

Fischkisten

FLAG: Étang de Thau et sa bande côtière

Frankreich

Projektüberblick

Das Profil und der Verbrauch von lokalen Fischprodukten, Austern und anderen Meeresfrüchten in diesem Gebiet konnten erhöht werden, indem durch ein Vertriebssystem für Fischkisten eine Brücke zwischen Fischern und Aquakulturbetrieben einerseits und Verbrauchern andererseits geschlagen wurde.



Die französische Region um den Etang de Thau hat eine reichhaltige Fischereikultur. Für die Bewohner der umliegenden Dörfer war es jedoch lange schwierig, heimische Fischereierzeugnisse zu beziehen. Da der Fischhandel vor Ort inexistent war, mussten die Verbraucher nach individuellen Erzeugern suchen, die zum Verkauf ihrer Produkte bereit waren, oder ihren Verbrauch in größeren Handelsketten decken. Mit dem Ziel, das Angebot an lokalen und saisonalen Fischprodukten zu verbessern, nutzte ein örtlicher Naturschutzverband Achse 4, um ein Vertriebssystem für Fischkisten einzurichten.

Ausgangspunkt war eine Einzelinitiative für den Direktvertrieb, aus der sich ein Vertriebsnetz entwickelte, das heute die Versorgung von vier Dörfern sicherstellt. Über eine Website können sich Verbraucher als Bezieher von Fischkisten anmelden, Bestellungen aufgeben und den Ort auswählen, an dem sie die bestellte Ware abholen möchten. Achse 4 wurde zur Ausarbeitung einer Kommunikationsstrategie genutzt, im Rahmen derer Durchführbarkeitsuntersuchungen zu den Abholorten und Lieferzeiten erfolgten. Des Weiteren wurde in Verbindung mit lokalen Veranstaltungen für mehr Visibilität gesorgt. Das Projekt trug zudem dazu bei, eine Verbrauchergroupe von „Botschaftern“ zu schulen, Kompetenzen für die Verwaltung und das Betreiben der Abholorte zu entwickeln und die Website wöchentlich entsprechend den verfügbaren Produkten gemeinsam mit den Erzeugern zu aktualisieren.



Seitdem zu den Fischereierzeugnissen auch Brot, Käse und anderen Spezialitäten aus lokaler Produktion hinzukamen, ist das Vertriebssystem für Fischkisten ein echtes Instrument für das Miteinander in der Region geworden. Kunden und Erzeuger können sich persönlich und unverbindlich über die angebotenen Produkte austauschen, und das Angebot wird nun auf lokale „kulturelle“ Produkte in Verbindung mit dem Fischereierbe ausgedehnt, wie unter anderem Rezeptwettbewerbe, Kunst und Handwerk oder Theaterveranstaltungen.

Wesentliche Erkenntnisse

- › **Bedeutung für FARNET-Themen:** Aufwertung des heimischen Fischfangs
- › **Effektivität/Effizienz:** Das Vertriebssystem für Fischkisten, das 2008 eingerichtet wurde und dessen Entwicklung sich ab 2012 durch Achse 4-Fördermittel beschleunigte, verfügt heute über 690 angemeldete Käufer, die aus über 50 umliegenden Gemeinden mit Entfernungen bis zu 30 km stammen. Einige kommen sogar aus größeren Städten wie Sète und Montpellier. Mit Unterstützung von drei Fischern und vier Austererzeugern werden wöchentlich 22 Kisten mit Fangfisch/Meeresfrüchten bereitgestellt. Lokale Verbraucher nehmen somit heimische Erzeugnisse im Wert von rund 850 EUR ab.
- › **Übertragbarkeit:** Basierend auf den Grundsätzen und Zielen, die denen der von der Gemeinde unterstützten Fischereivertriebssystemen (s. FARNET Magazin Nr. 8) gleichen, müssen sich die Verbraucher auf der Website des Vertriebssystems anmelden, um heimische Fischerzeugnisse beziehen zu können. Zwischen den Erzeugern von Fischprodukten und den Verbrauchern besteht im Rahmen der Vertriebskette jedoch kein bindendes Vertragsverhältnis. Auf diese Weise sollen Verbraucher gewonnen werden, die diesem Vertriebsweg noch skeptisch gegenüberstehen.
- › **Schlussbemerkung:** Mit dem Vertriebssystem wird aufgezeigt, wie wichtig es ist, die Erwartungen sowohl von Erzeugern als auch Verbrauchern zu untersuchen. Die Entscheidung, eine Vertriebskette ohne Abonnement einzurichten, wurde nach einer Analyse des Bedarfs und der Erwartungen von potenziellen Kunden einerseits, die heimische Frischprodukte unverbindlich beziehen möchten, und der Erzeuger andererseits, denen es in erster Linie darum geht, Verbraucher vor Ort zu gewinnen und ihren Fang aufzuwerten, getroffen. Indem dazu „Botschafter“ unter den Verbrauchern in den Betrieb miteinbezogen wurden, liegt der Schwerpunkt insbesondere auf Eigenverantwortung der Gemeinden und lokalem Unternehmertum.

Gesamtkosten und Beitrag EFF

Projektgesamtkosten: 77 250 EUR

- › Beitrag Achse 4: 38 625 EUR
- › Nationale Kofinanzierung: 19 312 EUR
- › Lokale öffentliche Ergänzungsfinanzierung („Gemeinden“): 19 312 EUR

Projektinformationen

Projektbezeichnung: Fischkisten (*Les Paniers de Thau*)

Projektdauer: 2011-2013

Datum Fallstudie: Januar 2014

Projektträger

CPIE de Thau – Centre Permanent d’Initiatives pour l’Environnement (CPIEs sind Verbände zur Sensibilisierung für den Umweltschutz)

Esther Emmanuelli & Emilie Varraud.

projet@cpiebassindethau.fr – contact@cpiebassindethau.fr

+33 4 67 24 07 55 – www.paniersdethau.fr – <http://www.paniersdethau.fr/comment-ca-marche.html>

FLAG

Etang de Thau et sa bande côtière FLAG, Frankreich

admm@orange.fr – +33 4 67 74 76 14 – [FLAG factsheet](#)

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

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