

Fisch nachhaltig und regional ***

Projektmodul I Informationskampagne Nordseekrabben

I. Die Idee

Fisch-, Krebs- und Schalentiere, die aus unserer hiesigen Nordsee stammen, haben vielfach einen langen Transportweg über mehrere Handelsstufen hinter sich, bevor sie beim Konsumenten auf den Teller landen. Dabei zeigen Umfragen, dass die Verbraucher großen Wert auf regionale, frische und nachhaltig produzierte Lebensmittel legen. Und dafür auch Geld ausgeben, wenn die Lebensmittel authentisch sind. Zudem gibt es in den Küstenregionen schon Fischer, Verarbeiter und Händler, die Krabben und Fisch direkt bzw. auf kurzen Wegen regional vermarkten. Jedoch wissen oft nur wenige Interessierte um diese Angebote.

Das Projekt will den wachsenden Markt nutzen und die regionale (Direkt-)Vermarktung von hochqualitativen, unbehandelten Nordseekrabben und -fischen der handwerklichen Küstenfischerei vorantreiben. Die Verbraucher erhalten ein authentisches Produkt und die Fischer und regionalen Verarbeiter und Händler über Vermarktung auf kurzen Wegen einen besseren Preis. Die Küstengemeinden profitieren über den Imagegewinn – Krabbe und Krabbenfischerei werden wieder positiv besetzt – einen neuen kulinarischen Tourismus und langfristig über die Wertschöpfung, die in der Region bleibt. Der Verkauf in der Region belebt zudem die Häfen, bereichert die Wochenmärkte und das Angebot von Gastronomen und Einzelhandel.

Die im Folgenden beschriebenen Maßnahmen stellen die frische Nordseekrabbe und den heimischen Fisch in den Fokus und informieren über die handwerkliche Küstenfischerei an der Westküste Schleswig-Holsteins. Sie machen Lust, Krabben und Fisch frisch zu kaufen und geben Hilfestellung für einen nachhaltigen Fischkonsum: über direkte Aufklärung an den Verkaufsstellen ebenso wie über übergeordnete Imagemaßnahmen. Geschichten von Fischer und Fisch veranschaulichen die komplexen Wechselbeziehungen zwischen Fischerei und Meeresumwelt sowie die Wege, die das Lebensmittel Fisch zurücklegt. Dabei will das Projekt dazu beitragen, dass Fischer, die über die gesetzlichen Anforderungen hinaus umweltschonenden Fischfang betreiben z. B. durch den Gebrauch neuer Fanggeräte, besonders unterstützt werden - gut für die empfindlichen Naturräume in den Küstengebieten ebenso wie für die öffentliche Wahrnehmung.

Ziele

Das Projekt will...

- das positive Image der Nordseekrabbe und der Krabbenfischerei stärken
- über einen kulinarischen Tourismus, der Genuss und Nachhaltigkeit verbindet, neue zahlungskräftige Zielgruppen ansprechen

- Häfen und Märkte touristisch weiter beleben
- beim Konsumenten wieder die Lust wecken, Krabben und Fisch aus der Nordsee frisch zu kaufen und selbst zuzubereiten
- die Wertschöpfung in der Region steigern
- die regionale Vermarktung von Krabben und Fisch aus der Nordsee mit kurzen ökologisch sinnvollen Transportwegen vom Kutter zum Teller stärken
- naturverträgliche Fangmethoden, einer nachhaltig wirtschaftenden und lebendigen Fischerei an der Westküste fördern

Zielgruppen

Vorrangig spricht das Projekt bewusste Konsumenten aller Altersgruppen an, die sich und ihre Familie gesund und „fair“ ernähren wollen, ebenso wie Feinschmecker. Eine weitere Zielgruppe sind Projektpartner aus Fischerei und Wissenschaft. Bei der Öffentlichkeitsarbeit ist besonders darauf zu achten, zielgruppenspezifisch zu kommunizieren. So sollten in den Kommunikationsmedien für Konsumenten die Botschaften einfach und verständlich formuliert werden. Für die Experten aus Fischerei und Wissenschaft hingegen müssen Inhalte und Hintergrundinformationen fachspezifisch gestaltet und aufbereitet werden. Dennoch ist bei beiden Zielgruppen darauf zu achten Sachverhalte und Zusammenhänge möglichst sachlich und in ihrer vollen Komplexität darzustellen, damit das Informationsangebot des Projektes als vertrauenswürdig und objektiv wahrgenommen wird.

II. Maßnahmen

Das Projekt will **regionale Vermarktungsstrukturen** für nachhaltig gefangene Nordseekrabben und -fische - vornehmlich aus dem Beifang der Krabbenfischerei - stärken bzw. neu aufbauen. Auf der einen Seite geht es darum, Fischer bzw. regionale Verarbeiter und Vermarkter und Verbraucher zusammenzubringen. So soll der Verkauf ab Kutter, an Verkaufsstellen in den Häfen, auf Märkten und im Fachhandel vor allem durch verbesserte Kommunikation gestärkt werden. Die Kunden müssen wissen, wer, wann und wo Krabben und Fisch frisch anbietet.

Diese Aktivitäten werden begleitet von einer **Image- und Informationskampagne**, die Lust macht auf regionalen Fischgenuss und über die handwerkliche Fischerei und heimischen Fisch und Meeresfrüchte informiert. Dabei stellt sich nicht die Frage, online oder offline zu sein. Wichtig für den Erfolg des Projektes ist es, die gewählten Kanäle richtig zu nutzen und Verlinkungen zwischen Online- und Offline-Inhalten herzustellen. Zudem ist bei dieser crossmedialen Konzeption darauf zu achten, dass die Inhalte zielgruppenspezifisch aufbereitet und schnell verbreitet werden können. Im Mittelpunkt dieser Kampagne sollen die im Folgenden beschriebenen Maßnahmen stehen:

Online: mobile website, soziale Medien, Dokumentarfilm und Video Tutorials

Eine **mobile website** für Smartphones zeigt, wo es frische Nordseekrabben und –fisch gibt, wie man eine Krabbe richtig pult und gibt Rezepttipps. Alternativ könnten die Informationen zu aktuellen Krabbenanlandungen auch getwittert werden. Dahinter verlinkt sein sollte aber eine einfache wie klare Internetseite mit allen Adressen und grundsätzlichen Information. Die ständig aktuellen Informationen animieren den Verbraucher immer wieder, Krabben und Fisch direkt vom Kutter oder frisch geschält an Land zu kaufen. Pulanleitungen und Rezepte von Fischern oder bekannten Köchen nehmen ihn an die Hand.

Ferner werden die sozialen Medien **Facebook, Google plus und Youtube** als lebendiges Informationsinstrument kontinuierlich genutzt.

Hier erscheinen unter anderem selbst produzierte **Filme** zum Thema Fischerei und nachhaltiger, regionalem Genuss. Geplant sind längere Reportagen sowie kurze Lehrfilme, sogenannte **“Video Tutorials“**, die monothematisch Tipps und Anleitungen zu speziellen Fragestellungen geben. Diese können auch für die Krabben-App verwendet werden.

Offline: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Die Informationskampagne greift selbstverständlich auch auf die Möglichkeiten klassischer Pressearbeit zurück und spricht dabei sowohl regionale Medien wie auch überregionale Publikumszeitschriften und Fernsehen und Rundfunk an.

Über die Pressearbeit hinaus sollen folgende **Informationsmaterialien** erstellt werden.

- eine ansprechende, wertige **Broschüre**, die die handwerkliche Fischerei vorstellt, Adressen von Verkaufsstellen enthält sowie einen QR-Code für Smartphones mit Links zu Onlineinformationen bereithält.
- **Hinweisplaketten**, die sichtbar an den jeweiligen Verkaufsstellen angebracht werden, zeigen dem Kunden, dass hier frische Krabben und heimischer Fisch verkauft wird.

Auf ausgewählten regionalen **Veranstaltungen** oder auch überregionalen Messen (auf der Bremen haben wir bereits gezeigt, dass man die Besucher über das Angebot Krabben zu pulen für das Produkt und die Anliegen der Fischer begeistern kann) soll das Thema mit einem eigenen Infostand inklusive kleiner Showküche anschaulich gemacht werden. Hier kann z.B. das Krabbenpulen und das Ausprobieren neuer Rezepte als Tool für eine interaktive Öffentlichkeitsarbeit genutzt werden

Projektpartner

Diese Partner unterstützen das Projekt ideell und werden sich in die Umsetzung aktiv einbringen v. a. durch Anwerbung von Projektpartnern, Lieferung von fachlichen Inhalten, Teilnahme an Veranstaltungen und Presseevents, konzeptionellen Beiträge:

Erzeugergemeinschaft der Deutschen Krabbenfischer GmbH
Niedersachsenstr. 9 27472 Cuxhaven
Kontakt: Phillip Oberdörfer

Thünen-Institut für Seefischerei - AG Fischereiökonomie
Palmaille 9 22767 Hamburg
Kontakt: Dr. Ralf Döring

Thünen-Institut für Ostseefischerei
Alter Hafen Süd 2 18069 Rostock
Kontakt: Christopher Zimmermann, Daniel Stepputis

Gerold Conradi
EO Ems
Am neuen Deich 8 26736 Krummhörn - Greetsiel

Kai Wätjen
Dipl. Biologe und Mitarbeiter des Alfred-Wegener-Institute f. Polar & Marine Research
Berliner Straße 24 28203 Bremen

Projektträger

Projektträger ist der Verein *sustain seafood Verein zur Förderung einer nachhaltigen Fischerei e.V.* mit Sitz in Emmelsbüll/Schleswig-Holstein. Ziel des Vereins ist die Förderung einer nachhaltigen Fischerei in der Nordsee sowie die nachhaltige Entwicklung der Küstenregionen. Der Verein arbeitet operativ in konkreten Projekten. Seine Mitglieder sind Fischer und Gastronomen ebenso wie Experten im Bereich des Regionalmarketings und praxisorientierte Wissenschaftler.

sustain seafood e. V.
Hoddebülldeich 17 25924 Emmelsbüll
Telefon 038226.53531
info@sustainseafood.de <https://www.facebook.com/sustainseafood>