

Diversifizierung des Herzmuschel-Sammelns

FLAG: Costa da Morte
Anllons, Galicien, Spanien

Projektüberblick

Dieses Projekt ist ein Beispiel für eine integrierte Kette von Aktivitäten, die darauf abzielen, das Bewusstsein für die Tradition des Herzmuschel-Sammelns in diesem Gebiet zu wecken und das Image des Produkts zu verbessern. Darüber hinaus werten die Aktivitäten nicht nur ein Fischereiprodukt (Herzmuscheln) auf, sondern sie bieten auch die Ausgangsbasis für eine Diversifizierung der Tätigkeit der Herzmuschel-Sammler durch Tourismus, Ausbildung und Produktförderung.



Kontext und wesentliche Herausforderungen

Das Sammeln von Herzmuscheln ist in Anllons seit langer Zeit Tradition, aber ein Großteil der Gemeinschaft hat mittlerweile die Beziehung zu diesem Brauchtum verloren – während die lokale Bevölkerung in der Vergangenheit Herzmuscheln direkt am Strand auflesen konnte, ist dies wegen des strengeren Ressourcenmanagements heute nicht mehr möglich. Hinzu kommt, dass die Schalentier-Sammler von Anllons – ebenso wie viele Fischer und primäre Erzeuger – nur einen geringen Anteil des Werts ihres Produkts (Herzmuscheln) erhalten und darunter leiden, dass der Preis, den ihre Herzmuscheln auf dem Markt erzielen können, kaum kontrolliert wird.



Die Schalentier-Sammler in Anllons sind alle in einer gemeinnützigen Vereinigung organisiert, die sich der nachhaltigen Bewirtschaftung der Ressource verschrieben hat. Allerdings konnte die Vereinigung ihre Herzmuscheln bis vor kurzem nur über die Auktion (die über 100 km entfernt liegt) verkaufen, da sie kein Reinigungsgerät besaß, um die Herzmuscheln zu behandeln und anschließend auf dem lokalen Markt zu verkaufen. So kam es, dass den dortigen Bewohnern die spezifischen Eigenschaften ihrer Herzmuscheln nicht mehr bekannt waren, denn sobald sie die Region verlassen und zur Auktion kommen, werden sie an große Märkte in ganz Spanien, und meist an Großhändler in Barcelona, verkauft.

Als die Vereinigung (mit Unterstützung von Achse 3 des EFF) schließlich ein Reinigungsgerät kaufen konnte, eröffnete sich ihr die Möglichkeit, durch den Verkauf ihrer Herzmuscheln an lokale Kunden eine aktivere Rolle zu spielen. Dies brachte eine Reihe völlig neuer Herausforderungen für die Schalentier-Sammler mit sich, deren Aktivitäten sich bislang auf das Auflesen von Herzmuscheln beschränkt hatten.

Projektziele

Mit Unterstützung von Achse 4 arbeiteten die Herzmuschel-Sammler von Anllons darauf hin:

- › die Gemeinschaft für die Tradition des Herzmuschel-Sammelns in ihrem Gebiet und seine Bedeutung zu sensibilisieren;
- › ihr Produkt bei der lokalen Bevölkerung und den lokalen Absatzstellen (Restaurants, Hotels, Geschäfte usw.) bekannt zu machen;
- › durch einen Direktverkauf und die Entwicklung neuer Verpackungsarten und Präsentationsformen für das Produkt ihren Anteil am Mehrwert des Produkts zu erhöhen;
- › ihre Wirkungsstätten für Herzmuschel-Verkostungen und -Präsentationen einzurichten.

Projektbeschreibung

Das Projekt lief von Mitte August bis Ende Oktober 2010 (2,5 Monate). Eine der ersten Maßnahmen war der Kauf eines kleinen Kühltransporters, um ihre Herzmuscheln unter angemessenen Bedingungen zu den Räumlichkeiten zu befördern, in denen sie das Reinigungsgerät installiert hatten. Sobald die Grundvoraussetzungen für die Reinigung ihrer



Herzmuscheln geschaffen waren, konnten die Schalentier-Sammler damit beginnen, Werbung für ihre Produkte zu machen und diese zu verkaufen.

Um bei den lokalen Restaurants und Hotels für ihre Herzmuscheln zu werben, organisierte die Vereinigung Ausbildungsseminare für lokale Köche, die von dem bekannten Chefkoch D. Miguel García Silvarredonda, der auch an der Catering-Schule von Coruña unterrichtet, erteilt wurden. Im Rahmen dieser Ausbildung wurden die verschiedenen Güteklassen der Herzmuscheln erklärt und unterschiedliche Zubereitungs- und Präsentationsarten vorgeführt.

Die Schalentier-Sammler nahmen an einem Kurs zur Herstellung von Körben teil, in denen ihnen beigebracht wurde, für ihre Herzmuscheln Verpackungs- und Präsentationsmaterial zu entwickeln. So lernten sie, aus recyceltem, aus dem Fischereisektor stammendem Material (z. B. alte Netze und Taue) Körbe und Netztaschen anzufertigen.

Anschließend erarbeitete die Vereinigung Werbematerial für Herzmuscheln (Prospekte, Poster, eine kurze DVD mit Erläuterungen bezüglich ihrer Arbeit) und ein Rezeptbuch mit einigen Rezepten, die von den Ausbildungsseminaren für Köche stammten.

Zum Schluss statteten die Schalentier-Sammler von Anllons ihr Zentrum mit dem Notwendigsten aus, um dort Besucher empfangen zu können (Küche, DVD-Spieler, Möbel usw.). Dann organisierten sie für die breite Öffentlichkeit einige Tage der Offenen Tür, an denen sie ihre DVD zeigten, Informationen über Herzmuscheln erteilten und zur Verkostung von Herzmuscheln einluden.

Hauptbeteiligte

Das Projekt wurde von den Schalentier-Sammlern von Anllons vorgeschlagen, einer Vereinigung, der 30 Frauen und ein Mann angehören. Alle Mitglieder der Vereinigung wirkten an dem Projekt mit (sie behielten einen Teil ihres Herzmuschelfangs für sich, der nicht in der Auktionshalle, die nach wie vor den Großteil ihrer Herzmuscheln kaufte, sondern von ihnen selbst gereinigt wurden. Außerdem halfen sie bei der Organisation und Durchführung der Tage der Offenen Tür und der Ausbildungsseminare und nahmen am Kurs zur Korbherstellung teil). Die Leitung des Projekts übernahmen indes nur einige Mitglieder der Vereinigung. Diese Gruppe arbeitete eng mit der FLAG Costa da Morte zusammen, die sie bei der Entwicklung des Projekts technisch beriet und ihr half, die verschiedenen Aktivitäten festzulegen und sicherzustellen, dass diese den wichtigsten Zielen, die sie erreichen wollten, entsprachen.

Projektergebnisse

Es ist noch zu früh, um konkrete Auswirkungen zu erkennen, aber das Bewusstsein der lokalen Bevölkerung für die Arbeit der Herzmuschel-Sammler in ihrer Gemeinschaft und für das Produkt selbst wird immer weiter geweckt. Die Vereinigung verkauft heute direkt an 4 Restaurants, die in ihrem Gebiet ansässig sind, sowie an zahlreiche Privatpersonen, sodass der Ertrag aus ihren Aktivitäten langsam steigt.

Die Räumlichkeiten der Vereinigung sind nun dafür eingerichtet, regelmäßig Besucher zu empfangen und für ihr Produkt Werbung zu machen. Bisher wurden an 15 Tagen Kochkurse und Verkostungen organisiert (an denen Schulgruppen, Hausfrauen und Rentnervereine, Mitarbeiter lokaler Hotels und Geschäfte sowie Fischhändler teilgenommen haben). Außerdem wurde ein Rezeptbuch mit verschiedenen Arten der Zubereitung von Herzmuscheln herausgegeben.

Die Nutznießer sind die Schalentier-Sammler selbst, die nicht nur zufrieden sind, weil sie bei der Vermarktung ihrer Herzmuscheln eine aktivere Rolle spielen, sondern weil sie auch sehen, wie durch den zusätzlichen Direktverkauf an lokale Kunden die Einkünfte ihrer Vereinigung langsam zunehmen.



Überwindung von Hindernissen: wesentliche Erkenntnisse

Die zu bewältigenden Herausforderungen waren weitgehend mit der mangelnden Kenntnis des Produkts vonseiten der Restaurants, der Fischhändler und der breiten Öffentlichkeit verbunden. Hinzu kamen Probleme in Zusammenhang mit der Unterscheidung ihres Produkts von bestehenden Produktkennzeichnungen. Das mangelnde Produktbewusstsein stellte eine weitere Herausforderung dar, nämlich Herzmuscheln als allgemeine Zutat für Gerichte, die in den lokalen Restaurants angeboten werden, einzuführen.

Im Übrigen brachte auch die anfänglich fehlende Marktingerfahrung der Schalentier-Sammler beträchtliche Schwierigkeiten mit sich, als es darum ging, neue Märkte zu erreichen.



Während die mangelnde Erfahrung der Herzmuschel-Sammler im Bereich Marketing die Überwindung dieser Hindernisse und die Erreichung neuer Märkte erschwerte, trugen andere wichtige Faktoren zum Erfolg des Projekts bei:

- › die Motivation und aktive Mitwirkung der Schalentier-Sammler;
- › die hohe Qualität der Herzmuscheln;
- › das rege Interesse der lokalen Restaurants an dem Produkt;
- › eine gute Berichterstattung über das Projekt in der lokalen Presse und
- › der Erwerb des Reinigungsgeräts, das – obwohl nicht unter Achse 4 finanziert – alle nachfolgenden Aktivitäten ermöglicht hat.

Zukunftsaussichten

Dieses Projekt, das dazu beigetragen hat, für die Eigenschaften und möglichen Verwendungen von Herzmuscheln zu werben, ist der erste Schritt eines ehrgeizigeren Plans. Die Vereinigung möchte nun aus ihrem Produkt einen Mehrwert erzielen, indem sie es in ihrem Zentrum direkt zum Verkauf anbietet. Außerdem ist die Einrichtung eines kleinen Restaurants geplant, in dem Herzmuscheln serviert werden sollen.

Des Weiteren beabsichtigt die Vereinigung gemeinsam mit einem lokalen Fremdenverkehrsunternehmen Ausflüge zu organisieren, die Touristen in die Bucht, in der die Herzmuscheln gesammelt werden, bringen. Dort soll ihnen näher gebracht werden, wie die Herzmuschel-Sammler arbeiten. Bemerkenswert ist, dass diese Aktivitäten parallel zu einem Projekt der Gemeinde durchgeführt werden, das zum Ziel hat, das anliegende Stück Land landschaftlich zu gestalten und ein Picknickgebiet einzurichten, von wo aus die Bucht, in der die Herzmuschel-Sammler bei der Arbeit zu sehen sind, überblickt werden kann.



Nicht zuletzt hat die Schalentier-Vereinigung mit einem lokalen Verein für behinderte Menschen Aktivitäten rund um die Anfertigung von Körben ins Leben gerufen. Sie erproben Korbherstellungskurse für Behinderte, um später ein gemeinnütziges Unternehmen zu gründen, in dem ihre Mitarbeiter Körbe für die lokalen Herzmuscheln anfertigen.

Nachdem die wichtigsten Investitionen nun getätigt worden sind und es bereits einige Stammkunden gibt, können es sich die Schalentier-Sammler erlauben, durch Verkostungen und ähnliche Aktivitäten weiter für ihr Produkt zu werben, um auf diese Weise ihren Absatz durch Direktverkauf zu steigern. Darüber hinaus haben sie genug Zuversicht gewonnen, um ehrgeizigere Pläne in Angriff zu nehmen. Und das Projekt hat auch gezeigt, dass es sich lohnt, weiter in die Lebensmittelkette und in parallele Aktivitäten zu investieren.

Übertragbarkeit

Ein solches Projekt könnte auf alle kleineren Erzeugerorganisationen übertragen werden – vor allem auf diejenigen mit einem hochwertigen Produkt und einem für ihr Gebiet ausreichenden Vertriebspotenzial. Die Vereinigung wurde bereits von anderen FLAG und Fischereivereinigungen eingeladen, ihr Projekt vorzustellen.



Kosten und Finanzierung

Projektaktivität	Gesamtkosten (€)	Öffentlicher Beitrag insgesamt (EFF Achse 4 + nationale Kofinanzierung) (€)
Verschiedene Arten von Ausrüstung (für das Zentrum, Transport von Produkten usw.)	20 457,76	18 411,99
Informations- und Werbematerial	6 218,64	5 596,77
Korbherstellungskurse	2 084,00	1 875,60
Verbreitung	3 100,00	2 790,00
MwSt.:	5 449,75	0,00
Insgesamt	37 310,15	28 674,36

Als Sensibilisierungsprojekt, das unter anderem dazu beiträgt, eine gemeinnützige Vereinigung zu professionalisieren, wurde dieses Projekt zu 90% (EUR 28 674,36) aus öffentlichen Mitteln gefördert. 61% dieser öffentlichen Mittel stammten von Achse 4 des EFF, 19,5% aus nationaler Kofinanzierung und 19,5% aus regionaler Kofinanzierung (ausschließlich der MwSt., die die Vereinigung auch gezahlt hat, aber zurückfordern kann). Der gesamte private Beitrag in Höhe von 10% stammte von der Vereinigung der Schalentier-Sammler von Anllons.

Projektinformationen

Projektbezeichnung: Herzmuschel-Sammler von Anllons:

Diversifizierung ihrer Aktivitäten

Projektdauer: August – Oktober 2010.

Datum Fallstudie: März 2011

Projektträger

Agrupación de Mariscadoras Río Anllóns

(Vereinigung der Schalentier-Sammler von Anllons)

Julia Haz Barrientos

rioanllons2003@yahoo.es

Tel.: +34 670 397 893

FLAG

Costa da Morte, Galicia, Spanien.

gac3@accioncosteira.es

Tel.: +34 626 104 619

<http://www.accioncosteira.es/?q=gl/node/128>

[FLAG-Karte](#)

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.