

Stockholmer Fischmarkt – städtischer Vertrieb durch lokale Fischer

FLAG: Fiskefrämjandet Stockholms Skärgård
Stockholm, Schweden

Projektüberblick

In Stockholm ansässige Fischer waren über lange Zeit isoliert aufgrund langer Marktwege und fehlender Vertriebsmöglichkeiten für ihre Fischprodukte. Mit der Unterstützung der FLAG entwickelten die Fischer den Stockholmer Fischmarkt. Im Rahmen von regelmäßigen Events im Stadtzentrum begannen ortsansässige Fischer, frische und rückverfolgbare Fischprodukte aus eigenem Fang direkt an die Kunden zu verkaufen. So entstanden eine gemeinsame Marke und ein ständiger Fischmarkt.



In der Stockholmer Region sind rund 100 Fischer in einem Umkreis von 250 km im Fischfang tätig. Jährlich werden hier rund 800 Tonnen Fisch gefangen. Noch bis vor kurzem musste die Fangmenge im 450 km entfernten Göteborg bei der Hauptfischauktion verkauft werden. 31 000 Tonnen Fischprodukte wurden danach wieder für den jährlichen Verzehr nach Stockholm transportiert, was niedrige Verkaufspreise für die Fischer bedeutete. Jeder für sich allein mussten sie sich jedoch mit der Situation abfinden, da es ihnen an Kapazitäten fehlte, um die verschiedenen Kosten und die Logistik für den Direktverkauf vor Ort zu bewältigen.

Mit dem Start des Stockholmer Fischmarktprojekts im November 2011 änderte sich die Lage grundlegend. Die Fischer verfügen nun über ein Vertriebssystem und eine Marke, unter der sie kooperieren können, sowie über einen Ort, um ihren Fang direkt an die Kunden verkaufen zu können. Die Fischer entwickelten mit Unterstützung der FLAG und der regionalen Fischverwaltung ein gemeinsames System, um die erforderliche Logistik zur Einsammlung und zur Beförderung der gefangenen Fische zu organisieren, um mit Kunden in Kontakt zu treten und am hiesigen Fischmarkt aktiv zu werden. [er „Stockholm Fiskmarknad“ wurde im Namen der Fischer als Marke eingetragen. Sie verleiht ihren Produkten eine visuelle Identität, die von Verbrauchern erkannt und von Vertriebsstellen verwendet wird. Das Pilotprojekt, das gemeinsam mit der regionalen Verwaltung von Stockholm betrieben wird, schaffte die Bedingungen, um einen ständigen Ort für einen neuen lokalen Fischmarkt im Herzen der Hauptstadt zu identifizieren und auf Dauer zu sichern.

Wesentliche Erkenntnisse

- › **Bedeutung für FARNET-Themen:** Aufwertung der heimischen Fischprodukte
- › **Effizienz/Effektivität:** Das Pilotprojekt hatte bis 2014 insgesamt 50 Fischer der Inselgruppe zur Teilnahme am Projekt mobilisiert. Jährlich wurden in diesem Rahmen zwei bis drei Verkaufsevents veranstaltet. Bei den bis zu fünftägigen Veranstaltungen wurden rund 300 kg Fisch an 500 Besucher verkauft. Vier Restaurants, die sich im belebtesten Stadtviertel von Stockholm befinden, sind dazu übergegangen, ihre Ware direkt von den Fischern zu beziehen. Zudem wurde beschlossen, einen ständigen Fischmarkt im Zentrum von Stockholm einzurichten und den Fischern somit dauerhaft die Möglichkeit zu sichern, ihre Produkte vor Ort, anstatt über eine lange und anonyme Vertriebskette zu verkaufen.
- › **Übertragbarkeit:** Das Projekt kann für bevölkerungsreiche Gebiete mit wenigen ortsansässigen Fischern relevant sein, die keinen Zugang zu ihrem hiesigen Markt haben. Sie können Erkenntnisse daraus ziehen, wie im Rahmen des Projekts die Bemühungen und Empfehlungen von Fachleuten aus verschiedenen Bereichen zusammengeführt wurden: lokale Fischer zur Ausarbeitung des Projekts, eine Wirtschaftsschule, die einen Vertriebsplan entwarf, eine Hochschule für Architekten, die einen Entwurf für einen künftigen ständigen Fischmarkt einbrachte. Mit diesem Ansatz werden Herausforderungen im sozialen Bereich (neu belebte Kohäsion zwischen lokalen Fischern), beim Marketing (die Entwicklung einer eigenen Marke) und bei der Kommunikation (mit modernem Design und effektiver Kommunikation durch Presse und soziale Netzwerke) angegangen.
- › **Schlussbemerkung:** *Zwei mögliche Orte* wurden nun identifiziert, die künftig einen ständigen Fischmarkt beherbergen könnten. In der Zwischenzeit stellen die Fischer unter Beweis, dass ein nachhaltiger Bedarf an frischem Fisch aus lokalem Fang besteht. *Achse 4 zeigt in diesem Beispiel auf, wie ein wenig einträgliches Geschäft durch die Unterstützung der gemeinsamen Bemühungen der Fischer an Rentabilität gewinnen kann.*

Gesamtkosten und Beitrag EFF

Projektgesamtkosten: 240 000 €

- › *FLAG-Darlehen: 60 000 € (50 % Achse 4; 50 % staatliche/regionale Kofinanzierung)*
- › *Achse-1-Unterstützung (Unterstützung für kleine Fischbetriebe) 46 000 € (50 % EU; 50 % staatlich/regional)*
- › *Sonstige staatliche Unterstützung: 135 000 €*

Projektinformationen

Projektbezeichnung: Stockholmer Fischmarkt

Projektdauer: 2011 – 2012 (2 Jahre)

Datum Fallstudie: Februar 2014

Projekträger

Fiskefrämjandet Stockholms Skärgård FLAG

FLAG-Manager: Sverker Lovén

FLAG-Koordinator: Thomas Hjelm | +46 708 736 530

fiskeframjandet@gmail.com

<http://www.fiskeframjandet.se>

<https://www.facebook.com/stockholmsfiskmarknad>

[Fiskefrämjandet Stockholms Skärgård 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.