend eingreifen? Zunächst könnte sie prüfen, ob es sich lohnt, den Weg durch gezielte **Investitionen vor dem Markteintritt** zu bereiten. Das können unter anderem Investitionen in Markt- und Machbarkeitsstudien, in Partnerschaften mit Forschungseinrichtungen zur Erprobung technischer Neuerungen, in die Verbesserung relevanter Natur- und Kulturgüter, in die Suche nach möglichen Mitstreitern und in Qualifizierungsmaßnahmen sein. Die meisten davon dürften unter Federführung staatlicher Stellen erfolgen, es sei denn die betreffende Region ist in der glücklichen Lage, auf sehr starke und motivierte private Organisationen zurückgreifen zu können. Vorbereitende Investitionen dieser Art sind als Starthilfe für eine neue Branche oder Tätigkeit häufig absolut unerlässlich – jedoch auch mit Risiken behaftet.

Sobald die Grundvoraussetzungen erfüllt sind, dürften die privaten Projektträger allmählich Interesse zeigen. Dennoch ist es gut möglich, dass die Projekte der ersten Stunde noch von den FLAG bezuschusst werden müssen. Die FLAGs können ihre Förderung erst dann verringern, wenn sich eine ausreichende Dynamik entfaltet und sich die Diversifizierung von selbst trägt. Allerdings können sie ihre Unterstützung durch ein Engagement in nachgelagerten Bereichen wie Öffentlichkeitsarbeit und Vermarktung bis zur Marktreife fortsetzen. Da jedoch die Gefahr besteht, dass sich die Entwicklung verselbstständigt und der Markt übersättigt wird, könnten die FLAGs gezwungen sein, weitere Projekte gleicher Art zu verhindern.

Gleiches gilt für die Zeit, die benötigt wird, um Projekte seitens der bereits erläuterten **Schwerpunktgruppen** zu befördern. Die meisten Projektanträge in den Anfangszeiten einer FLAG dürften von den größeren, erfahrenen Trägern sowohl aus dem privaten wie aus dem öffentlichen Sektor eingereicht werden und bereits



bewährte Betätigungsfelder zum Gegenstand haben. Die entsprechenden Projekte sind leicht realisierbar und insofern von Nutzen, als sie eine dynamische Entwicklung in Gang setzen können. Fischer, Frauen und Jugendliche brauchen wahrscheinlich länger, um das nötige Selbstvertrauen aufzubauen, sich ausreichend zu motivieren, sich die notwendigen Kenntnisse anzueignen und das erforderliche Kapital anzusparen, aber die FLAGs müssen unbedingt Fördermittel für Vorarbeiten an potenziellen Projekten mit diesen Schwerpunktgruppen reservieren.

Unbedingt notwendig ist es auch, **Interventionen auf der Angebots- und der Nachfrageseite in der Balance zu halten** sowie zwischen bestehenden und neuen Wachstumsbranchen zu unterscheiden. Ein Fischwirtschaftsgebiet beispielsweise, das in eine schon ziemlich weit entwickelte Branche diversifizieren will, kann vielleicht recht schnell bereits vorhandene Technik übertragen und anpassen, die Qualifikation der heimischen Arbeitskräfte (Angebot) erhöhen und Kontakte zu bereits existierenden Abnehmerkreisen (Nachfrage) knüpfen. Man muss sich jedoch vergewissern, dass die neue Dienstleistung oder das neue Produkt in einem wettbewerbsintensiven Umfeld bestehen kann, kein bestehendes Unternehmen verdrängt und nicht auf gesättigten Märkten angeboten wird.

Der Zeitpunkt von Interventionen bedarf sorgfältiger Planung und Abstimmung. Wer in einem neuen Produktsegment oder einer relativ jungen Branche Fuß fassen möchte, ist möglicherweise gezwungen, gleichzeitig die Herstellung zu perfektionieren und völlig neue Märkte zu schaffen. Eine zu schnelle Expansion (z. B. im

Tourismus) kann mangels Nachfrage schädliche Überkapazitäten nach sich ziehen. Auf der anderen Seite besteht die Gefahr, dass das Kundeninteresse schnell verloren geht und möglicherweise nicht mehr zurückkehrt, wenn Nachfrage geweckt wird und nicht mit hochwertigen Angeboten gedeckt werden kann. Diese Aspekte haben die FLAGs bei der Prüfung des Zeitpunkts und der Art ihrer Förderung zu berücksichtigen. Im Folgenden seien daher zwei nützliche Empfehlungen gegeben:

- > Bevor größere Investitionen oder deutliche Produktionssteigerungen vorgenommen werden, sollten die FLAGs die neueren, risikoreicheren Projekte in **kleinere Schritte oder Phasen** unterteilen. Diese sollten beispielsweise zur Schaffung der notwendigen Voraussetzungen (Marketing-Training, Prototypenherstellung, Technikerprobung, Markttests, Qualitätsoptimierung usw.) dienen. Dafür müssen die

Projektausschreibungen ein hinreichendes Maß an Flexibilität aufweisen.

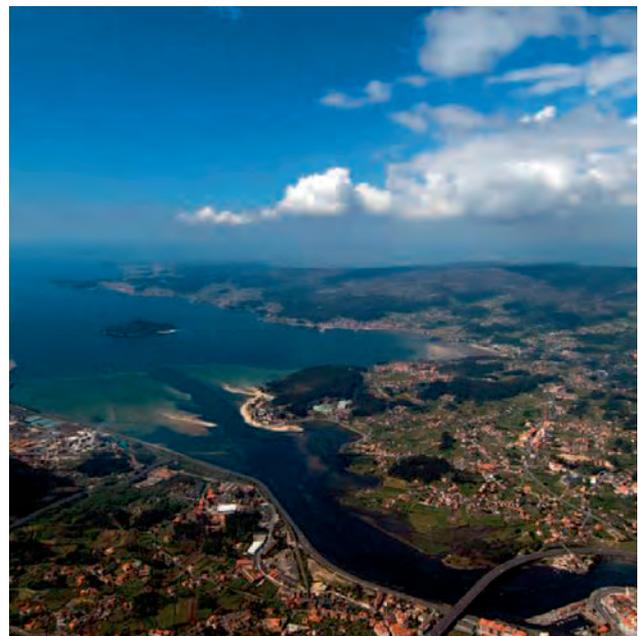
- > Statt auf die Einreichung von Anträgen durch die Projektträger zu warten, können die FLAGs auf die interessanten Unternehmen und Personen zugehen und im Laufe der Zeit ein **Verzeichnis potenzieller Projekte** anlegen. Manche FLAGs formalisieren diesen Vorgang insofern, als sie die Projektträger auffordern, schriftlich ihr Interesse zu bekunden. Sobald eine FLAG den Förderbedarf (das mögliche Angebot an Projekten) einschätzen kann, erleichtert das die zeitliche Planung ihrer Interventionen. Ist das Projektangebot groß genug, kann die FLAG die Bedingungen für die bekannten starken Projektträger mit ihren klassischen Projekten verschärfen und im Gegenzug die Förderung von Schwerpunktprojekten und Schwerpunktgruppen erleichtern.

Mögliche Maßnahmen, um den richtigen Zeitpunkt zu finden

- > Ermittlung von Bereichen für Investitionen vor dem Markteintritt, Erfassung potenzieller Projekte aus den Schwerpunktgruppen und Unterscheidung zwischen entwickelten und aufstrebenden Branchen;
- > Entwicklung und ständige Aktualisierung eines Projektverzeichnisses mit Förder- und Investitionszeitpunkten;
- > Aufteilung von neuartigen und risikoreicheren Projekten in kleinere Schritte oder Phasen.

Standort

Nicht welche, sondern **wo** neue Tätigkeiten gefördert werden sollen, stellt für die FLAGs häufig eine ihrer schwierigsten Entscheidungen dar. Das liegt zum Teil darin begründet, dass eine getätigte Investition in einer bestimmten Stadt, einem Dorf oder einem Hafen von anderen Städten, Dörfern oder Häfen ebenfalls eingefordert wird. Daraus kann ein Konkurrenzkampf zwischen verschiedenen Teilen ein und derselben Region um den Bau ähnlicher Museen und Einrichtungen entstehen, was zu Doppelungs- oder Verdrängungseffekten führen, die Qualität der Investitionen beeinträchtigen oder das Erreichen der kritischen Masse für jedes der Projekte verhindern kann.



Dieses Problem lässt sich unter anderem dadurch lösen, dass Elemente aus der beteiligungsorientierten Raumplanung in das Diversifizierungskonzept der FLAG aufgenommen werden. Auf diese Weise kann das Verständnis der Akteure für das Potenzial ihrer Region, für die gesetzten Schwerpunkte und für die Tatsache verbessert werden, dass sich manche Standorte für bestimmte Investitionen besser eignen als andere. Das Ergebnis sollte ein Konsens dahingehend sein, dass die Investitionen unter Berücksichtigung des Gesichtspunktes, was jedes Teilgebiet am besten kann, gerecht verteilt werden.

Ein einleuchtendes Beispiel ist eine Region, in der sich bestimmte Gegenden besser für Tourismus und Freizeit und andere besser für einen Ausbau von Fischerei und Gewerbe eignen. Die individuellen Stärken der Teilgebiete in einer Region lassen sich in den Projektauswahlkriterien und mit Hilfe von Leuchtturmprojekten (z. B. Herausstellung von unterschiedlichen Fischfangtraditionen oder von Aspekten der heimischen Geschichte und des Natur- und Kulturerbes) berücksichtigen. Ähnlich lassen sich Entscheidungen über Projektstandorte auf die vorhandene Infrastruktur stützen; in Verdichtungsgebieten (Häfen, Fremdenverkehrsorte usw.) bei-

spielsweise lassen sich ergänzende Maßnahmen ergreifen und Größenvorteile erzielen, so dass ein Projekt zukunftsfähiger und das Kosten-Nutzen-Verhältnis für die FLAG vorteilhafter sein kann.

Der richtige Ort kann also einen maßgeblichen Beitrag zum Erfolg der Diversifizierungsprojekte und des Diversifizierungskonzeptes leisten. Genauso kann aber der falsche Ort großen Schaden anrichten. Man braucht sich nur die Folgen vorzustellen, wenn in einem Fremdenverkehrsort ein Gewerbegebiet mit entsprechender Überlastung der Infrastruktur errichtet oder in einem bereits gut versorgten Ort ein weiteres Ladengeschäft gefördert wird. Deshalb sollten die FLAGs bei ihrer Standortentscheidung genau prüfen, welches Projekt an welchem Ort den größten Beitrag zum Erfolg der Diversifizierung leisten kann.

Letztlich lässt sich die Diversifizierung in einem Fischwirtschaftsgebiet am besten dadurch steigern, indem man die regionalen Stärken strategisch und sich ergänzend aufeinander abstimmt, so dass sowohl der Region als auch ihren Bewohnerinnen und Bewohnern ein echter Mehrwert entsteht.

Mögliche Maßnahmen für die Wahl des richtigen Standortes

- > Bildung von Arbeitskreisen oder Foren in den Städten und Dörfern zur Identifizierung ihrer wichtigsten Stärken und Potentiale und der Bereiche, in denen neue Aktivitäten besonders geeignet sind;
- > Aufstellung regionaler bzw. kommunaler Aktionspläne und Projektverzeichnisse;
- > Erzielung eines Konsenses über die räumliche Aufteilung von größeren bzw. Leuchtturmprojekten;
- > Festlegung von Kriterien zur Bevorzugung von Gebieten mit besonderen Stärken oder Bedürfnissen;
- > Erteilung von Auskünften und Beratung vor Ort;
- > Erarbeitung von Karten und Broschüren, in denen die Besonderheiten der einzelnen Teilgebiete und Orte in einer Region dargestellt sind.

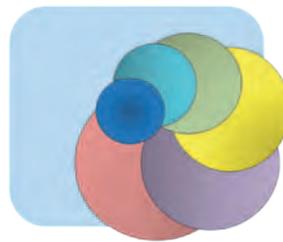
Schlussbemerkung

Am Ende der Lektüre dieses Leitfadens sollte deutlich geworden sein:

- > warum Fischwirtschaftsgebiete eine Diversifizierung in Betracht ziehen sollten;
- > welche Diversifizierungsarten möglich sind;
- > wie breit das Spektrum der Möglichkeiten für Fischwirtschaftsgebiete ist;
- > mit welchen Maßnahmen ein Diversifizierungsprozess zum Erfolg geführt werden kann.

Da jedoch kein Fischwirtschaftsgebiet dem anderen gleicht, wird jedes für sich die beschriebenen Maßnahmen anpassen und um viele eigene Ideen ergänzen müssen. Bitte halten Sie uns darüber auf dem Laufenden, welche neuen Ideen funktionieren und welche alten nicht.

Viel Erfolg!





FARNET-Unterstützungsstelle

Rue Saint Laurent 36-38 – B-1000 Bruxelles

T +32 2 613 26 50 – F +32 2 613 26 59

info@farnet.eu – www.farnet.eu

