

Leitfaden



Ergebnisse der Projektstudie Netzwerk Ostseefischerei

Entwurf: 22. Juni 2010

Gefördert durch den Europäischen Fischereifond (EFF) und
das Zukunftsprogramm Wirtschaft des Landes Schleswig-Holstein (ZPW)



inspektour GmbH

Büro Hamburg
Osterstraße 124
D-20255 Hamburg

+49 (0) 40. 414 3887 40
info@inspektour.de
www.inspektour.de

Weitere Unternehmensstandorte in Meldorf, Oldenburg i. H. und Waldbronn
Mehr Informationen dazu im Internet unter www.inspektour.de

Leitfaden „fischerleben“
Ergebnisse der Projektstudie „Netzwerk Ostseefischerei“

Auftraggeber

Stadt Fehmarn
Umweltrat
Am Markt 1
D-23769 Burg auf Fehmarn

Beate Burow
+49 (0) 4371. 506 654
umweltrat@stadtfehmarn.de

**Inhaltliche Bearbeitung
und Projektkoordination**

inspektour GmbH
Osterstraße 124
D-20255 Hamburg

Anke Tiesen
Projektleiterin
+49 (0) 40. 414 3887 48
anke.tiesen@inspektour.de

Lydia Albers
Gesellschafterin
+49 (0) 40. 414 3887 46
lydia.albers@inspektour.de

**Entwicklung
von Namen und Logo**

M+T Markt und Trend GmbH
Memellandstraße 2
D-24537 Neumünster

Wolfhardt Bless
Geschäftsführender Gesellschafter
+49 (0) 4321. 6900 233
bless@marktundtrend.de

Der vorliegende Leitfaden setzt Männer und Frauen im Sprachgebrauch gleich. Um jedoch den Lesefluss nicht zu stören, wird eine einheitliche, meist männliche, Begrifflichkeit verwendet.

Urheberrechtsvermerk:

Dieser Leitfaden ist geistiges Eigentum der inspektour GmbH.

Vorwort

**Besser auf neuen Wegen etwas stolpern,
als in alten Pfaden auf der Stelle zu treten.**

(Chinesisches Sprichwort)

Die Idee, ein Netzwerk zum Thema Ostseefischerei zu entwickeln und dabei die gesamte Schleswig-Holsteinische Ostseeküste zu integrieren, entstand vor einiger Zeit in der Aktiv-Region Wagrien-Fehmarn. Dabei wurde vor allem angestrebt, die bestehende Ausgangssituation für die Fischer und Fischerei gemeinschaftlich im Zusammenspiel mit anderen Bereichen wie z. B. dem Tourismus zu verbessern.

Der vorliegende Leitfaden zeigt die zentralen Schritte zur Gründung eines Netzwerkes mit dem Schwerpunkt Ostseefisch auf. Es wird dargestellt, wie so ein Netzwerk organisiert und inhaltlich gestaltet sein und welchen konkreten Nutzen dieses für die beteiligten Netzwerkpartner haben kann.

Bereits in der gemeinsamen Arbeit mit einer vergleichsweise kleinen Projektgruppe im Querschnitt durch die Regionen, zeigte sich die Vielzahl an unterschiedlichen Interessen und Schwerpunkten. Somit kann der Leitfaden als „kleinster gemeinsamer Nenner“ bezeichnet und in dieser ersten Einigung als große Chance, in Zukunft gemeinschaftlich im Bereich der Fischerei etwas zu bewegen, gesehen werden.

An der Erarbeitung waren viele unterschiedliche Akteure der sechs AktivRegionen entlang der Ostseeküste Schleswig-Holsteins beteiligt:



Maßgeblich unterstützt wurde das Projekt durch eine Projektgruppe. Den Mitgliedern dieser Gruppe danken wir herzlich für ihre Unterstützung und den unermüdlichen Arbeitseinsatz! Ebenso danken wir unserem Kooperationspartner M+T (Markt und Trend GmbH) für die kreative Unterstützung!

Wir von inspektour haben diesen ersten Prozess sehr gerne begleitet und hoffen auf ein langjähriges und beständig stärker werdendes Netzwerk fischerleben.

Unsere besten Wünsche begleiten Sie.

Ihr Team der inspektour
Hamburg, 30. Juni 2010



Anke Tieken



Lydia Albers

Grußworte der AktivRegionen

Die AktivRegion Innere Lübecker Bucht verfügt mit Scharbeutz und Timmendorfer Strand über zwei Fischwirtschaftsgebiete. Darüber hinaus wird in der Gemeinde Sierksdorf Fischerei betrieben. Die Region weist zahlreiche Angebote im Bereich Fischerei auf, die sich bei Gästen und Einheimischen großer Beliebtheit erfreuen. Hierzu zählen z.B. der Fischereihafen in Niendorf, der Fischereilehrpfad in Haffkrug sowie verschiedene maritime Veranstaltungen.

Bereits bei der Erarbeitung der Integrierten Entwicklungsstrategie für die AktivRegion wurde als wichtiges Ziel definiert, die Außendarstellung dieses Potentials zu verbessern sowie die bestehenden Angebote weiter zu entwickeln. Eine Vernetzung über die Grenzen der AktivRegion hinweg wurde bereits in den ersten Zusammenkünften diskutiert (damals noch ohne Namen!). Die Aufklärung über die Bedeutung und Vielfalt der Fischerei an der Ostseeküste sowie die Erlebarmachung dieses Wirtschaftszweiges waren dabei wichtige Motive. Das Projekt „Netzwerk Ostseefischerei“ stieß daher in der Region auf großes Interesse.

Ein regionsübergreifendes Netzwerk und der hiermit verbundene Austausch bietet nicht nur die Chance, über den Tellerrand zu schauen und neue Impulse für die eigene Arbeit zu erhalten. Es eröffnet auch die Möglichkeit, verwandte Angebote zusammenzufassen und diese auf eine breitere Basis zu stellen. Bei der inhaltlichen Umsetzung gemeinsamer Projekte können Ressourcen gespart und Synergien genutzt werden. Durch eine regionsübergreifende Vermarktung wird eine größere Außenwahrnehmung und somit Bekanntheit über die Grenzen der eigenen Region hinweg erzielt. Das maritime Profil der schleswig-holsteinischen Ostseeküste wird auf diese Weise gestärkt.

Den regelmäßigen Austausch in der Projektgruppe empfanden wir als sehr konstruktiv und hoffen, in Zukunft viele der hier entstandenen Ideen gemeinsam umsetzen zu können.

AktivRegion Innere Lübecker Bucht

Die Idee, das Thema Fischerei authentisch und mit allen Aspekten entlang der Ostseeküste Schleswig-Holsteins stärker ins Bewusstsein der Öffentlichkeit zu rücken, kann ganz allgemein im Sinne einer Aufklärung zur hiesigen Fischerei als sehr hoch bewertet werden. Der ungemeine Zuspruch aller Beteiligten ist dafür ein Beweis. Zudem fördert die Beschäftigung mit dieser Idee auch eine typische regionale Identität der Küstenbewohner. Aber die AktivRegion Ostseeküste verbindet besonders die Hoffnung damit, dass die Arbeitsgruppe auch nach der anleitenden Projektstudie weiter arbeitet. Künftig mögen vor allem die Projekte, die eine Direktvermarktung mit einer umweltverträglichen Fischerei verbinden und dazu beitragen den Fisch in Bestand, Artenvielfalt und in seiner Umwelt zu erhalten, weiter entwickelt werden, um damit die wenigen verbliebenen Haupterwerbsfischereibetriebe in ihrer wirtschaftlichen Existenz zu stärken.

AktivRegion Ostseeküste

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	3
Grußworte der AktivRegionen	4
Tabellen und Abbildungsverzeichnis	6
1. Einführung und Methodik	7
1.1 Vorgehen und Arbeitsschritte.....	7
1.2 Projektbeschreibung	9
1.3 Herausforderungen und Chancen.....	11
2. Planung des Netzwerks	12
2.1 Begriffsabgrenzung.....	12
2.2 Erfolgsfaktoren.....	13
2.3 Netzwerkpartner	14
3. Umsetzung und Arbeit im Netzwerk.....	20
3.1 Organisatorischer Rahmen	20
3.1.1 Organisationsform.....	20
3.1.2 Finanzierungsplan.....	23
3.1.2.1 Kostenschätzungen	23
3.1.2.2 Potenzielle Einnahmequellen.....	26
3.2 Inhaltliche Ausgestaltung	28
3.2.1 Sinnvolle Anlaufpunkte.....	28
3.2.2 Angebotsaufwertung und -erweiterung.....	30
3.3 Gestaltung und Logo des Netzwerkes	31
3.4 Leitthemen.....	34
3.5 Maßnahmenplan.....	40
4. Fazit und Ausblick.....	43
Maßnahmenübersicht.....	44
Anhang.....	45

Hinweis: Die Unterlagen, welche im Anhang zur Verfügung stehen, wurden als Arbeitsgrundlage für die Akteure im Netzwerk zusammengestellt. Diese erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Einige der Dokumente (Excel-Tabellen) sind aufgrund des Datenumfangs nicht in einer druckfähigen Formatierung.

Tabellen und Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Mitglieder der Projektgruppe	7
Abbildung 2: Zeitplanung der Projektstudie	8
Abbildung 3: Projektgebiet.....	10
Abbildung 4: Netzwerkpartner	14
Abbildung 5: Ziele des Netzwerkes	17
Abbildung 6: Aufgaben des Netzwerkes	17
Abbildung 7: Arbeitsstrukturen des Netzwerkes	17
Abbildung 8: Gründung und Organisation des Netzwerkes.....	18
Abbildung 9: Zielgruppen des Netzwerkes.....	19
Abbildung 10: Handlungsfelder des Netzwerkes	19
Abbildung 11: Leitprojekte und Maßnahmen	20
Abbildung 12: Bewertung unterschiedlicher Organisationsformen	22
Abbildung 13: Kostenschätzungen „Kümmerer“	24
Abbildung 14: Verwaltungskosten	26
Abbildung 15: Finanzielle Säulen des Netzwerkes	27
Abbildung 16: Karte mit ausgewählten Angeboten	29
Abbildung 17: Positionierung einer Marke	31
Abbildung 18: Maßnahmen zu L1: Umsetzung und Betrieb	35
Abbildung 19: Maßnahmen zu L2: Zertifizierung der Gastronomie	37
Abbildung 20: Maßnahmen zu L3: Infobereitstellung über Ostseefisch.....	38
Abbildung 21: Maßnahmen zu L4: Kommunikation zum Direktvertrieb	39
Abbildung 22: Maßnahmen zu L5: Erlebbarer Hafen	40
Abbildung 23: Maßnahmen zu L6: Sicherung der Arbeitsgrundlage	40

1. Einführung und Methodik

1.1 Vorgehen und Arbeitsschritte

Die Projektidee, ein Netzwerk zum Thema Ostseefischerei zu schaffen, ist aus den AktivRegionen heraus entstanden und gewachsen. inspektour wurde im Februar 2010 mit der Entwicklung eines Netzwerkes und M+T mit der Gestaltung von Name und Logo dieses Netzwerkes beauftragt.

Dabei wurde das Bottom-up-Prinzip gewählt und eine breite Einbeziehung von relevanten Akteuren durch eine Pressemitteilung zu Beginn des Projektes sowie Informationen persönlich, telefonisch, schriftlich und per E-Mail während der gesamten Projektlaufzeit bereitgestellt. Die inhaltliche Erarbeitung des vorliegenden Leitfadens erfolgte in Abstimmung mit der begleitenden Projektgruppe, die sich aus dem Regionalmanagern sowie Arbeitskreissprechern Fischerei der sechs AktivRegionen zusammensetzen. Durch die breite Information der Öffentlichkeit sowie die gezielte E-Mail Kommunikation mit relevanten Anbietern, gingen viele weitere Ideen und Kommentare bei inspektour ein, die in der Erarbeitung ebenfalls berücksichtigt wurden.

Abbildung 1: Mitglieder der Projektgruppe

AktivRegion	Funktion	Name	Vorname
Innere Lübecker Bucht	Arbeitskreissprecher Fischerei	Oldhof	Sven
	Regionalmanagerin	Schridde	Tanja
Wagrien-Fehmarn	Arbeitskreissprecher Fischerei	Paustian	Jörn
Hügelland am Ostseestrand	Regionalmanager	Triphaus	Max
	Arbeitskreissprecher Fischerei	Mahrt	Katharina
	Arbeitskreissprecher Fischerei	Schmeiduch	Reinhard
Mitte des Nordens		Müller-Meernach	Eva
	Regionalmanagement GLC	Vogt	Linda
	Regionalmanagement GLC		
Schlei-Ostsee	Regionalmanagerin, Amt Südangeln	Linscheid	Svenja
	Arbeitskreissprecher Fischerei	Green	Hans
Ostseeküste	Arbeitskreissprecher Fischerei	Sturm	Uwe
	Regionalmanagement M+T	Lansberg	Stefan
Lübeck	Kurbetrieb Travemünde	Kirchhoff	Uwe
Projektträger	Umweltrat Fehmarn	Burow	Beate

Quelle: inspektour (2010)

Idee und Umsetzung
aus den
AktivRegionen

Bottom-up-Prinzip

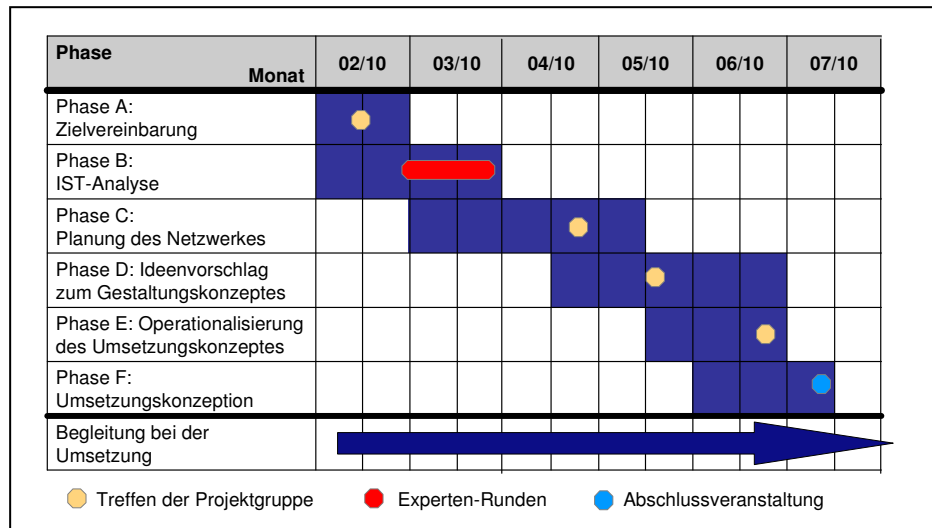
Breite
Einbeziehung der
Öffentlichkeit

Flensburg wird über
die AktivRegion Mitte
des Nordens
berücksichtigt

Ergänzende
Einbeziehung der
Stadt Lübeck,
Travemünde

Die Erarbeitung erfolgte in unterschiedlichen Phasen über eine gesamte Projektlaufzeit von fünf Monaten.

Abbildung 2: Zeitplanung der Projektstudie



Projektlaufzeit:
Februar bis Juni 2010

Quelle: inspektour (2010)

Die zentralen Ergebnisse sind vorwiegend in den Phasen B, C + E erarbeitet worden und stehen den Akteuren zur weiteren Arbeit im Netzwerk zur Verfügung. Folgende Informationen können bei inspektour (digital) angefordert werden:

Zurverfügungstellung
der
Arbeitsergebnisse bei
Bedarf

Phase B: IST-Analyse

- 1. Auflistung der vorhandenen Angebote anhand eines abgestimmten Erfassungsschemas
- 2. Auflistung der aktuellen Projekte und Planungen zum Thema Ostseefisch in den sechs AktivRegionen
- 3. Ansprechpartner für ausgewählte Angebote und Projekte
- 4. Informationen zu den geknüpften Kontakten mit potenziellen Netzwerkpartnern
- 5. Statische Einzel- und Übersichtskarten (erstellt mit RegioGraph) für ausgewählte Angebotsgruppen

Phase C: Planung des Netzwerkes

- 1. Ideenkatalog für zukünftige Projekte (unter Beteiligung aller Interessierten im Projektgebiet)
- 2. Bewertungen der Ideen nach der Bedeutung für das Projektgebiet sowie für die einzelnen AktivRegionen durch die Projektgruppe

- 📌 Verknüpfungspotenzial in ausgewählten Projekten inkl. Ansprechpartner oder ggf. Best-Practice-Beispiel
- 📌 Informationsblatt zur Projektstudie „Netzwerk Ostseefischerei“ für unterschiedliche Zielgruppen
- 📌 Bewertung der ausgewählten Maßnahmen durch das LLUR hinsichtlich ihrer Förderfähigkeit

Phase E: Operationalisierung des Umsetzungskonzeptes

- 📌 Verteilungsschlüssel zur Finanzierung einer Personalstelle „Kümmerer“ (Teilzeit)
- 📌 Übersicht über ergänzende Fördermittel (bundesweit) zum Europäischen Fischereifonds

1.2 Projektbeschreibung

Die Schleswig-Holsteinische Ostseeküste und ihre Bewohner sind kulturell und wirtschaftlich eng mit der Fischerei verbunden. Auch heute noch existieren zahlreiche Fischereistandorte unterschiedlichster Prägung, von kleinen, handwerklich geprägten Häfen bis hin zu großen, genossenschaftlich organisierten Standorten. Die breite Bevölkerung Schleswig-Holsteins sowie besonders deren Gäste verfügen jedoch meist nur über ein geringes Wissen zum Thema Fischerei inkl. der Vielfältigkeit und der wirtschaftlichen wie auch kulturellen Bedeutung dieses Themenfeldes. Dieses ist u. a. dadurch bedingt, dass die Ostseefischerei nur unzureichend und wenn, häufig durch negativ besetzte Themenstellungen (z. B. Überfischung) von der Öffentlichkeit wahrgenommen wird. Zudem sind die vorhandenen Angebote nur teilweise bekannt bzw. attraktiv aufbereitet und die Vernetzung der Angebote sowie eine Kooperation unterschiedlichster Akteure werden nur vereinzelt verbreitet bzw. aktiv gelebt.

Im Rahmen der Projektstudie „Netzwerk Ostseefischerei“ soll diesen Missständen entgegengewirkt und größere Aufmerksamkeit für die Standorte und die Bedeutung der Ostseefischerei generiert werden.

Tradition der
Fischerei an der
Schleswig-
Holsteinischen
Ostseeküste

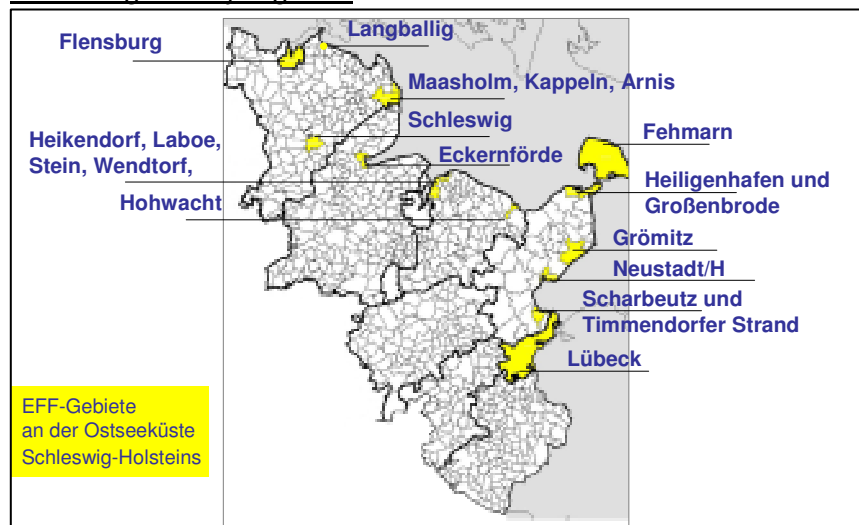
Negatives Image der
Ostseefischerei

Das Netzwerk soll unter folgender Zielverfolgung begründet werden.

- 1 Förderung des öffentlichen Bewusstseins für die Bedeutung und Vielfalt der Ostseefischerei
- 2 Betreibung aktiver Aufklärung, speziell über den Berufszweig des Fischers
- 3 Schaffung einer Vernetzung und Vermarktung zum Thema Ostseefischerei mit dem für die Region bedeutenden Tourismus sowie mit weiteren relevanten Themenfeldern (Wirtschaft, Tourismus, Naturschutz etc.)

Dieses Projekt fungiert als Projekt mit Pilotcharakter, da erstmalig diverse bedeutende Bereiche an der Ostseeküste vernetzt werden sowie das gesamte Küstengebiet gemeinschaftlich betrachtet wird. Dieses soll zu einer „win-win-Situation“ für alle Beteiligten führen.

Abbildung 3: Projektgebiet



Quelle: inspektour (2010)

Das Projektgebiet beinhaltet die gesamte Schleswig-Holsteinische Ostseeküste von Flensburg bis Lübeck. In diesem Gebiet liegen die beteiligten sechs AktivRegionen sowie 20 Gemeinden, die als Fischwirtschaftsgebiete anerkannt sind. Nur diese Gemeinden sind berechtigt, Förderungen aus dem Europäischen Fischereifonds zu erhalten. Angestrebt werden verstärkt auch kollektive Maßnahmen.

Zielverfolgung des
Netzwerkes

Pilotcharakter
des Projektes

Projektgebiet mit
6 AktivRegionen und
20 Fischwirtschafts-
gebieten

In die Erarbeitung des Leitfadens wurden folgende Bereiche im gesamten Projektgebiet im Schwerpunkt einbezogen:

- 📍 Fischerei
- 📍 Bildung, Kultur und Tourismus (Fokus Ostseefischerei)

Als Ergebnis der Projektstudie „Netzwerk Ostseefischerei“ liegt dieser Leitfaden zur Gestaltung und Fortführung des Netzwerkes sowie ein konkreter Maßnahmenkatalog vor.

1.3 Herausforderungen und Chancen

Das Projekt stellt an die Akteure einige Herausforderungen, die auch in der weiteren Arbeit im Netzwerk bewältigt und berücksichtigt werden müssen:

- 📍 Größe des Projektgebietes
- 📍 Anzahl der Akteure
- 📍 Unterschiedliche Interessen der verschiedenen Bereiche und Regionen
- 📍 Aktuelle rechtliche Lage (EU-Fischerei sowie Sparpaket des Landes Schleswig-Holstein)

Vor allem bieten sich aber eine Reihe von bedeutenden Chancen durch das Netzwerk:

- 📍 Einnehmen einer Vorreiterrolle
- 📍 Frühzeitiges und kreatives Reagieren auf Rahmenbedingungen
- 📍 Sicherung und Stärkung der Fischerei als regional wichtiges Thema
- 📍 Innovationscharakter

Das Interesse und der Bedarf an fischereispezifischen Netzwerken sind sowohl regional als auch national und EU-weit groß. Erfahrungen aus dem Netzwerk an der Ostseeküste können an weiteren Stellen genutzt und die Vernetzung weiter angestrebt werden.

Bereiche:
Fischerei,
Bildung, Kultur &
Tourismus

Ergebnis:
Leitfaden und
Maßnahmenkatalog

Verschiedenste
Interessen in
einem großen Gebiet
„unter einen Hut“
bringen!

Vorreiterrolle
einnehmen

2. Planung des Netzwerks

2.1 Begriffsabgrenzung

Unter einem Netzwerk mit dem Namen ‚fischerleben‘ wird die Zusammenarbeit der verschiedenen bedeutenden Bereiche an der Schleswig-Holsteinischen Ostseeküste zur Thematik Fischerei verstanden. Zentrum des Netzwerkes ist das gemeinsame Ziel, die Ostseefischerei zu stärken. Die Initiativen sollen ebenfalls nach dem Bottom-up-Prinzip erfolgen und durch die betroffenen Akteure der Fischerei entwickelt werden.

Exkurs: Bildliche Erläuterung des Netzwerkes

Dieses Netzwerk ähnelt sehr einem Fischernetz, das durch viele einzelne Knoten an unterschiedlichen Punkten zusammengehalten wird, aber gleichzeitig an mindestens einem zentralen Ankerpunkt befestigt ist. Das Netz ist beweglich und wird durch einen oder mehrere Fischer in Teamarbeit ausgeworfen und auch wieder eingeholt. Es sollte jedoch niemals unkontrolliert treibengelassen werden.

Wenn im weiteren Verlauf des Leitfadens über frischen Fisch gesprochen wird, so ist damit stets das wichtigste „Produkt des Netzwerkes“ gemeint. Inhaltlich werden darunter alle Speisefische verstanden, die von regionalen Fischern in den Häfen des Projektgebietes nicht gefroren angelandet und sofort zum Verkauf angeboten bzw. vor Ort in den Verarbeitungsstellen direkt weiterverarbeitet werden. Im weiteren Sinne werden entsprechend auch verarbeitete und veredelte Fischprodukte, die direkt an den Anlandungsstellen produziert werden, dazugezählt. In diesem Fall ist von frischen Fischprodukten die Rede.

Vernetzung der
Bereiche im
Projektgebiet

Entwicklung aus dem
Netzwerk heraus

Begriffsdefinition
„Frischer Fisch“ und
„Frische
Fischprodukte“

2.2 Erfolgsfaktoren

Das geplante Netzwerk zu gründen, zu organisieren, zu finanzieren und langfristig in diesem Netzwerk erfolgreich zu agieren, steht vor Herausforderungen und bietet gleichzeitig wichtige Chancen. Um diese Bestrebungen möglichst optimal umzusetzen, sind folgende Erfolgsfaktoren gegeben:

- 1. Vorhandensein von mehreren „Knotenpunkten“ im gesamten Projektgebiet mit motivierten Akteuren aus allen Bereichen, vor allem aus der Fischerei
- 2. Zentrale Steuerung und Kontrolle an einem Ankerpunkt des Netzwerkes z. B. an einem zentralen Anlaufpunkt– kein unkontrolliertes ‚Treibenlassen‘
- 3. Beweglichkeit und Flexibilität bei sich verändernden Rahmenbedingungen
- 4. Umfangreiche interne Kommunikation zur kontinuierliche „Mitnahme“ aller Akteure – kein „Verheddern“ des Netzes
- 5. Sicherstellung der finanziellen Tragkraft
- 6. Entwicklung der Initiativen aus dem Netzwerk heraus
- 7. Perspektivische Einbeziehung weiterer deutscher und europäischer Fischereiregionen unter Berücksichtigung der bereits bestehenden Netzwerkaktivitäten

Schaffung eines lang-
fristig
erfolgreichen
Netzwerkes

Aktionen aus dem
Netzwerk heraus

Stärkung der
Fischereivertretung
durch perspektivische
Vergrößerung des
Netzwerkes (Deutsch-
land, EU)

2.3 Netzwerkpartner

Die im Folgenden dargestellten Netzwerkpartner werden in das Netzwerk einbezogen:

Abbildung 4: Netzwerkpartner



Quelle: inspektour (2010)

Hauptakteure und treibende Kraft sind vorwiegend Vertreter der Fischerei.

Durch eine Beteiligung und Mitarbeit im Netzwerk ergeben sich positive Effekte für die einzelnen Netzwerkpartner, die im Folgenden für die unterschiedlichen Bereiche kurz aufgezeigt werden:

Positive Effekte für die Fischer:

- 🚩 Chance zur aktiven Mitgestaltung und Umsetzung eigener Ideen
- 🚩 Gemeinschaftliche Nutzung von verfügbaren EU-Fördermitteln aus dem Europäischen Fischereifonds
- 🚩 Neue Sichtweisen und kreative Lösungsansätze
- 🚩 Erhöhung des Austausches und der Vernetzung auch außerhalb der bestehenden Strukturen in der Fischerei und mit weiteren Branchen, vor allem dem Tourismus
- 🚩 Mehr Kunden für den Direktvertrieb
- 🚩 Integration in gemeinschaftliche Werbe- und Imagemaßnahmen

Netzwerkpartner aus den Bereichen Fischerei sowie Bildung, Kultur & Tourismus

Einbeziehung von weiteren Interessierten, Förderern und Sponsoren

Nutzen für die Fischer

Positive Effekte für die Akteure im Bereich Bildung, Kultur und Tourismus:

- ④ Stärkung der regionalen Identität durch Beitrag zum Erhalt der regionsprägenden Fischerei
- ④ Ostseefisch als attraktives, noch nicht ausgeschöpftes und authentisches Werbethema für die gesamte Region
- ④ Möglichkeit der Einflussnahme auf die Angebotsgestaltung durch Abstimmungen und Vernetzungen mit der Fischerei
- ④ Neue Sichtweisen und kreative Lösungsansätze
- ④ Erhöhung des Austausches und der Vernetzung auch außerhalb der eigenen bestehenden Strukturen
- ④ Mehr Besucher und Touristen für die Einrichtungen der Region

Und nicht zuletzt lebt jedes Netzwerk von den Menschen, die es gestalten. Je mehr sich beteiligen, desto mehr Handlungsspielraum und damit auch Attraktivität erhält dieses Netzwerk.

Nutzen für
Touristiker und
weitere Akteure in der
Region

2.4 Strategische Planungen

Die auf den folgenden Seiten kommenden Grafiken stellen die Ziele und die Strategie des Netzwerkes dar. Dieses bildet die Basis für alle weiteren Arbeitsschritte.

Exkurs: Bildliche Erläuterung der verwendeten Begriffe in Kapitel 2:

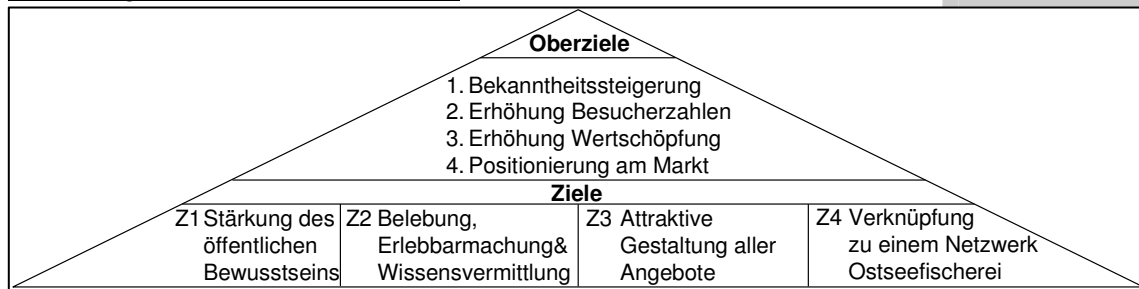
Die strategischen Planungen des Netzwerkes ähneln einem navigierenden Schiff: Die Ziele sind die Häfen, die das Schiff anlaufen soll, dabei stellen die Oberziele die Länder und die weiteren Ziele die einzelnen Orte dar. Um diese Häfen tatsächlich zu erreichen, sind grundsätzlich mehrere Arbeiten notwendig – z. B. die Wartung des Schiffes und das Anheuern der Mannschaft (in der Netzwerkplanung sind dieses die Aufgaben). Nun könnten die Zielorte des Schiffes auf unterschiedlichen Routen angesteuert werden, die jeweils verschiedene Vor- und Nachteile haben: Die Fahrt durch den Nord-Ostseekanal ist beispielsweise schneller als die Fahrt an der Küste längs. Jedoch kann diese Route auch nicht mit jeder Art von Schiff befahren werden. Alle diese strategischen Planungen bzgl. der Route, der Wahl des Kraftstoffes, die Größe und Zusammensetzung der Mannschaft sowie die Erfahrung der einzelnen Matrosen, wird in der Strategiebox festgelegt. Daraus ergeben sich schließlich die notwendigen Handlungsfelder an Bord, z. B. Navigation und Verpflegung. Diese sind erst festlegbar, wenn der Weg bekannt, also die Strategie vorliegt und klar ist, wie viel Tage auf See verbracht werden und mit wie vielen Matrosen gesegelt wird. Schließlich erhält jeder eine Aufgabe (Leitthemen und Maßnahmen), die er zu erfüllen hat, um das Ziel zu erreichen. Verantwortlich ist jederzeit der Kapitän (im Falle des Netzwerkes bedeutet dieses eine zentrale Anlaufstelle bzw. ein „Kümmerer“).

Das Netzwerk verfolgt vier übergreifende Oberziele, die der gesamten Region von Nutzen sind. Aus diesen allgemeingültigen Zielen leiten sich die vier netzwerkspezifischen Ziele (Z1 bis Z4) ab, die sich im Schwerpunkt auf den Nutzen für die Fischerei konzentrieren.

Erläuterung der verwendeten Begriffe

4 Oberziele mit Nutzen für die gesamte Ostseeregion SH

Abbildung 5: Ziele des Netzwerkes



Quelle: inspektour (2010)

Aus den zu erreichenden Zielen ergeben sich vier Aufgabenschwerpunkte, die das Netzwerk zukünftig zu erledigen hat (A1 bis A4) bzw. die zu erreichenden Ziele von Bedeutung sind.

Abbildung 6: Aufgaben des Netzwerkes

Aufgabenschwerpunkte			
A1 Imageverbesserung	A2 Aufklärungs- Informationsarbeit	A3 Steigerung der Direktvermarktung	A4 Organisation des Netzwerkes

Quelle: inspektour (2010)

Zur Umsetzung der Ziele und zur Fokussierung der Aufgabeninhalte auf zukünftige Handlungsschwerpunkte ist die Festlegung der Strategie des Netzwerkes notwendig. Die Übersicht zeigt die angestrebten Arbeitsstrukturen:

4 Aufgabenschwerpunkte

Abbildung 7: Arbeitsstrukturen des Netzwerkes

Arbeitsstrukturen						
Aktivitäten	Aktives Netzwerk				Passives Netzwerk	
	Fokus: Außendarstellung	Fokus: Innendarstellung		Kontinuierliche Pflege		
Ausführung	Externe Steuerung	Interne Steuerung				
		Mit externer Beratung			In Eigenregie	
Führungssitz	Ein Sitz				Mehrere Sitze	
	Zentral		Dezentral			
Wirkungsgebiet	Ostsee			Nordsee		
	D gesamt	S-H	M-V	D gesamt	S-H	Nds.
Kontrollinstanz	Keine		Extern		Intern	

Quelle: inspektour (2010)

Bezüglich der Gründung und Organisation des Netzwerkes wird die folgende Auswahl getroffen (eine weitere Erläuterung findet in Kapitel 3.1.1 statt:

Legende:

	Strategiefeld
	Option Netzwerk
	Alternativen

Abbildung 8: Gründung und Organisation des Netzwerkes

Gründung und Organisation								
Vorgehen	Neugründung					Integration In bestehende Strukturen		
	Neupositionierung		Anknüpfung an Bestehendes					
Bestehende Strukturen	Aktiv Region	NW-Partner z. B. OIC		Tourismus OHT, TASH	Fischerei LFV S-H, FSV	Wissenschaft Uni Kiel		
Organisa- tionsform	GmbH		Verein		Stiftung	Arbeitsgemeinschaft mit Geschäftsordnung		
Finanzierung	Beiträge			Umlage		Projektförderung		
	Mitglieder	Teil- nehmer	Projektspe- zifisch	Größe	An- gebot	EU	Natio- nal	Sponso- ren
Personelle Verantwortung	Vollzeit		Teilzeit		Ehrenamt	Regionalmanagement rotierend		

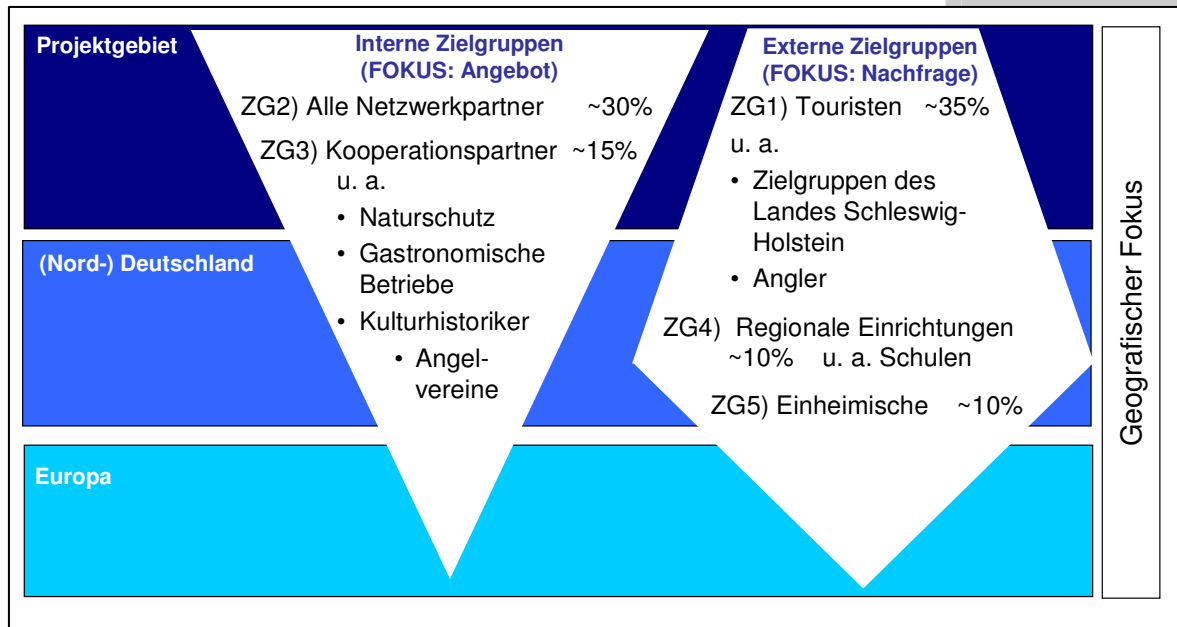
Quelle: inspektour (2010)

Ebenfalls im Rahmen der Strategie werden die Zielgruppen festgelegt. Diese Festlegung dient der fokussierten Bearbeitung der Leitthemen und Maßnahmen mit den – in der Regel begrenzten – zur Verfügung stehenden Mitteln und Ressourcen.

Folgende Grafik stellt die Zielgruppen des Netzwerkes mit einer geschätzten Gewichtung (in %) dar. Die internen und externen Zielgruppen sind nahezu ausgewogen, welches einen der Schwerpunkte auf die interne Gestaltung des Netzwerkes darlegt. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der Zielgruppe der Touristen, die u. a. auch die wirtschaftliche Basis des Netzwerkes sichern könnten (verstärkt indirekt, vgl. Oberziele).

Fokussierte Arbeit
durch die
Konzentration auf
Zielgruppen

Abbildung 9: Zielgruppen des Netzwerkes



Quelle: inspektour (2010)

Durch die Selektion in Form des Strategiefilters ergeben sich die notwendigen Handlungsfelder des Netzwerkes. Aufgrund der Ziele, die durch das Netzwerk verfolgt werden, liegt ein Handlungsfeld in der Verbesserung und Erweiterung des Angebotes (Angebotsgestaltung). Dieses muss in Gänze umfangreicher und auch gebietsübergreifender vermarktet werden (Kommunikation). Eine Erhöhung der Umsätze der einzelnen Betriebe und damit der Wertschöpfung für die gesamte Region, sollte über das Handlungsfeld Vertrieb erfolgen. Weitere bedeutende Handlungsfelder zur langfristigen Gestaltung und Sicherung des Netzwerkes liegen in der internen Netzwerkorganisation und in Teilbereichen auch in der konzeptionellen Arbeit. Dieses fasst folgende Grafik zusammen:

Strategiefilter

Abbildung 10: Handlungsfelder des Netzwerkes

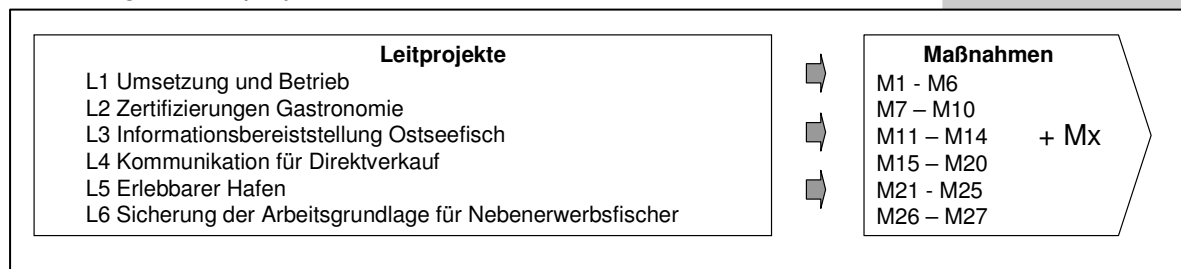
Handlungsfelder				
Angebotsgestaltung	Kommunikation	Vertrieb	Netzwerkorganisation	Konzeptionelle Arbeit

Quelle: inspektour (2010)

Zur Umsetzung des Netzwerkes sind Aktionen auf unterschiedlichen Ebenen notwendig. Die Umsetzung soll in sechs Leitthemen erfolgen (vgl. Kapitel 3.4). Diese werden durch einzelne Maßnahmen konkretisiert (vgl. Kapitel 3.5). Für zukünftige Arbeiten stehen die Maßnahmen aus dem vollständigen Ideenkatalog zur Verfügung (in der Grafik mit ‚Mx‘ bezeichnet).

Umsetzung in sechs
Leitthemen mit
einzelnen
Maßnahmen

Abbildung 11: Leitprojekte und Maßnahmen



Quelle: inspektour (2010)

3. Umsetzung und Arbeit im Netzwerk

3.1 Organisatorischer Rahmen

3.1.1 Organisationsform

Zur Gründung und Organisation des Netzwerkes sind unterschiedliche Rechtsformen möglich. Diese werden im Folgenden grob beschrieben und anschließend nach verschiedenen Aspekten hinsichtlich des Netzwerkes bewertet.

GmbH:

Die GmbH ist als Kapitalgesellschaft eine eigene Rechtspersönlichkeit. Die Gründung bedarf einer notariellen Beurkundung, welche kostenpflichtig ist, und ein Stammkapital von 12.500 € erfordert. Für weitere 12.500 € muss gebürgt werden. Die Gründung ist durch (mindestens) einen Gesellschafter möglich. Die GmbH muss eine Bilanz mit Gewinn- und Verlustrechnung erstellen, welche der Einreichungspflicht unterliegt.

GmbH

gGmbH:

Eine gemeinnützige GmbH wird als GmbH gegründet und stellt zusätzlich einen Antrag auf Gemeinnützigkeit. Dieses bietet den Vorteil von Steuervergünstigungen, die erwirtschafteten Gewinne müssten vollständig in das Netzwerk reinvestiert werden.

Verein:

Eine weitere Variante ist die Organisation des Netzwerkes als Verein. Dieser stellt eine auf Dauer gegründete Personenvereinigung dar, die der Erreichung eines selbst gesetzten gemeinsamen Zwecks dient. Die Gründung erfordert eine Anmeldung beim Registergericht, die Leitung des Vereins obliegt dem gewählten Vereinsvorstand. Die Akteure in einem Verein agieren oftmals ehrenamtlich.

Arbeitsgemeinschaft (AG):

In dieser Option wird ein unverbindlicher Zusammenschluss von - festzulegenden - Akteuren zu einem Netzwerk angestrebt. Bei einem Beitritt entstehen den Mitgliedern weder Kosten noch Verpflichtungen. Auch muss kein Vorstand, Geschäftsführer oder eine ähnliche Position abgedeckt werden.

Stiftung:

Eine Stiftung ist eine als selbständiger Rechtsträger anerkannte, mit Vermögen ausgestattete, Einrichtung, mit der ein dauernder gemeinnütziger Zweck erreicht werden soll. Die Gründung einer Stiftung erfolgt durch eine Willenserklärung des Stifters sowie durch die Anerkennung der Stiftungsbehörde des Landes. Eine Mindestkapitalausstattung der Stiftung ist nicht vorgeschrieben, in der Verwaltungspraxis fordern die meisten Stiftungsbehörden jedoch ein Ausstattungskapital von mindestens 25.000 €. Die Vertretung nach außen wird vom Stiftungsvorstand übernommen, es besteht auch die Möglichkeit einen Geschäftsführer für die Leitung der Stiftung einzustellen. Die Haftung einer Stiftung bezieht sich auf das gesamte Vermögen der Einrichtung, also auch die Grundeinlage. Auf diese kann von Seiten der Stiftung nicht zugegriffen werden, sie ist auf Dauer hinterlegt und nur die Erträge können für weitere Zwecke verwendet werden.

gGmbH

Verein

Arbeitsgemeinschaft

Stiftung

Abbildung 12: Bewertung unterschiedlicher Organisationsformen

Kriterien für die Wahl der Rechtsform	GmbH	gGmbH	Verein	AG	Stiftung
Aufwand für Gründung	-	-	0	+	0
Grundkapitalunterlegung	+	+	+	-	+
Finanzielle Gestaltungsmöglichkeiten	Gewinn- erwirtschaftung	Finanzierung der Gemein- nützigkeit	Mitgliedsbeiträge (regelmäßig)	Teilnehmer- Beiträge (projektspezifisch)	Stiftungskapital
Steuerlicher Aufwand	-	+	+	0	0
Handlungsfreiheit der Geschäftsführung (Effizienz der Arbeit)	+	+	0	0	+
Erfolgsorientierung	+	+	0	0	+
Akzeptanz im Geschäftswesen	+	+	0	0	+
Fazit	Nicht leistbar für Netzwerk, das nicht gewinnorientiert ist	Interessante Alternative, aber schwer umsetzbar	Empfehlenswerteste Variante bezogen auf Aufwand und Nutzen	Mögliche Alternative, allerdings sehr unverbindlich	Nicht umsetzbar, da kein Stiftungskapital vorhanden ist

Quelle: inspektour (2010)

Als bestmögliche Optionen zur Organisation des Netzwerkes werden die Varianten Verein und AG gesehen. Der Verein führt zu einer höheren Verbindlichkeit und zu eigenen Einnahmen des Netzwerkes, wohingegen eine AG gewisse Nachteile aufgrund ihrer Unverbindlichkeit, aber auch einen geringeren Aufwand in Gründung und Organisation vorweist. Auch ist die „Hemmschwelle“ zum Beitritt als geringer zu bewerten.

Praxisorientierte kurzfristige Umsetzungsplanung

Zur Umsetzung des Netzwerkes wird durch die Projektgruppe eine Weiterführung der regelmäßigen Treffen angestrebt. Um dieses etwas verbindlicher zu gestalten, soll zunächst eine „AG mit Geschäftsordnung“ gegründet werden. In dieser Geschäftsordnung wird der Rahmen der AG schriftlich festgehalten. Es soll einen Vorsitz/Sprecher geben, der im Wechsel (z. B. halbjährlich) von den Regionalmanagern bzw. Arbeitskreissprechern einer AktivRegion übernommen werden könnte.

Legende:

Bewertungen in Bezug auf das Netzwerk:

+ = eher positiv

0 = neutral

- = eher negativ

 Empfehlung für das Netzwerk

Weitere Arbeitsschritte

AG mit Geschäftsordnung

Regelmäßig wechselnder Vorsitz

Die AG hat zur Aufgabe, die vernetzenden Projekte anzustoßen und überregionale Arbeiten (sowie diese anfallen) zu koordinieren. Die Umsetzungsverantwortung der Projekte liegt dann in der bzw. in den jeweils umsetzenden Region(en) bzw. beim Projektträger. Das Ziel ist die Schaffung einer nachhaltigen, langfristig bestehenden Netzwerk-lösung. Voraussetzung für diese Lösung ist die Bereitschaft der Mitglieder der Projektgruppe, ihr Engagement in der AG mit Geschäfts-ordnung fortzusetzen und abwechselnd die Verantwortung zu über-nehmen. Diese Bereitschaft wurde von den anwesenden Teilnehmern in der letzten Projektgruppensitzung (17. Juni 2010) grundsätzlich sig-nalisiert. Ebenso befürwortete die AktivRegion Mitte des Nordens (die bei dem Treffen nicht anwesend sein konnte) grundsätzlich die Einrich-tung einer Arbeitsgemeinschaft mit Geschäftsordnung sowie dem Vor-sitz durch die Regionalmanagements der beteiligten AktivRegionen im Rotationsverfahren – vorbehaltlich der Zustimmung des Vorstandes.

Empfehlung: mittelfristiger Fokus des Netzwerkes

Sowie die Arbeit im Netzwerk dieses erfordert, sollte mittelfristig die Anstrengung einer Vereinsgründung erfolgen. Dadurch ist eine nachhal-tige - auch finanzielle - Sicherung des Netzwerkes gegeben.

3.1.2 Finanzierungsplan

3.1.2.1 Kostenschätzungen

Die gewählte Umsetzungsalternative zur Organisation setzt schlanke Strukturen voraus. Es werden entsprechend geringe Kosten erwartet.

Praxisorientierte kurzfristige Umsetzungsplanung

Die entstehenden Aufgaben im Netzwerk sollen, so weit möglich, durch die Beauftragung entsprechender Agenturen für die Umsetzung der Projekte (diese sollen aus dem Europäischen Fischereifonds ge-fördert werden) abgedeckt werden. Weitere Kosten für die Organisati-on der AG mit Geschäftsordnung werden von der Projektgruppe (wider der Beratermeinung) als sehr gering eingeschätzt (Beispiel: Einladung zu den Treffen per E-Mail) und könnten, nach Planung der Projekt-

Grundsätzliche
Umsetzungsbereit-
schaft

Ggf. mittelfristiges
Ziel: Vereinsgründung

Schlanke Strukturen
in der gewählten
Alternative

Externe Vergabe der
Projekte und den da-
mit verbundenen Auf-
gaben

Absicherung weiterer
Ausgaben durch AG-

gruppe, entsprechend durch das Regionalmanagement, welches als Vorsitz/Sprecher agiert, abgedeckt werden.

Empfehlung: mittelfristiger Fokus des Netzwerkes

Um eine nachhaltige Sicherung der Netzwerkarbeit anzustreben, wird die Berücksichtigung einer verantwortlichen „Kümmerer-“ oder Geschäftsführerstelle empfohlen. Im Rahmen eines ggf. zu gründenden Vereines fallen außerdem weitere Kosten für Gründung und Betrieb an. Die folgenden Auflistungen gehen von einer sofortigen Umsetzung aus. Zu einem späteren Zeitpunkt, entfällt ggf. die Interimslösung (in Abhängigkeit von der Organisationsstärke der AG).

Abbildung 13: Kostenschätzungen „Kümmerer“

	Dauer in Monaten	Kosten pro Monat (EUR)	Personalkosten (EUR)
Stufe 1: Interim	6	2.500	15.000
Stufe 2. Kümmerer	36	2.500	90.000

Quelle: inspektour (2010)

Folgende Aufgaben sollten übernommen werden:

Stufe 1 (6 Monate): Interimslösung

Einsetzung einer Interimsstelle (20 Wochenstunden Arbeitsaufwand) mit folgenden zentralen Aufgaben:

- ➊ Koordination aller anstehenden Arbeitsschritte inklusive erster Maßnahmenbetreuung
- ➋ Kofinanzierung nach Verteilungsschlüssel generieren, d. h. Durchführung von Informationsveranstaltungen, Vorbereitung von Pressemeldungen und Ansprechpartner bei Nachfragen
- ➌ Erste inhaltliche Zuarbeit für die zu erstellenden Internetseite
- ➍ Erste inhaltliche Zuarbeit für die zu erstellenden Printprodukte
- ➎ Abstimmung mit den zuständigen Tourismusverbänden zur Integration der Informationen in die Gastgeberverzeichnisse und in weiteren Produkten 2011

Vorsitz

Interimsstelle sichert
die sofortige Fortführung
des Netzwerkes

Interimslösung

Stufe 2 (2011 – 2013): „Kümmerer“

Schaffung einer zentralen Stelle „Kümmerer“ (20 Wochenstunden Arbeitsaufwand) mit folgenden zentralen Aufgaben:

- 📌 Kontinuierliche Pflege der Internetseite
- 📌 Organisatorische Begleitung weiterer Projektideen
- 📌 Durchführung regelmäßiger Treffen der Netzwerk- und Kooperationspartner
- 📌 Erarbeitung alternativer Finanzierungsmöglichkeiten ab 2014
- 📌 Aktive Unterstützung eines nationalen Netzwerkes
- 📌 Verantwortung für Evaluation der Netzwerktätigkeiten in regelmäßigen Abständen
- 📌 Abstimmung mit den zuständigen Tourismusverbänden zur Integration der Informationen in die Gastgeberverzeichnisse und in weiteren Produkten

Personalstelle des
„Kümmerers“

Weitere Kosten im Rahmen einer Vereinsgründung

Zur Gründung eines Vereins fallen einmalige Kosten an für: Beantragung der Gemeinnützigkeit, Eintrag in das Vereinsregister, Notarkosten, Kosten für die Gründungsveranstaltung, Erstellung der Satzung etc.

Gründungskosten

Im Netzwerk fallen neben den Personalkosten weitere jährliche Verwaltungskosten (zunächst unabhängig von der Organisationsform) an, die im Folgenden grob geschätzt dargestellt sind. Die Planungen sehen zunächst einen Betrieb des Netzwerkes bis zum Ende der Förderperiode 2013 mit dem dargestellten Personaleinsatz vor. Ab 2014 sollte eine Netzwerkgröße erreicht sein, die einen wirtschaftlich unabhängigeren Betrieb ermöglicht.

Laufende Kosten

Abbildung 14: Verwaltungskosten

Schätzung der Verwaltungskosten pro Jahr	in EUR
Bürokosten	0
<i>Annahme: Nutzung einer bestehenden Struktur</i>	
Büromaterial	500
Telefon/Handy/Internet	500
Porto	200
Buchhaltung	200
Reisekosten	3.100
Marketing	0
<i>Annahme: Erfolgt über die Maßnahmen</i>	
Veranstaltung (pauschal)	500
Summe der Verwaltungskosten pro Jahr	5.000
Summe der Personalkosten pro Jahr	30.000
Summe der gesamten anfallenden Kosten im Netzwerk pro Jahr	35.000

3.1.2.2 Potenzielle Einnahmequellen

Praxisorientierte kurzfristige Umsetzungsplanung

Aufgrund der geplanten Umsetzung des Netzwerkes als AG mit Geschäftsordnung ergeben sich aus diesem Modell zunächst kaum Einnahmemöglichkeiten. Die entstehenden Kosten sollen entsprechend durch die Akteure abgedeckt werden (vgl. Kapitel 3.1.2.1).

Bei den gemeinsamen Projekten sollten entsprechend x % Verwaltungskosten bzw. entsprechend Bearbeitungskosten berücksichtigt werden.

Empfehlung: mittelfristiger Fokus des Netzwerkes

Bei einer Umsetzung der weiteren Empfehlungen (Vereinsgründung, Kümmerer) ergeben sich folgende Potenziale zur Finanzierung dieser Vorhaben:

Kaum eigene
Einnahmepotenziale
der AG

Abbildung 15: Finanzielle Säulen des Netzwerkes



Quelle: inspektour, M+T (2010)

Die Finanzierung des Netzwerkes könnte zum Teil über eigene Einnahmen in Form von regelmäßigen Mitgliederbeiträgen und projektspezifischen Teilnehmerbeiträgen erfolgen. Die Höhe der Finanzmittel aus diesen Quellen ist vor allem abhängig von der Art der Organisationsform, der Anzahl der teilnehmenden Akteure sowie der Höhe der jeweiligen Beiträge.

Des Weiteren wird die Ausschöpfung der verfügbaren Mittel aus dem Europäischen Fischereifonds angestrebt. Diese stehen den AktivRegionen zur Verfügung, Antragsteller und Nutzer des jeweiligen Projektes muss eine Gemeinde, die als Fischwirtschaftsgebiet anerkannt ist, sein. Kollektive Maßnahmen, die gebietsübergreifend wirken, werden ebenfalls als förderfähig eingestuft. Neben den EFF-Fördermitteln stehen grundsätzlich weitere Förderprogramme zur Verfügung. Es wird jedoch empfohlen aufgrund der aktuellen Finanzlage des Landes Schleswig-Holstein, zunächst die verfügbaren Mittel aus dem EFF zu nutzen.

Neben den eigenen Einnahmen und verfügbaren Fördermitteln, soll ein Fokus auf die Gewinnung von Sponsoren und privaten Förderern

Säule 1 der Finanzierung: Eigene Einnahmen aus Mitglieds- und Teilnahmebeiträgen

Säule 2 Förderung der EFF-Gebiete sowie kollektiver Maßnahmen aus dem EFF

Säule 3 Privates Engagement (Sponsoren)

gelegt werden.

3.2 Inhaltliche Ausgestaltung

3.2.1 Sinnvolle Anlaufpunkte

Auf Basis der durchgeführten Angebotsanalysen werden folgende Anlaufpunkte für eine intensivere Herausstellung empfohlen (Auflistung von Norden nach Süden):

AktivRegion Mitte des Nordens

- 📍 Flensburg
- 📍 Langballigau

AktivRegion Schlei-Ostsee

- 📍 Maasholm
- 📍 Kappeln
- 📍 Schleswig

AktivRegion Hügelland am Ostseestrand

- 📍 Eckernförde

AktivRegion Ostseeküste

- 📍 Hohwacht
- 📍 Heikendorf
- 📍 Laboe
- 📍 Stein (keine Anlandestelle)
- 📍 Wendtorf

AktivRegion Wagrien-Fehmarn

- 📍 Heiligenhafen
- 📍 Großenbrode
- 📍 Burgstaaken
- 📍 Neustadt i. H.

AktivRegion Innere Lübecker Bucht

- 📍 Niendorf (Timmendorf)
- 📍 Travemünde (Lübeck)

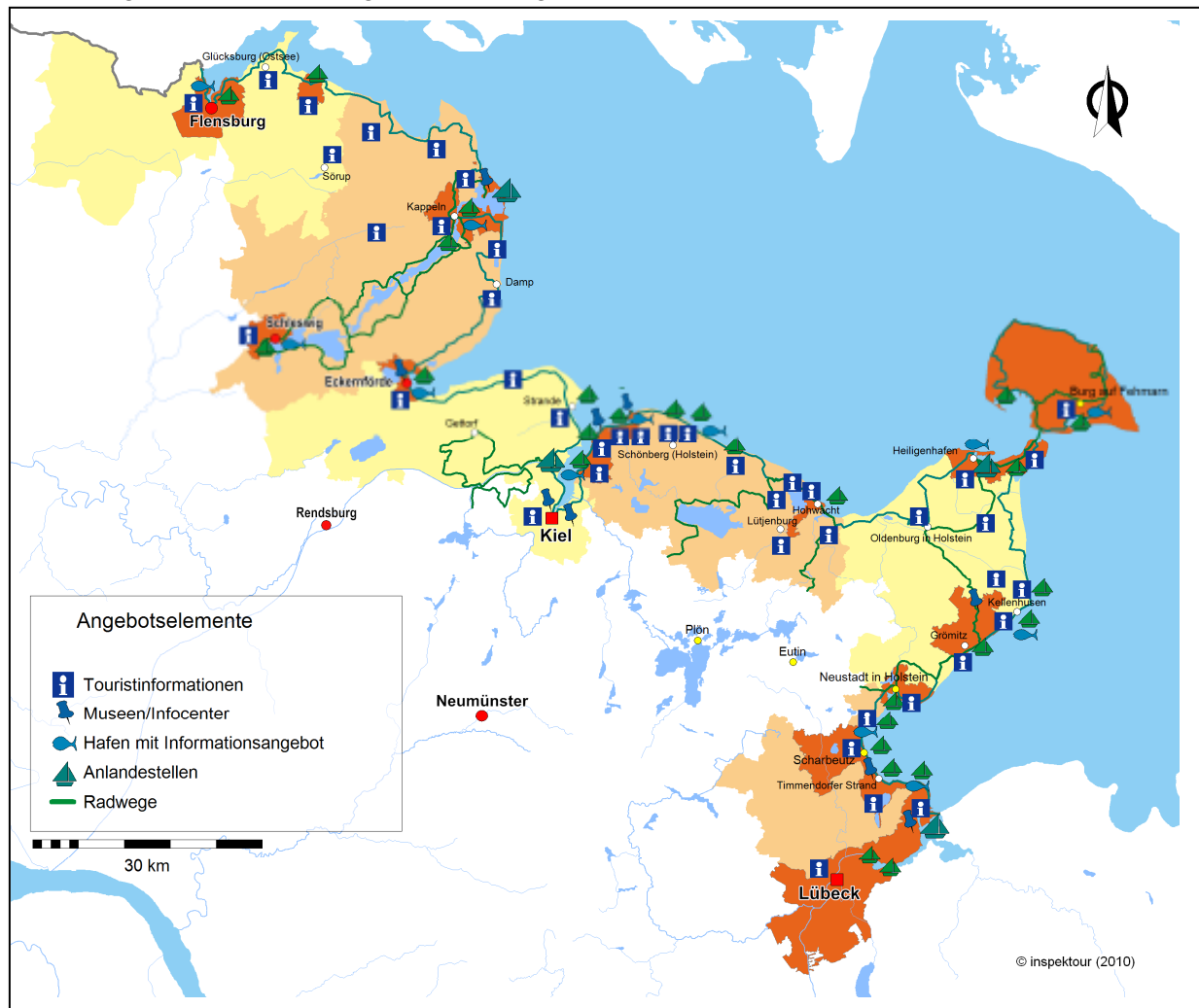
Empfehlung von Anlaufpunkten im Netzwerk

Flensburg kooperiert mit der AktivRegion Mitte des Nordens

Lübeck ist kein Mitglied in einer AktivRegion

Neben den spezifischen Angeboten in den einzelnen Orten und Häfen, besteht folgende Gemeinsamkeit in allen empfohlenen Anlaufpunkten des Netzwerkes: Alle diese Orte besitzen Häfen oder Anlandungsstellen, an denen Fischerboote oder Kutter anlanden und ihre Ware frisch zum Verkauf anbieten. Teilweise ergänzen auch Verarbeitungs- und Verkaufsstellen das Fischangebot. Alle Anlaufpunkte sind Fischwirtschaftsgebiete (bzw. gehören den entsprechenden Gemeinden an). Eine Übersicht über die vorhandenen Angebote zeigt die folgende Karte:

Abbildung 16: Karte mit ausgewählten Angeboten



Quelle: inspektour (2010)

3.2.2 Angebotsaufwertung und -erweiterung

Grundsätzlich werden folgende Empfehlungen zu diesen Angeboten gegeben. Diese werden entsprechend in den Maßnahmen berücksichtigt.

Aufwertung der vorhandenen Angebote

- 📌 Bessere Aus- und Beschilderung der Anlandestellen sowie der Möglichkeiten zum Erwerb von frischem Ostseefisch
- 📌 Mehr Informationen zum Produkt Ostseefisch, d. h. zur Verfügbarkeit, Preis, Qualität etc.
- 📌 Mehr Informationen zur Bedeutung der Fischerei für die Region, d. h. Darstellung der Historie, Gegenwart und möglichen Zukunft
- 📌 Herausstellung besonderer Angebote rund um den Ostseefisch, vor allem der Gastronomie und der Fischereibetriebe
- 📌 Schaffung von Anreizen (für die Gastronomie, Touristen und Einheimischen), mehr regionalen Ostseefisch vor Ort zu kaufen

Empfehlung zur **Erweiterung** um **zusätzliche** Angebote

- 📌 Spezifische Angebote für Kinder
- 📌 Erlebnisangebote (wie Mitnahme durch einen Fischer auf seinem Boot oder eine Erlebnisräucherei)

Eine vollständige Auflistung der Angebote befindet sich in Anhang B. Konkrete Vernetzungsmöglichkeiten sind dem Anhang D zu entnehmen. Diese Unterlagen wurden als Arbeitsgrundlage für die Akteure im Netzwerk zusammengestellt. Sie erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Einige der Dokumente (Excel-Tabellen) sind aufgrund des Datenumfangs nicht in einer druckfähigen Formatierung.

Verbesserung des Marketings rund um den Ostseefisch

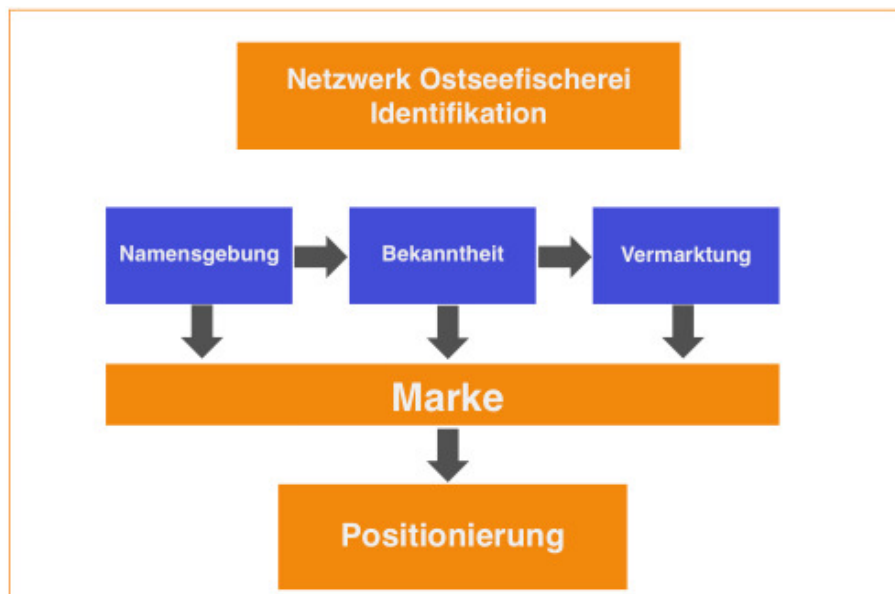
Erweiterung der Angebote um Spezial-Angebote für Kinder und um Erlebniselemente

3.3 Gestaltung und Logo des Netzwerkes

Schon zu Beginn des Prozesses zeichnete sich ab, dass der Begriff „Netzwerk Ostseefischerei“ eher einem internen Arbeitstitel als einem griffigen, auch für Einheimische und Touristen sofort verständlichen, Leitbegriff entspricht. Die zu entwickelnden Maßnahmen und Einzelprojekte können nicht zwangsläufig alle unter diesem Begriff vermarktet werden.

Auf der Basis verschiedener Vorschläge durch die Agentur M+T (Markt und Trend GmbH) wurde in einem Workshop gemeinsam mit der Projektgruppe sowie in einem kleineren internen Workshop Logo und Name des Netzwerkes entwickelt und definiert. Zur Veranschaulichung des Prozesses zur Positionierung einer Marke wurde u. a. folgende Grafik genutzt.

Abbildung 17: Positionierung einer Marke



© Grafik M+T Markt und Trend GmbH 2010

Das gemeinsam erarbeitete Logo sowie der Schriftzug und ein Logo zur optionalen Anwendung im Bereich des Web 2.0/Social Media/App wurde am 17. Juni 2010 der Gruppe vorgestellt und einstimmig angenommen.

Weg von der Namensfindung zur Positionierung einer Marke.

Die Gruppe entschied sich für den Titel/Namen „fischerleben“, da darin alle Optionen, die die verschiedenen Maßnahmen und Einzelprojekte bieten, dargestellt werden können. Die doppelseitige Lesbarkeit „fisch - erleben“ und „fischer - leben“ ist dabei durchaus gewollt.



© Grafik M+T Markt und Trend GmbH 2010

Die gestalterische Wahl fiel auf einen fahrenden Kutter mit dynamischer Heckwelle, der sich in der Farbgebung einerseits an die Farbgebung des Logos anlehnt, andererseits aber auch Farben aus der Landschaft und den Logos der AktivRegionen wiederholt. Das Logo kann auch in Graustufen bzw. als S/W-Vorlage genutzt werden. Die Farbvariante stellt das Hauptlogo dar.



© Grafik M+T Markt und Trend GmbH 2010

Logogestaltung

Optionales Logo für Social Media

Das Logo in leicht abgewandelter, quadratischer Form wurde speziell für die Anwendung im Web 2.0/Social Media entwickelt, besonders im Hinblick auf die aus der Gruppe favorisierte Maßnahme der SMS-Infoplattform.

Zur Festigung des Netzwerkes und zur Bekanntmachung der Namensgebung, sowie des Projektes an sich, ist nun die konsequente Anwendung des Logos und des Namens bei allen Projektpartnern, auf Drucksachen (Briefpapier, Flyer, Handzettel, Plakate etc.) zum Thema Fisch und Fischerei, im Internet und anderen klassischen Medien notwendig.

Auf der beigefügten CD sind sowohl das erste als auch das optionale Social-Media-Logo als druckfähige Dateien hinterlegt. Die Erstellung der Geschäftspapiere (Briefbogen und z. B. Visitenkarte) wird nachgereicht sobald der Standort bzw. die Adresse des Netzwerkes festgelegt ist.

Einheitliche Verwendung von Name und Logo

3.4 Leitthemen

Bei der Auswahl der Leitthemen und Maßnahmen wurde eine mehrstufige Herangehensweise unter Einbeziehung einer Vielzahl von Akteuren gewählt, in der aus einer breit angelegten Ideensammlung durch unterschiedliche Bewertungen sechs Leitthemen und 27 dazugehörige Maßnahmen ausgewählt wurden. Die abschließenden Auswahl-schwerpunkte lagen dabei auf den vernetzenden Aspekten der jeweiligen Leitthemen und Maßnahmen.

Die gesammelten Ideen zu Einzelmaßnahmen werden in diesem Leitfaden zunächst weniger berücksichtigt, jedoch steht der Ideenkatalog allen interessierten Akteuren, Gemeinden und Regionen offen.

Grundsätzlich werden vom Landesamt für Landwirtschaft, Umwelt und ländliche Räume des Landes Schleswig-Holstein (LLUR) alle Maßnahmen, die in diesem Projekt entwickelt wurden, als prinzipiell förderfähig durch den Europäischen Fischereifonds bewertet. Eine genauere Einstufung hinsichtlich des Förderprogrammes und der Förderhöhe geschehen projektspezifisch (für ausgewählte Maßnahmen). Alle Förderungen aus dem EFF müssen entweder mit kommunalen oder nationalen Mitteln kofinanziert werden. Eine Ausnahme stellen die Managementmittel dar, die jeder AktivRegion für die gesamte Förderperiode zur Verfügung stehen und die zur Übergangslösung für eine verantwortliche Stelle genutzt werden könnten.

Positives Signal für die Förderfähigkeit der Maßnahmen – spezifische Prüfungen jedoch notwendig!

Kommunale bzw. nationale Kofinanzierung notwendig

Leitthema L1: Umsetzung und Betrieb

Wie in Kapitel 3.1 erläutert, besteht aus Beratersicht die Notwendigkeit einer verbindlichen Organisationsform inklusive der personellen Besetzung einer verantwortlichen, zentralen Koordinierungsstelle bzw. -person. Die zur Umsetzung notwendigen Maßnahmen finden sich im ersten Leitthema wieder. So wird eine aktionsfähige Organisation geschaffen und damit die Basis zur Arbeit mit und im Netzwerk.

Unter diesem Leitthema sollen zusätzlich die Kooperationsbestrebungen u. a. zum Naturschutz forciert werden. Dieser Bereich ist insbesondere für die aktive Fischerei von Bedeutung, da er einerseits Einschränkungen in der Gegenwart für die Fischer bedeutet, die sich in Fangquoten, Sperrfristen und Gebietseinschränkungen widerspiegeln, aber andererseits die Lebensgrundlage der Fischer für die Zukunft sichert. Es ist eine Verschärfung dieses Themas zu erwarten. Daher sollten frühzeitig Kooperationen in passenden Projekten (z. B. mit dem Thema „Regionale Lebensmittel“) initiiert werden. Diese können zudem genutzt werden, um die Öffentlichkeit entsprechend über die Initiativen zu informieren und einzubinden, um so mittelfristig eine Imageverbesserung der Ostseefischerei zu fördern (Verknüpfung zum Leitthema L3). Das erste Leitthema zeigt diejenigen Maßnahmen auf, die diese Empfehlung umsetzen bzw. stärken:

Abbildung 18: Maßnahmen zu L1: Umsetzung und Betrieb

	Maßnahme
M1	Schaffung einer Personalstelle für einen "Kümmerer"
M2	Bildung einer internen Steuerungsgruppe
M3	Kontinuierliche Akquise von Umsetzungsmitteln/Finanzen
M4	Einladen von Experten
M5	Zusammenarbeit mit Naturschutzverbänden
M6	Integration in bestehende Naturschutzprojekte

Quelle: inspektour (2010)

Schaffung eines
aktionsfähigen
Netzwerkes

Kooperation zum
Naturschutz formen

Fokus auf regionale
Produkte und
Erzeugnisse

Leitthema L2: Zertifizierung der Gastronomie

Das zweite Leitthema beinhaltet Maßnahmen, die das Angebot von regional gefangenem Fisch durch gastronomische Anbieter fördern. In diesem Rahmen wird ebenso eine Erhöhung der Absatzmengen an Restaurants und Imbisse im Projektgebiet angestrebt.

Ein Blick auf die Speisekarten einiger gastronomischen Betriebe im Projektgebiet hat gezeigt, dass die regionalen Ostseefische selten auf dem Teller des Gastes landen. Stattdessen werden beispielsweise Pangasius, Dorade oder Alaska-Seelachs angeboten. Hinzu kommt, dass wenige Gastronomen ihre Fische direkt aus der Region beziehen.

Aus der Sicht des Gastes gehört zu einem Besuch an der Ostseeküste auch die Möglichkeit, Fisch vor Ort zu verzehren. Es ist für viele Gäste zunächst weniger von Bedeutung, ob dieser Fisch tatsächlich vor Ort gefangen wurde.

Der Einkauf und Verkauf von regional gefangenem Ostseefisch hilft der Region jedoch in mehrerlei Hinsicht. Die Fischer bzw. die Genossenschaften erzielen durch den Direktvertrieb einen höheren Umsatz. Die Gastronomen erhalten ein frisches und qualitativ hochwertiges, regionales Produkt zur Weiterverarbeitung. Dieses sollte zu einem angemessenen Preis angeboten werden. Außerdem führt das aktive Angebot von regionalen Produkten zu einer Wahrung und Weiterführung der Tradition und damit auch zu einer regionalen Identifikation.

Vorraussetzung für diese Erfolgskette sind u. a. informierte Gäste, die das angebotene Preis-Leistungs-Verhältnis akzeptieren und bereit sind, diese Preise für eine hohe Qualität und ein regionales Produkt zu bezahlen. Daher stehen im Zentrum dieses Leitprojektes Maßnahmen, die Betriebe herausstellen, die bereits regionale Fischprodukte einkaufen und ihren Gästen anbieten bzw. die interessierte Betriebe bei diesem Vorhaben unterstützen. Diese Unterstützung basiert neben den Kommunikationsmaßnahmen auch auf der Vermittlung von Warenkunde und Verarbeitungsschulungen für die (Saison-)Mitarbeiter.

Folgende Maßnahmen unterstützen die Umsetzung des zweiten Leit-

Angebot von mehr regional gefangenem Ostseefisch in den gastronomischen Betrieben

Zusammengehörigkeit von Fisch und Küste aus Gästesicht

Herausstellung der Restaurants und Imbisse mit frischem Ostseefisch

Unterstützung durch Schulungen der Mitarbeiter in den gastronomischen Betrieben

themas:

Abbildung 19: Maßnahmen zu L2: Zertifizierung der Gastronomie

	Maßnahme
M7	Schulung der Servicekräfte
M8	Schulung der Köche
M9	Auszeichnung ausgewählter gastronomischer Betriebe: "Hier wird Ostseefisch verkauft"
M10	Herausstellung qualitativ hochwertiger (Ostseefisch-) Restaurants/-imbisse

Quelle: inspektour (2010)

Leitthema L3: Informationsbereitstellung über Ostseefisch

Das dritte Leitthema umfasst Maßnahmen zur Darstellung von Fakten rund um die Fischerei als bedeutender und traditionell verwurzelter Wirtschaftszweig im Projektgebiet. Ein inhaltlicher Schwerpunkt sind die rechtlichen Rahmenbedingungen sowie deren Bedeutung für die heimischen Fischerflotten und den Umsetzungsbestrebungen und -erfolgen. Auch sollen die Unterschiede der Fischerei (z. B. Fangtechniken und -geräte) an der Ostseeküste im Vergleich zu weiteren europäischen und vor allem internationalen Flotten und Fanggebieten dargestellt werden. Weitere Inhalte stellen Geschichten rund um Themen, die mit der Ostseefischerei verbunden sind, wie z. B. die Küstenentwicklung oder den Umweltschutz, dar. Die Kommunikationsmaßnahmen über die Fakten zum Thema ‚Ostseefisch‘ sollen möglichst spannend und emotional dargestellt werden, optimalerweise verknüpft mit einem entsprechenden Angebot (z. B. Kochkurse oder Erlebnisführungen).

Mehr Darstellung von (positiven) Fakten rund um den Ostseefisch

Emotionale und spannende Aufbereitung der Kommunikationsmedien

In diesem Leitthema wurden folgende Maßnahmen ausgewählt:

Abbildung 20: Maßnahmen zu L3: Infobereitstellung über Ostseefisch

	Maßnahme
M11	Erstellung eines Flyers mit Ostseefischinformationen (für Fischrestaurants)
M12	Aufstellung von Schautafeln am Hafen
M13	Erstellung einer Internetseite zu den Ostseefischarten und deren Besonderheiten
M14	Informationsbereitstellung über Maßnahmen zur Bestandserhaltung/Selektiver Fischerei

Quelle: inspektour (2010)

Leitthema L4: Kommunikation zur Förderung des Fisch-Direktverkaufs vom Kutter

Durch dieses vierte Leitthema und die entsprechenden Maßnahmen sollen die bestehenden Angebote zum Kauf von frischem Ostseefisch durch eine gemeinsame Vermarktung bekannter gemacht werden. Dabei werden neben den Einkaufsinformationen, Erlebnisse rund um den Fisch in den Vordergrund gestellt. Zu diesen Erlebnissen gehören das Einlaufen der Kutter in die Häfen, die publikumswirksame Inszenierung der Weiterverarbeitung der Ostseefische, der Verzehr der Produkte usw.

Ein großer Nutzen wird in der Gesamtdarstellung der Vertriebsangebote rund um den frischen Fisch gesehen. Diese Angebote sind bereits vorhanden und werden von den Gästen auch nachgefragt. Daher besteht die Aufgabe in der Verbindung von Angebot und Nachfrage durch eine verständliche und übersichtliche Aufbereitung der Angebote für den fischinteressierten Gast.

Vor allem im Rahmen der Vertriebskommunikation (jedoch auch bei allen weiteren Kommunikationsmaßnahmen) sollten zwingend die Tourismusverbände und -initiativen im Projektgebiet kooperativ einbezogen werden. Das Potenzial der Verknüpfung dieser beiden regional bedeutenden Wirtschaftszweige sollte verstärkt genutzt und ausgeschöpft werden. Im Rahmen der Projektstudie „Netzwerk Ostseefischerei“ wurden sowohl von Seiten der Touristiker als auch innerhalb

Gemeinsame Direktvermarktung des frischen Ostseefisches

Erlebnisorientierte Aufbereitung

Kooperationen mit Tourismusverbänden und Touristinformationen

der Projektgruppe erste positive Signale in Richtung kooperativer Vermarktung gesendet. Diese Tendenz kann durch die Umsetzung der Maßnahmen im vierten Leitthema weiter gefördert werden. Dabei ist eine projektspezifische, inhaltlich Abstimmung durch eine verantwortliche Person anzustreben. Diese Vermarktung ausschließlich den Touristikern zu übertragen ist jedoch nicht ausreichend, da dieses nicht hinlänglich zur Wahrung der Interessen der Fischer beiträgt.

Zum vierten Leitthema gehören folgende Maßnahmen:

Abbildung 21: Maßnahmen zu L4: Kommunikation zum Direktvertrieb

	Maßnahme
M15	Gezielte Vermarktung des frischen Fisches
M16	Einrichtung einer SMS-Infoplattform inkl. Verteilung der Informationen
M17	Erweiterung des Flyers um Infos zu Fisch vom Kutter
M18	Erweiterung der Internetseite um interaktiver Regionalkarte(n)
M19	Verbesserung der Ausschilderung der Anlandungsstellen/ des Direktverkaufs
M20	Erweiterung des Flyers um eine gedruckte Karte

Quelle: inspektour (2010)

Leitthema L5: Erlebbarer Hafen

Das fünfte Leitthema beinhaltet im Schwerpunkt Einzelmaßnahmen für Gemeinden in den sechs untersuchten AktivRegionen (Ausnahme M24 und M25), abhängig von den örtlichen und organisatorischen Gegebenheiten. Ziel dieses Leitthemas ist es, an unterschiedlichen Standorten im Projektgebiet, Anlaufpunkt zur Thematik Fischerei zu stärken bzw. neu zu schaffen. Dieses soll vor dem Hintergrund des Netzwerkes geschehen, d. h. zum Einen entsteht für die Touristen und Einheimischen ein Wiedererkennungswert durch die Verwendung eines gemeinsamen Namens und Logos und zum Anderen können die Akteure bei der Umsetzung der spezifischen Maßnahmen ihre Erfahrungen untereinander austauschen.

Stärkung der vorhandenen Anlaufpunkte durch Einzelmaßnahmen

Einheitliche Verwendung von Name und Logo

Die Maßnahmen des fünften Leitthemas sind im Folgenden dargestellt:

Abbildung 22: Maßnahmen zu L5: Erlebbarer Hafen

	Maßnahme
M21	Einzelmaßnahmen: Einrichtung von Erlebniszonen zum Thema Fischerei
M22	Einzelmaßnahmen: Umsetzung spezieller Mitmach-Angebote für Kinder
M23	Einzelmaßnahmen: Schaffung eines Fischereierlebnisangebotes durch Verknüpfung bestehender Angebote
M24	Organisation eines "Tag des offenen Fischerbootes/der offenen Tür"
M25	Integration in bestehende Wegenetze (Freizeit)

Quelle: inspektour (2010)

Leitthema L6: Sicherung der Arbeitsgrundlage für Nebenerwerbs-fischer

Das sechste Leitthema beinhaltet im Schwerpunkt Maßnahmen zur Stärkung der Nebenerwerbs- und Kleinfischerei. Vorwiegend müssen in diesem Rahmen den Fischern alternative Einnahmequellen aufgezeigt werden, die es Ihnen erlaubt, die Fischerei im Nebenerwerb weiter zu betreiben. Ergänzend können durch den Erwerb entsprechender Zertifizierungen die bestehende Qualität der - häufig handwerklich hergestellten - Produkte herausgestellt werden.

Maßnahmen im Leitthema 6:

Abbildung 23: Maßnahmen zu L6: Sicherung der Arbeitsgrundlage

	Maßnahme
M26	Zertifizierung der Kleinfischerei nach Naturland oder FOS
M27	Reaktion auf neue rechtliche Rahmenbedingungen u. a. zur Ermittlung alternativer Einnahmequellen

Quelle: inspektour (2010)

3.5 Maßnahmenplan

Allgemeine Informationen zu den Maßnahmenblättern

Zu jedem Leitthema wurden unterschiedliche Maßnahmen entwickelt und mit der Projektgruppe abgestimmt. Die Darstellung erfolgt in Form von Maßnahmenblättern (Seite 1) auf denen die Ideen stichwortartig

Nutzung alternativer
Einnahmequellen für
die Kleinfischerei
durch verstärkte Ko-
operationen

Erstellung von
Maßnahmenblättern

erläutert und nach unterschiedlichen Kriterien bewertet werden.

Unter dem Randaspekt „Zuständigkeiten“ werden die Verantwortlichkeiten mit einem Vorschlag für eine vorläufige Projektleitung besetzt. Diese Erstverantwortlichkeit und damit Ansprechpartner zu einzelnen Themen gilt es, für das Anschieben der jeweiligen Maßnahme zu nutzen. Zudem ist jedoch die Unterstützung vieler gefragt, um eine tatkräftige Umsetzung auszubauen.

Für eine schnelle Einschätzung und Beurteilung der Tragweite und Bedeutung der jeweiligen Maßnahme ist ebenso im Randbereich eine Kurzbeurteilung nach folgenden Aspekten vorgenommen worden:

Priorität

1 (hoch) bis 3 (niedrig)

Zeitraumen (Vorschlag)

Die Nennung von Beginn und Dauer des Projektes stellt die wünschenswerteste Option dar.

Investitionsrahmen (erste grobe Schätzungen)

- g = bis 5.000 EUR
- m = 5.000 – 20.000 EUR
- h = über 20.000 EUR

Organisatorischer Aufwand (im Vergleich mit den weiteren Maßnahmen)

- n = niedrig
- m = mittel
- h = hoch

Erfolgschance (erste Einschätzung)

- h = hoch
- m = mittel
- g = gering

Die Konkretisierung der Arbeitsschritte inkl. einer Übersicht über die Projektpartner und Best-Practice-Beispiele erfolgt auf dem jeweils anschließenden Arbeitsblatt (Seite 2). Weitere Informationen zu den genannten Partnergruppen sind der Übersicht zu den Netzwerkpartnern zu entnehmen. Hier finden sich weitere Hinweise zu Ansprechpartnern

Festlegung der Zuständigkeiten zum Anschieben des Projektes

Kurzbeurteilung der Maßnahmen

Weiterführende Informationen zu Ansprechpartnern befinden sich in der Liste zur Angebots-

sowie der Einschätzung der Einzelnen zum Netzwerk und ggf. der Bereitschaft einer Teilnahme

Auf diese Weise können die Maßnahmen-/Arbeitsblätter als Arbeitsgrundlage für die weiteren Umsetzungsschritte genutzt werden und tragen damit z. T. ineinander greifend, Stück für Stück zu einer ganzheitlichen Umsetzung des Netzwerkes. Zudem bilden Sie einen Ideenpool, um weitere Aktionen anzustoßen.

Sollten sich im Projektverlauf Einschätzungen ändern oder Korrekturen notwendig werden, können diese entsprechend in den Maßnahmen- bzw. Arbeitsblättern vorgenommen werden.

Entscheidend bei der Bearbeitung der Maßnahmen ist, dass die Ostseefischerei jeweils im Vordergrund steht und die Aktivitäten entsprechend der Ziele und Aufgaben des Netzwerkes ausgerichtet werden.

Das bedeutet für das Netzwerk, die Notwendigkeit einer dauerhaften Einbindung möglichst vieler lokaler und regionaler Akteure und Betroffener, vor allem auch aus der Fischerei, durch eine offene und breite Informationspolitik bezüglich der Ziele und Einzelschritte von Maßnahmen. Auf diese Weise kann Vertrauen und Akzeptanz geschaffen und somit die Umsetzungsenergie erhöht werden.

Kurzfristig umzusetzende Maßnahmen

Folgende Maßnahmen sollen kurzfristig umgesetzt werden: Erstellung einer Internetseite (M13 und M18), Erstellung eines Flyers (M11, M17 und M20) und Einrichtung einer SMS-Infoplattform (M16).

In einem weiteren, späteren Schritt sollte ebenfalls die Maßnahme M7 „Schulung der Servicekräfte“ berücksichtigt werden.

analyse

Ostseefischerei im
Fokus aller
Maßnahmen

Weiterhin
kontinuierliche Ein-
bindung möglichst
vieler Akteure

4. Fazit und Ausblick

Die gemeinsam ausgewählten und erarbeiteten Maßnahmen bilden neben den Inhalten dieses Leitfadens die fundierte Basis für die ersten Arbeitsschritte des Netzwerkes. Nun müssen zunächst Träger für die ausgewählten Projekte gefunden und die Finanzierung sichergestellt werden.

Erste Arbeitsschritte
des Netzwerkes

Die Arbeit mit und innerhalb der Projektgruppe war von vielen positiven Aspekten geprägt. Dazu gehörten die regelmäßige und zuverlässige Teilnahme vieler Akteure, das Einbringen kreativer und vielfältiger Ideen sowie anregende und konstruktive Diskussionen. Dennoch zeigten sich schon in dieser kleinen Gruppe, die einen Querschnitt durch die gesamte Region bildet, teilweise sehr unterschiedliche Interessen in Bezug auf das Thema Ostseefisch und Fischerei.

Positive Arbeit
innerhalb der
Projektgruppe

Die Dynamik und die Motivation dieser Gruppe sollte kurzfristig weiter genutzt werden, um entscheidende erste Schritte im Netzwerk zu machen und erste öffentlichkeitswirksame Maßnahmen umzusetzen. Dabei sollte stets die vernetzende Wirkung im Vordergrund stehen, auch wenn genau dieses eine der größten Herausforderung des Netzwerkes darstellt. Sicherlich müssen dann auch an einigen Stellen Entscheidungen getroffen werden, über den Umgang mit Regionen oder Akteuren, die sich nicht im Netzwerk oder in einem spezifischen Projekt beteiligen wollen oder können, aber ggf. dennoch einen Nutzen aus den Aktivitäten haben könnten.

Herausforderung der
zukünftigen Arbeit

Für diese weiteren spannenden Schritte wünschen wir allen Akteuren Mut, Ausdauer und viel Freude!

Viel Erfolg und
Freude!

Maßnahmenübersicht

- M1 Schaffung einer Personalstelle für einen "Kümmerer"
- M2 Bildung einer internen Steuerungsgruppe
- M3 Kontinuierliche Akquise von Umsetzungsmitteln/Finanzen
- M4 Einladen von Experten
- M5 Zusammenarbeit mit Naturschutzverbänden
- M6 Integration in bestehende Naturschutzprojekte
- M7 Schulung der Servicekräfte
- M8 Schulung der Köche
- M9 Auszeichnung ausgewählter gastronomischer Betriebe: "Hier wird Ostseefisch verkauft"
- M10 Herausstellung qualitativ hochwertiger (Ostseefisch-) Restaurants/-imbisse
- M11 Erstellung eines Flyers mit Ostseefischinformationen (für Fischrestaurants)
- M12 Aufstellung von Schautafeln am Hafen
- M13 Erstellung einer Internetseite zu den Ostseefischarten und deren Besonderheiten
- M14 Informationsbereitstellung über Maßnahmen zur Bestandserhaltung/selektiver Fischerei
- M15 Gezielte Vermarktung des frischen Fisches
- M16 Einrichtung einer SMS-Infoplattform inkl. Verteilung der Informationen
- M17 Erweiterung des Flyers um Infos zu Fisch vom Kutter
- M18 Erweiterung der Internetseite um interaktive Regionalkarte(n)
- M19 Verbesserung der Ausschilderung der Anlandungsstellen/des Direktverkaufs
- M20 Erweiterung des Flyers um eine gedruckte Karte
- M21 Einzelmaßnahmen: Einrichtung von Erlebniszonen zum Thema Fischerei
- M22 Einzelmaßnahmen: Umsetzung spezieller Mitmach-Angebote für Kinder
- M23 Einzelmaßnahmen: Schaffung eines Fischereierlebnisangebotes durch Verknüpfung bestehender Angebote
- M24 Organisation eines "Tag des offenen Fischerbootes/der offenen Tür"
- M25 Integration in bestehende Wegenetze (Freizeit)
- M26 Zertifizierung der Kleinfischerei nach Naturland oder FOS
- M27 Reaktion auf neue rechtliche Rahmenbedingungen u. a. zur Ermittlung alternativer Einnahmequellen

Anhang

- A Hintergrundinformationen: Präsentationsfolien
- B Auflistung der vorhandenen Angebote (Tabelle)
- C Statische Einzel- und Übersichtskarten (erstellt mit RegioGraph)
- D Ideenkatalog für zukünftige Projekte inkl. Bewertung

Hinweis: Die Unterlagen, welche im Anhang zur Verfügung stehen, wurden als Arbeitsgrundlage für die Akteure im Netzwerk zusammengestellt. Diese erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Einige der Dokumente (Excel-Tabellen) sind aufgrund des Datenumfangs nicht in einer druckfähigen Formatierung.