



Protokoll

Veranstaltung: Sitzung Arbeitskreis Fischerei		
Ort der Veranstaltung: Gewerbezentrum Oldenburg		Name der Protokollantin: Telja Grimmelsmann
Datum der Veranstaltung: 23.01.2018	Beginn der Veranstaltung: 18.00 Uhr	Ende der Veranstaltung: 19:30 Uhr
Teilnehmer: Siehe Teilnehmerliste (im Büro des RM Wagrien-Fehmarn einsehbar)		
Tagesordnung/Ablauf der Veranstaltung: <ol style="list-style-type: none">1. Begrüßung durch den Arbeitskreissprecher2. Niederschrift über die Sitzung des Arbeitskreises Fischerei am 31. Juli 20173. Projektvorstellung mit Beschlussfassung zu b.<ol style="list-style-type: none">a. „Verbesserung der Hafeninfrastuktur zur Direktvermarktung von Fischereierzeugnissen im Kommunalhafen Burgstaaken, Fehmarn“b. „Neubau eines Filetiergebäudes zur Verbesserung der Direktvermarktung von Fischereierzeugnissen im Kommunalhafen Burgstaaken, Fehmarn“4. Vorstellung der landesweiten Dachmarke Fischerei/Bericht aus dem Markenbeirat der Fischerei5. Weitere Schritte zur Umsetzung des Fischereitourismus – Abstimmung des gemeinsamen Vorgehens in 20186. Anfragen und Mitteilungen		
Anhang Präsentation		
Bestätigung der Erstellung und Richtigkeit:		
23.01.2018	Telja Grimmelsmann	
Datum	Unterschrift der Protokollantin	



1. Begrüßung durch den Arbeitskreissprecher

Herr Zuch begrüßt die Teilnehmer und eröffnet die Sitzung um 18.00Uhr

2. Niederschrift über die Sitzung des Arbeitskreises Fischerei am 31. Juli 2018

Es gibt keine Anmerkungen zum Protokoll, das mit der Einladung versandt wurde.

3. Projektvorstellung Neubau eines Filetiergebäudes zur Verbesserung der Direktvermarktung von Fischereierzeugnissen im Kommunalhafen Burgstaaken, Fehmarn

Herr Quattek stellt sich als Fachbereichsleiter Bauen und Häfen der Stadt Fehmarn vor. Das Filetierhaus ist ein Teilprojekt des Gesamtkonzeptes zur Umgestaltung des Kommunalhafens Burgstaaken durch die Stadt Fehmarn. Dieses soll den Fischern im Haupt- und auch Nebenerwerb dann bessere Möglichkeiten der Präsentation und Direktvermarktung ihres Fanges bieten. Um die vorgeschriebenen Hygienebestimmungen einhalten zu können, soll den Fischern ein Filetiergebäude gestellt werden. Die Verarbeitung des Fisches an Bord, um dann beispielsweise Filets zu verkaufen, ist derzeit mit den Hygienevorschriften nicht vereinbar. Gleichzeitig soll das Gebäude durch bodentiefe Fenster möglichst offen gestaltet werden, um den Besuchern, Touristen und Kunden Einblicke in das Handwerk zu ermöglichen. Die Maßnahme ist mit dem Kreisveterinär abgestimmt und der Verkauf des dann filetierten Fisches von Bord der Kutter erlaubt.

Betrieben werden soll das Filetierhaus von der Stadt Fehmarn, unter Verantwortung des Hafenmeisters in Burgstaaken, der auch die Reinigung organisiert. Im Gebäude werden zudem auch öffentliche Toiletten untergebracht.

Die Stadt hat Gespräche mit der Fischereigenossenschaft geführt, diese ist mit der Eigenvermarktung eines Teils des Fanges der ihr angeschlossenen Fischer einverstanden.

Herr Vowe möchte wissen, ob die Steganlagen und das Filetierhaus für alle Fischer nutzbar sind. Herr Quattek bejaht dies. Die Anmeldung erfolgt über die Hafenmeisterei, es wird gegebenenfalls eine geringe Anpassung der Liegegebühren geben. Die Hygienebedingungen an Bord der Schiffe, an die der filetierte Fisch wieder zurückgebracht wird, sind nicht gewährleistet, kritisiert Herr Albrecht. Für ihn ist das Gesamtkonzept daher nicht stimmig. Herr Gerth-Hansen berichtet hierzu, dass die



Planung auf Hinweis des Kreisveterinärs so geändert wurde, dass die Hygienevorschriften erfüllt sind. Die Filets werden direkt im Filetierhaus vereist und gekühlt zurücktransportiert.

Die Kosten für den Hafenausbau betragen 2,2 Mio. €, das Filetiergebäude schlägt mit ca. 450.000 € zu Buche. Herr Amelung erklärt, dass die Steganlagen direkt aus Mitteln der Achse 1 des EMFF zur Förderung der Hafeninfrastruktur beantragt werden. Der Projektantrag zur Errichtung des Filetiergebäudes wird durch die FLAG entschieden, da hierfür die Mittel des Grundbudgets (Achse 4 des EMFF) eingesetzt werden sollen. Da diese auf eine jährliche Summe von 40.000 € begrenzt sind, wird im Fall eines positiven Beschlusses des Entscheidungsgremiums eine Teilnahme am landesweiten Wettbewerb um die sogenannten Poolmittel angestrebt. Das Grundbudget der FLAG wird hierdurch nicht angetastet.

Herr Path weist darauf hin, dass die Liegegebühren für die Nebenerwerbsfischer nicht zu hoch liegen dürfen, da der Umsatz meist entsprechend niedrig ist. Laut Herrn Quattek sind die Liegegebühren für Nebenerwerbsfischer derzeit niedriger als für den Haupterwerb. Die wird voraussichtlich so bleiben, die Gebühren werden jedoch durch die Politik festgelegt.

Herr Stengel möchte wissen, warum statt eines Neubaus nicht die vorhandene Fischhalle genutzt wird. Herr Quattek begründet dies mit den Hygienevorschriften, die Wege vom und zum Kutter müssen möglichst kurz sein. Herr Gerth-Hansen fügt hinzu, dass das Filetierhaus insbesondere auch als Absatzförderung und als touristisches Projekt zu sehen ist. Die Fischerei soll den Menschen wieder näher gebracht werden, daher ist ein zentraler, offener Standort sehr wichtig. Zudem besteht die Chance, über dieses Zukunftsprojekt Fischern aus dem Nebenerwerb einen Vollerwerb zu sichern. Auch dient das Projekt der Umsetzung der Strategie der FLAG, das Produkt Fisch lokal besser zu vermarkten und mehr Einnahmen zu erzielen, so Herr Zuch.

Herr Gnewuch fragt, ob die Umrüstung zum Fabrikschiff für die direktvermarktenden Fischer eine Alternative darstellt. So könnte der Fisch an Bord verarbeitet und dann verkauft werden. Herr Vowe meint hierzu, dass die Umrüstung und die Abnahme sehr teuer sind. Der Bau dient auch dazu, den Fischern Rechtssicherheit beim Verkauf über die Bordkante zu schaffen, der derzeit nur für unverarbeitete Fische erlaubt ist.

Die Fischer, die Mitglied in der Genossenschaft sind, unterliegen dem Andienungszwang. Ob die Genossenschaft für den Direktverkauf ihrer Mitglieder ihre Satzung



ändern muss, interessiert Herrn Deutsch. Laut Herrn Amelung duldet die Fischergenossenschaft den Direktverkauf als eine Art Werbung für ihre Produkte. Es folgt eine Diskussion, ob eine entsprechende Satzungsänderung der Genossenschaft als Voraussetzung für die Antragstellung zwingend vorliegen sollte. Herr Gerth-Hansen wird dies in der Genossenschaft ansprechen. Herr Albrecht ist der Meinung, dass der Antrag nur mit geänderter Satzung gestellt werden darf. Herr Zuch bittet um das Votum der stimmberechtigten Mitglieder. Der Antrag wird mit drei Ja- und einer Neinstimme genehmigt. Die Herren Zuch und Gerth-Hansen nahmen aus Gründen der Befangenheit nicht an der Abstimmung teil.

4. Vorstellung der landesweiten Dachmarke

Herr Zuch berichtet zum derzeitigen Stand des Markenbeirates, der sich inzwischen zwei Mal getroffen hat. Alle Sparten der Fischerei, das MELUND, LLUR und die federführende Landwirtschaftskammer sind beteiligt. Ziel ist es allgemein, den Fisch und die Fischerei wieder positiv zu besetzen und Werbemaßnahmen gegenüber der heimischen Bevölkerung und den Gästen durchzuführen. Herr Amelung fügt hinzu, dass eine Marke entwickelt werden soll, analog zur Landesmarke „Der echte Norden“, deren Design und Logo für alle in der Fischerei Tätigen kostenfrei zur Verfügung gestellt wird. Erste Ergebnisse wurden am 15. Januar 2018 den Teilnehmern des Markenbeirates vorgestellt. Als nächste Schritte sind die Vorstellung der Kampagne und die Entwicklung eines Magazins zum Thema, das alle Sparten abbildet, geplant. Zudem soll eine Internetseite unter Einbindung von fischerleben.sh erstellt werden.

5. Weitere Schritte zur Umsetzung des Fischereitourismus

Nach der gemeinsamen Fahrt nach Neuharlingersiel am 16.10.2017 wurde Herr Sander (Vizepräsident des Deutschen Fischerei-Verbandes) angeschrieben, es gibt jedoch noch keine Rückmeldung.

Es gibt derzeit mehrere Beispiele für praktischen Pescatourismus in Südeuropa, z. B. in Frankreich. Im Projekt PESCA 1100 wurde ein Katamaran mit 12 Plätzen neu gebaut. Durch die Gästemitnahme sank die Fangquote um 15 %, das Einkommen des Fischers blieb jedoch stabil. Im Jahr 2012 betrug der Anteil des Pescatourismus am Einkommen des Fischereibetriebes ca. 26 %. Zu einem weiteren Beispiel aus Spanien, das 2017 anlief, konnten noch keine Ergebnisse gefunden werden.



Das weitere Vorgehen sollte darin liegen, weiter Aufmerksamkeit auf das Thema zu lenken und die Notwendigkeit zu zeigen. Laut Herrn Zuch besteht immer noch das Manko, dass es keine deutsche FARNET-Organisation gibt, um bundesweiten Druck zu produzieren. Weiterhin gibt es das Hin- und Herschieben der Verantwortlichkeit zwischen See-BG und Bundesverkehrsministerium.

Die FLAG verfolgt weiterhin den Plan, die Verantwortlichen zu einer gemeinsamen Veranstaltung einzuladen. Vorher sollte laut Herrn Amelung aber eine Planung sowie Alternativen ausgearbeitet sein, um nicht unvorbereitet in eine Diskussion zu gehen.

Das Verkehrsministerium hatte bisher erfolgreiche Beispiele aus anderen Ländern gefordert, diese würden mit Frankreich und Spanien nun vorliegen, so Herr Gerth-Hansen. Herr Albrecht schlägt vor, dass er auf einer Veranstaltung der Organisation LIFE (Low Impact Fishers of Europe) in Kopenhagen in der KW 5 das Thema anspricht. Herr Amelung meint, dass die FLAG sich weiter um ein Pilotvorhaben bemühen sollte, um den Bedarf, die Nachfrage und die Sicherheit darzustellen. Zudem können so Fischer davon überzeugt werden, dass ihr Umsatz trotz z. B. Quotensenkung stabil bleiben kann. Als nächste Schritte sind geplant, die Verantwortlichen, Funktionäre, Touristiker und Fischerkollegen weiter anzusprechen, um das Thema zu verbreiten, die Politik einzubeziehen, das Projektvorhaben mit dem Landesamt abzuklären und den Tourismus weiter für die Bedeutung der Fischer für die von den Besuchern gewünschte maritime Atmosphäre zu sensibilisieren.

Die Teilnehmer sind sich einig, dass die Zuständigkeiten und Genehmigungswege undurchsichtig wirken und auf Anfragen keine schriftlichen Antworten erfolgen.

6. Anfragen und Mitteilungen

Herr Amelung weist auf die Jahresauftaktveranstaltung der AktivRegion am 26.01. im GZO hin und lädt alle Teilnehmer herzlich ein.

Herr Zuch plant den nächsten Arbeitskreis nach der FARNET-Veranstaltung in Vigo Ende März, wenn es aktuelle Themen gibt.

Er bedankt sich für die Mitarbeit und schließt die Sitzung um 19:30 Uhr.

Herzlich Willkommen zum 6. Treffen des Arbeitskreises Fischerei

Oldenburg i. H., 23.01.2018

Agenda

1. Begrüßung durch den Arbeitskreissprecher
2. Niederschrift über die Sitzung des Arbeitskreises Fischerei am 31. Juli 2017
3. Projektvorstellung mit Beschlussfassung zu b.
 - a. „Verbesserung der Hafeninfrastruktur zur Direktvermarktung von Fischereierzeugnissen im Kommunalhafen Burgstaaken, Fehmarn“
 - b. „Neubau eines Filetiergebäudes zur Verbesserung der Direktvermarktung von Fischereierzeugnissen im Kommunalhafen Burgstaaken, Fehmarn“
4. Vorstellung der landesweiten Dachmarke Fischerei/Bericht aus dem Markenbeirat der Fischerei
5. Weitere Schritte zur Umsetzung des Fischereitourismus – Abstimmung des gemeinsamen Vorgehens in 2018
6. Anfragen und Mitteilungen

2. Niederschrift über die Sitzung am 31. Juli 2017

Anmerkungen zum Protokoll der Arbeitskreissitzung vom 31. Juli 2017?

3. Projektvorstellung mit Beschlussfassung zu b.

Verbesserung der Hafeninfrastruktur zur Direktvermarktung von Fischereierzeugnissen im Kommunalhafen Burgstaaken, Fehmarn

Marcel Quattek
Fachbereichsleiter Bauen und Häfen
Stadt Fehmarn

**Verbesserung der Hafeninfrastuktur zur
Direktvermarktung von
Fischereierzeugnissen im Kommunalhafen
Burgstaaken, Fehmarn**

**Gesamtmaßnahme und Teilprojekt
Filetiergebäude**

Gesamtmaßnahme

Verbesserung der Hafeninfrastruktur zur Direktvermarktung von Fischereierzeugnissen im Kommunalhafen Burgstaaken, Fehmarn

- **Ausgangssituation und Veranlassung**
- **Kurzbeschreibung der Maßnahme der baulichen Maßnahmen**
- **Teilprojekt Filetiergebäude**

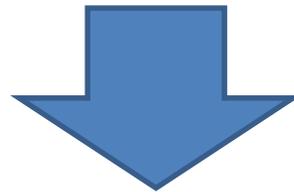
Verbesserung der Hafeninfrastruktur zur Direktvermarktung von Fischereierzeugnissen im Kommunalhafen Burgstaaken, Fehmarn

- **Ausgangssituation und Veranlassung**



Verbesserung der Hafeninfrastruktur zur Direktvermarktung von Fischereierzeugnissen im Kommunalhafen Burgstaaken, Fehmarn

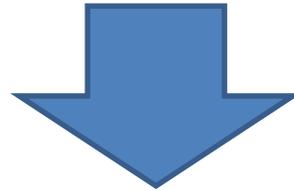
- Schlechte Anlege- und Anlandebedingungen
- Direktvermarktung und Kundenkontakt nur in 1. Reihe möglich
- Keine Weiterverarbeitung des Fanges und Verkauf über die Bordkante möglich, nur Tütenverkauf

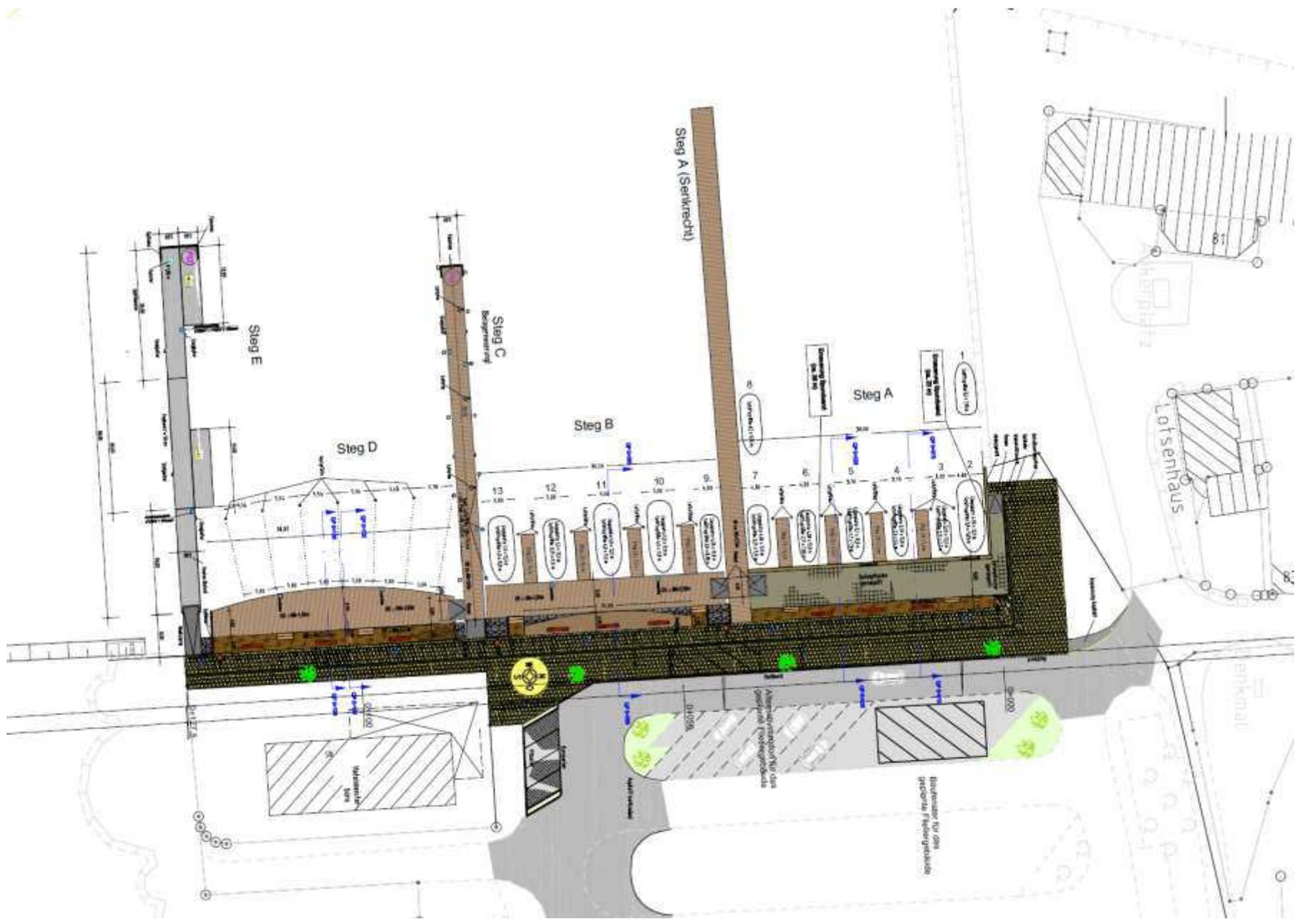


Neustrukturierung der Hafenbetriebsflächen

Verbesserung der Hafeninfrastruktur zur Direktvermarktung von Fischereierzeugnissen im Kommunalhafen Burgstaaken, Fehmarn

Neustrukturierung der Hafenbetriebsflächen



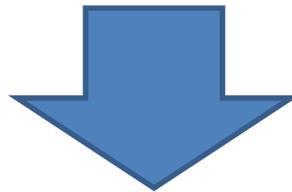


Verbesserung der Hafeninfrastruktur zur Direktvermarktung von Fischereierzeugnissen im Kommunalhafen Burgstaaken, Fehmarn

Neustrukturierung der Hafenbetriebsflächen

Baukosten: ca. 2,2 Mio. Euro

Ausführungszeitraum 2018 bis 2020



Teilprojekt:

Neubau eines Filetiergebäudes zur Verbesserung der Direktvermarktung von Fischereierzeugnissen im Kommunalhafen Burgstaaken, Fehmarn

**Neubau eines Filetiergebäudes zur Verbesserung der Direktvermarktung
von Fischereierzeugnissen im Kommunalhafen Burgstaaken, Fehmarn**

Baukosten: ca. 448.000 Euro

Neubau eines Filetiergebäudes zur Verbesserung der Direktvermarktung von Fischereierzeugnissen im Kommunalhafen Burgstaaken, Fehmarn

Baukosten: ca. 448.000 Euro

Kostenplan Neubau eines Filettiergebäudes zur Verbesserung der Direktvermarktung von Fischereierzeugnissen im Kommunalhafen Burgstaaken, Fehmarn					
AUSGABEN					
KG	Zusammenfassung Kostengruppen	Summe Netto	Summe Brutto	Art der Ausgabe	Posten
200	Herrichten und Erschließen (Herrichten, Öffentliche Erschließung, Nichtöffentliche Erschließung, Ausgleichsabgaben, Übergangsmaßnahmen)	15.000,00 €	17.850,00 €	Gebäude/Bauliche Anlage	a)
300	Bauwerk - Baukonstruktionen (Erdbaumaßnahmen, Gründung, Vertikale Bauteile, Horizontale Bauteile, Räumliche Bauteile, Linienbauteile und Baukonstruktive Einbauten)	218.000,00 €	259.420,00 €	Gebäude/Bauliche Anlage	a)
600	Ausstattund und Kunstwerke	63.000,00 €	74.970,00 €	Gebäude/Bauliche Anlage	a)
700	Baunebenkosten (Bauherrenaufgaben, Vorbereitung Objektplanung, Architekten- und Ingenieurleistungen, Gutachten und Beratung, Künstlerische Leistungen, Finanzierungskosten, Allgemeine Baunebenkosten)	66.300,00 €	78.897,00 €	Fremdleistungen	e)
	Zwischensumme	362.300,00 €	431.137,00 €		
	Unvorhergesehenes Kostengruppen 300/600 5 %	14.050,00 €	16.719,50 €		e)
	Gesamtkosten	376.350,00 €	447.856,50 €		

**Neubau eines Filetiergebäudes zur Verbesserung der Direktvermarktung
von Fischereierzeugnissen im Kommunalhafen Burgstaaken, Fehmarn**

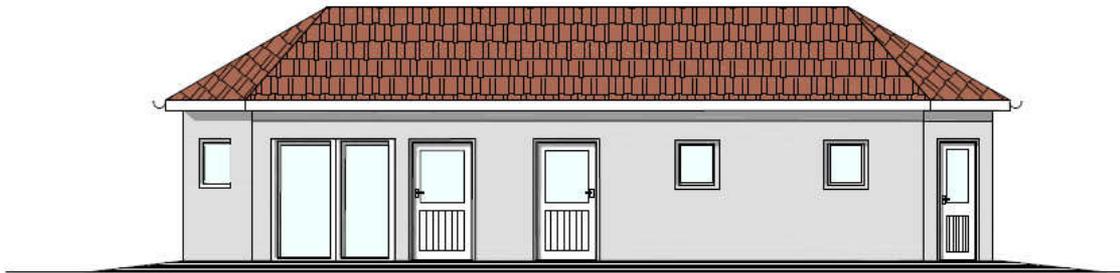
Ausführungszeitraum 2018 bis 2019

Standort wird durch die Politik noch festgelegt

Gestaltung: z.Zt. als Vorschlag in Abhängigkeit vom
Architektenwettbewerb in Burgtiefe

Neubau eines Filetiergebäudes zur Verbesserung der Direktvermarktung von Fischereierzeugnissen im Kommunalhafen Burgstaaken, Fehmarn

Filetiergebäude



Hafenseite (West)



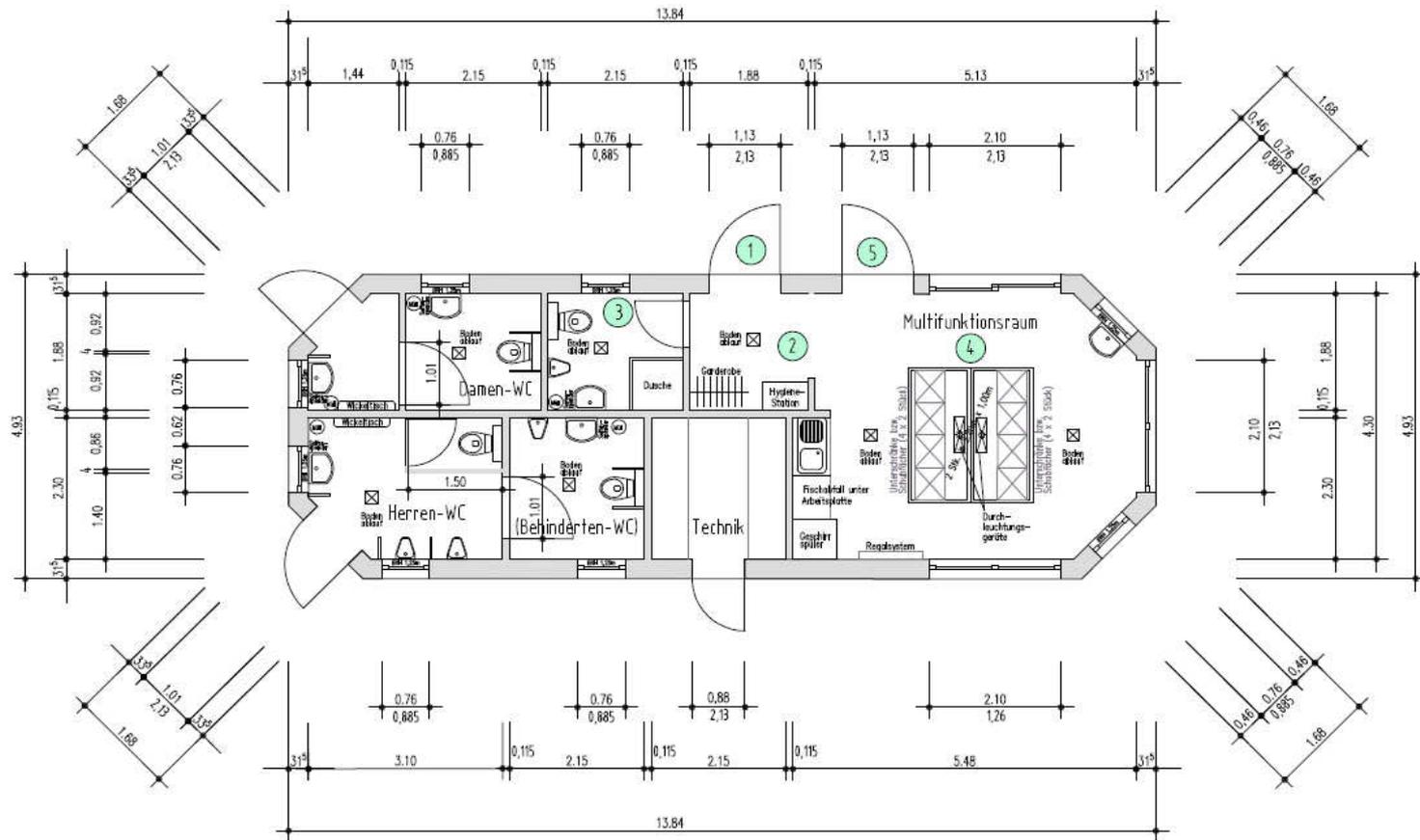
Südseite

Vorschlag Gestaltung Gebäude

Neubau eines Filetiergebäudes zur Verbesserung der Direktvermarktung von Fischereierzeugnissen im Kommunalhafen Burgstaaken, Fehmarn

Filetiergebäude

Hafenseite



Fahrbahn- und Parkplatzseite

**Neubau eines Filetiergebäudes zur Verbesserung der Direktvermarktung
von Fischereierzeugnissen im Kommunalhafen Burgstaaken, Fehmarn**

Haben Sie Fragen?

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

3. Projektvorstellung mit Beschlussfassung zu b.

„Neubau eines Filetiergebäudes
zur Verbesserung der Direktvermarktung von
Fischereierzeugnissen
im Kommunalhafen Burgstaaken, Fehmarn“

3. Projektvorstellung mit Beschlussfassung zu b.

Träger:	Stadt Fehmarn
Laufzeit:	2018
Kosten:	447.857 € brutto
Förderquote:	85 %
Förderung:	ca. 380.678 € (Poolprojekt auf Landesebene)
Inhalt:	Neubau eines Filetiergebäudes zur Verbesserung der Direktvermarktung von Fischereierzeugnissen im Kommunalhafen Burgstaaken. Das Projekt ist Teil des Hafenausbaus mit der Verbesserung der Infrastruktur für Fischer und Gäste.

4. Vorstellung der landesweiten Dachmarke

Vorstellung der landesweiten Dachmarke Fischerei
Bericht aus dem Markenbeirat der Fischerei

4. Vorstellung der landesweiten Dachmarke

Ziele der Dachmarkenentwicklung

- Entwicklung/Weiterentwicklung ganzheitlicher Kommunikationsmaßnahmen für die gesamte heimische Fischerei
- Einbeziehung aller Akteure der Fischereiregion
- Verbesserung des Images der heimischen Fischerei
- Steigerung der Nachfrage nach regionalen Fischprodukten
- Nachwuchsansprache für den Beruf Fischer
- Verbesserung der Kenntnisse der Verbraucher
- Verbraucher über Art und Umfang der heimischen Fischerei und Ihrer Produkte

4. Vorstellung der landesweiten Dachmarke

Ergebnisse der Agentur Boy im Markenbeirat am 15.01.2018

Die Straßenbefragung.

Was gehört unverzichtbar zu Schleswig-Holstein?

Meer (18x), Wasser (9x), **Fisch** (3x), Wind (3x), Strand (2x), Landwirtschaft (2x), **Labskaus**, reden nicht viel, **Fischbrötchen**, reden nicht viel, Seemöwen, Gelassenheit, Höflichkeit

Was sind für Sie typisch schleswig-holsteinische Berufe?

Fischer (16x), Matrose (7x), Werftmitarbeiter (5x), Landwirt (4x), Dachdecker (2x), Touristenführer (2x). Zimmerer, gibt's nicht, Ingenieur, Anwalt

4. Vorstellung der landesweiten Dachmarke

Ergebnisse der Agentur Boy im Markenbeirat am 15.01.2018

Die Straßebefragung.

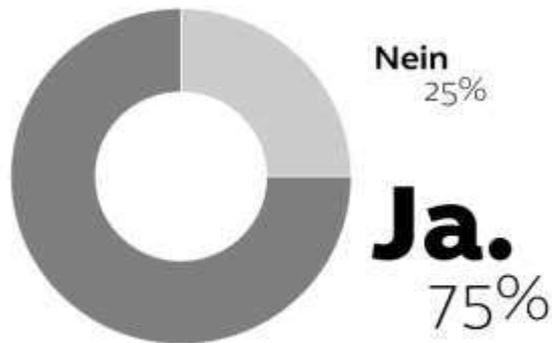
Was verbinden Sie mit den Themen Fisch und Fischerei?

Ist in großer Not / Überfischung / Tradition, Wohlgeschmack,
Natürlichkeit / funktionierende Umwelt / einen Bekannten in Schleswig
/ ursprüngliche Berufe / gesundes Essen / Lebensgefühl / Gelassenheit /
nasser Beruf / das ich frischen Fisch essen kann / früher arme Leute
Essen, jetzt nicht mehr so / Sturm, Freiheitsdrang, Seenotretter /
Freizeitspaß / Überfischung / Angeltörns, Ruhe / Freiheit / Gesang /
Bärtige Männer / Freiheit / Strandgut / sehr lecker / eine Tradition /
Romantik

4. Vorstellung der landesweiten Dachmarke

Ergebnisse der Agentur Boy im Markenbeirat am 15.01.2018

Ist Fischer ein schleswig-holsteinischer Beruf?



Ja, weil...

... wir am Wasser wohnen | weil überall wo es ein Meer gibt, da gibt es auch Fischer | Die verdienen ihr Geld damit | Weil das Meer viele Leute ernährt hat | Weil wir am Wasser wohnen | Weil wir Fisch aus dem Wasser holen | Weil das eine lange Tradition ist, früher haben Menschen damit ihren Lebensunterhalt verdient | Weil es hier viel Fisch gibt | Weil das hier Tradition hat, sowohl See-, als auch Binnenfischerei | Wegen der Nord- und der Ostsee | Küste (Meerumschlungen) | Weil wir die Küste haben

Nein, weil...

... es momentan nicht viele gibt | Traditionsberuf der ausstirbt | Man kann gar nicht mehr fischen | Die gibt es auch woanders | Die Zeiten von Fischern sind vorbei | Weil sie nach dem Land fragen

4. Vorstellung der landesweiten Dachmarke

Ergebnisse der Agentur Boy im Markenbeirat am 15.01.2018

Wie wichtig sind Fischerei und Aquakultur für S.-H. ?

Stimmen Sie folgenden Aussagen zu oder stimmen Sie nicht zu



4. Vorstellung der landesweiten Dachmarke

Ergebnisse der Agentur Boy im Markenbeirat am 15.01.2018

Das Markenrad.

Attribute

wetterfest, ursprünglich, wertig

Nutzen

Herkunft, Stolz, Gemeinschaft

Werte

Identität, Verantwortung, Innovation

Persönlichkeit

selbstbewußt, nordisch, spannend

Markenkern

Fischen steckt in unseren Genen

boy

4. Vorstellung der landesweiten Dachmarke

Ergebnisse der Agentur Boy im Markenbeirat am 15.01.2018



WIR FISCHEN.SH

4. Vorstellung der landesweiten Dachmarke

Nächste Schritte

- Schaffung von Aufmerksamkeit durch die Entwicklung einer gemeinsamen Dachmarke für die Fischerei in Schleswig-Holstein
- Erstellung eines Magazins zur Fischerei in Schleswig-Holstein, in der alle Sektoren abgebildet sind
- Erstellung einer Homepage zur Fischerei in Schleswig-Holstein bzw. die Überarbeitung und Anpassung der bestehenden Homepage www.fischerleben-schleswig-holstein.de

5. Weitere Schritte zur Umsetzung des Fischereitourismus

Weitere Schritte zur Umsetzung
des Fischereitourismus –
Abstimmung des gemeinsamen
Vorgehens in 2018

5. Weitere Schritte zur Umsetzung des Fischereitourismus

Ziel

- Dialog und den strategischen Planungen der Urlaubsdestinationen zum Ausbau des maritimen Tourismus und der (Hafen-) Infrastruktur vor Ort
- Untersuchung des aktuellen Bestandes und des zu erwartenden Potentials als Grundlage zur Abstimmung der rechtlichen und technischen Voraussetzungen für erste Pilotprojekte in Deutschland

Beispiel

- französisches Projekt mit der Bezeichnung PESCA 1100
 - Neubau eines Katamarans mit 12 Plätzen für Gäste
 - Durch Mitnahme von Gästen sank die Fangeffizienz (kg/Tag) des Fischers zwar um ca. 15 %
 - Einkommen blieb stabil.
 - In 2012 Einkommensanteil aus dem Fischereitourismus etwa 26 %



5. Weitere Schritte zur Umsetzung des Fischereitourismus

Projektziele

1. Gründung und Begleitung einer Partnerschaft der Fischer, Angelkutterkapitäne und Touristiker vor Ort und auf Regionsebene sowie deren Verbände zur Koordination des weiteren Vorgehens.
2. Erststellung einer Grundlagenanalyse und Entwicklung von Umsetzungsszenarien für die weiteren Verhandlungen mit Landes- und Bundesministerien, Verbänden und der See-Berufsgenossenschaft
3. Organisation und Moderation von zielorientierten Gesprächen der beteiligten Partner auf den entsprechenden Ebenen
4. Initiierung bundesweiter Pilotvorhaben zur Einführung von modellhaften Anwendungen in der Praxis in den drei Bundesländern Niedersachsen, Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein
5. Evaluation der Pilotvorhaben als Grundlage zur Verstetigung und zum Ausbau des Fischereitourismus an den Küsten

5. Weitere Schritte zur Umsetzung des Fischereitourismus

Nächste Schritte vor Ort

- Weiterer Kontakt zu Verbänden und Funktionären?
- Erste Gespräche mit den Örtlichen/regionalen Tourismusorganisationen
 - Was braucht es?
 - Was ist gewünscht?
 - Was ist zu beachten?
- Ansprache der Politik auf Orts-, Kreis-, und Landesebene / Lobbyarbeit
- Erste Abstimmung mit dem LLUR zu einem möglichen Projektvorhaben
- Dialog mit den Kollegen/Fischern vor Ort
 - wer ist interessiert?
 - Was machen die da?
- Was braucht es noch?

6. Anfragen und Mitteilungen

- Weitere Projektideen und Informationen
- Termine
Nächste Arbeitskreissitzung?
- Sonstiges?



Verabschiedung

Vielen Dank für Ihr Engagement und Ihre Aufmerksamkeit!

Gerne stehen wir Ihnen unterstützend zur Seite:

Jürgen Zuch
Arbeitskreissprecher
Neustädter Str. 26-28
23758 Oldenburg

Matthias Amelung
Regionalmanager Wagrien-Fehmarn
04361-620700
matthias.amelung@ar-wf.de
www.ar-wf.de