

Strategie für lokale Entwicklung des Fischwirtschaftsgebietes Insel Rügen

Rügens Fischerei - Tradition und Wirtschaftsfaktor

Wettbewerb Auswahl der von der örtlichen Bevölkerung betriebenen Strategien für lokale Entwicklung in der EMFF- Förderperiode 2014-2020- Mecklenburg-Vorpommern



Lokale Aktionsgruppe Fischerei Rügen
28.09.2016

Impressum

Herausgeber, Redaktion und Inhalt:

Lokale Aktionsgruppe Fischerei Rügen
c/o Landkreis Vorpommern-Rügen
FD Stabsstelle Wirtschaftsförderung und Regionalentwicklung
Carl-Heydemann-Ring 67
18437 Stralsund
Telefon: 03831 - 357 1276
E-Mail: leader-ruegen@lk-vr.de

Druck:

Eigendruck Landkreis Vorpommern-Rügen
September 2016

I. Inhaltsverzeichnis

I.	Inhaltsverzeichnis	2
II.	Abbildungsverzeichnis.....	3
III.	Tabellenverzeichnis	3
IV.	Einleitung/Vorwort/Zusammenfassung	4
1.	Zuschnitt des Gebietes	5
1.1	Kurzbezeichnung der von der SLE Fischwirtschaft erfassten Region	5
1.2	Geografische Beschreibung der Region	5
1.3	Kartografische Darstellung mit Abgrenzung der Region	6
1.4	Tabellarische Benennung der Gemeinden inklusive Flächenangabe und Einwohnerzahl.....	7
1.5	Schlüssige Darstellung der Gebietsabgrenzung	7
2.	Prozess der Strategieerstellung	8
3.	Beschreibung der Lokalen Aktionsgruppe Fischerei.....	9
3.1	Struktur der lokalen Aktionsgruppe Fischerei (FLAG)	9
3.2	Arbeitsweise und Entscheidungsprozess	10
3.3	Öffentlichkeitsarbeit, Vernetzung und Kooperation	10
4.	Bestandsaufnahme, Entwicklungsbedarf und Potentiale	10
4.1	Bestandsaufnahme Fischerei und Fischwirtschaft.....	10
4.2	SWOT-Analyse mit Ableitung des Handlungsbedarfs	15
4.3	Entwicklungsziele (Ez) des Fischwirtschaftsgebietes Rügen.....	17
4.4	Handlungsfelder (Hf) des Fischwirtschaftsgebietes Rügen.....	19
4.4.1	Gewichtung der Handlungsfelder hinsichtlich der erwarteten Beiträge zur Erreichung des jeweiligen Ziels	20
4.5	Innovative Merkmale der Strategie.....	20
4.6	Integrierter Ansatz	21
4.7	Aktionsplan	21
4.8	Darstellung des geplanten Verfahrens, wie die Zielstellungen in Aktivitäten übersetzt werden	22
4.9	Projektansätze	23
4.10	Beschreibung des Monitoring.....	24
4.11	Beschreibung der Evaluierung.....	25
5.	Projektauswahlverfahren.....	26
5.1	Regeln zur Höhe der Mitfinanzierung von Aktivitäten/Projekten zur Umsetzung der SLE Fischwirtschaft Rügen	26
5.2	Projektbewertungskriterien	27
6.	Finanzplanung	27

V.	Quellenverzeichnis	28
VI.	Anlagenverzeichnis	29

II. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Lage und Abgrenzung der FIWIG-Region Rügen (Maßstab 1:500.000)	6
Abbildung 2:	FIWIG-Region Rügen (Maßstab 1:310000, Regionalkarte M-V)	6

III. Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Administrative Struktur auf der Insel Rügen	7
Tabelle 2:	Detaillierte Zusammensetzung der FLAG Rügen	9
Tabelle 3:	Standorte, Fangarten und Anzahl der Fahrzeuge 2016 der EO ZAG Rügenfang	11
Tabelle 4:	Entwicklung der Fischerei in M-V	12
Tabelle 5:	Allgemeine Kriterien	24
Tabelle 6:	Handlungsfeldspezifische Kriterien	24
Tabelle 7:	Allgemeine qualitative Kriterien	25
Tabelle 8:	Weitere qualitative Kriterien	25
Tabelle 9:	Budgetanteile der FIWIG Rügen	27

IV. Einleitung/Vorwort/Zusammenfassung

Die vorliegende Strategie für lokale Entwicklung (SLE) für die FIWIG-Region Rügen beinhaltet Entwicklungsziele und Handlungsfelder, mit denen die Entwicklung der Fischerei der Region gestaltet werden soll. Die Strategie ist mit dem Leitbild „Regionale Verankerung - Rügens Fischwirtschaft“ überschrieben.

Die Insel Rügen folgt damit dem Wettbewerbsaufruf des Landes Mecklenburg-Vorpommerns zur Auswahl der Fischwirtschaftsregionen.

Mit der Bearbeitung der Regionalen Entwicklungsstrategie wurden folgende Ziele verfolgt:

- Mobilisierung regionaler Entwicklungspotenziale im Bereich der Fischwirtschaft,
- Stärkung der Regionalen Vermarktung und Erhalt des maritimen Erbes der Region,
- Stärkung regionaler Verantwortung,
- Aufzeigen von Möglichkeiten regionaler Kooperationen.

Mit der SLE des Fischwirtschaftsgebietes Rügen ist es gelungen, die Aktivitäten zur Entwicklung der Fischwirtschaft einschließlich erster Umsetzungsschritte für den Zeitraum 2014-2020 darzustellen. Durch die Zusammenarbeit verschiedenster Akteure bei der Erarbeitung von Zielen, einschließlich erster Umsetzungsansätze konnten die vielfältigen Möglichkeiten und Interessen der Region vereint und in einer gemeinsamen Strategie dargestellt werden.

Tatsächlich spielt auf der Insel Rügen die Fischerei eine bedeutende Rolle, bedeutender als in allen anderen Regionen Mecklenburg-Vorpommerns. Mehr noch als durch ihren Beitrag zu Arbeitsplätzen und Wertschöpfung ist die Fischwirtschaft dabei Teil des kulturellen Erbes und der Regionalkultur sowie als Anziehungspunkt für den Tourismus und der einheimischen Bevölkerung von Bedeutung.

1. Zuschnitt des Gebietes

1.1 Kurzbezeichnung der von der SLE Fischwirtschaft erfassten Region

Die hier vorliegende Strategie für lokale Entwicklung (SLE) ist die SLE der Insel Rügen. Aufgrund der Insellage ist das Fischwirtschaftsgebiet (FIWIG) Rügen eindeutig abgrenzbar und ist durch die in diesem Kapitel beschriebenen Kriterien dem ländlichen Raum zuzuordnen. Im weiteren Fortgang wird diese Region als „FIWIG-Region Rügen“ bezeichnet.

1.2 Geografische Beschreibung der Region

Die FIWIG-Region Rügen liegt im Nordosten des Bundeslandes Mecklenburg-Vorpommern und umfasst Deutschlands größte Insel. Die Insel Rügen mit Hiddensee gliedert sich in Halbinseln, Inselkern, Nehrungen und Nebeninseln. Die Region besitzt eine Küstenlinie von ca. 574 km. Die längste Nord-Süd Ausdehnung misst 51,4 km, von Ost nach West beträgt die größte Entfernung 42,8 km. Höchster Punkt der Region Rügen ist der Piekberg auf der Halbinsel Jasmund mit einer Höhe von 161 m. Eine Besonderheit der Region ist, dass kein Ort weiter als 7 km vom Wasser entfernt ist. Das liegt an der starken Ausprägung der Buchten, Landzungen, Nehrungen, Haken, Halbinseln und Inseln. Rügen verfügt über sieben Halbinseln, 10 vorgelagerte Inseln, wozu u.a. die Inseln Ummannz, Heuwiese, Libitz, und Hiddensee gehören. Dass sich diese geringe Entfernung zum Wasser ergibt, ist auch durch die Vielzahl von Bodden und Wiecken bedingt. Zu den bekanntesten zählen der Große und Kleine Jasmunder Bodden sowie der Schaproder, der Wieker, der Breeger und der Greifswalder Bodden.¹

Rügen verfügt über eine über viele Jahrhunderte geprägte, einzigartige Kulturlandschaft mit einer Fülle an Naturschätzen, die insbesondere in einem Biosphärenreservat geschützt und entwickelt wird. Die Kreidefelsen, die Wälder, Wiesen und Moore machen das Besondere der Nationalparks Jasmund und Vorpommersche Boddenlandschaft aus, in denen diese bis in die heutige Zeit erhalten gebliebenen einzigartigen Naturlandschaften geschützt werden. Weitere Teile Rügens sind Naturschutz-, Vogelschutz-, Flora-Fauna-Habitat- (FFH) oder Landschaftsschutzgebiete.

Die westlichen und nördlichen Regionen Rügens sind stärker von der Landwirtschaft geprägte Räume, die insgesamt weniger dicht besiedelt sind. Im Zentralbereich der Insel überlagern sich landwirtschaftliche, touristische und gewerbliche Nutzungen, während der nordöstliche bis südöstliche Teil des Gebietes eine vorrangig touristische Prägung hat. Dies äußert sich vor allem in der Vielzahl der anerkannten Erholungsorte und Seebäder.

¹ Vgl.: www.ruegen.de

1.3 Kartografische Darstellung mit Abgrenzung der Region

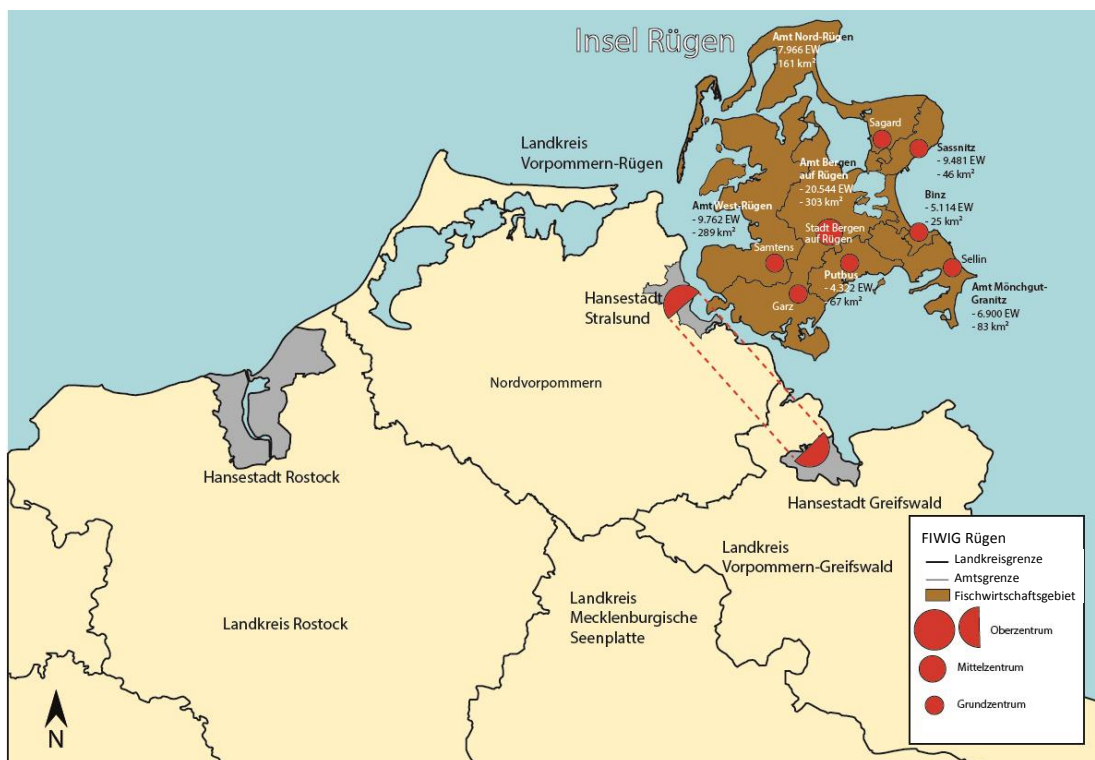


Abbildung 1: Lage und Abgrenzung der FIWIG-Region Rügen (Maßstab 1:500.000)²

Zur besseren Veranschaulichung nachfolgend eine kleinräumige Darstellung:



Abbildung 2: FIWIG-Region Rügen (Maßstab 1:310000, Regionalkarte M-V)³

² Regionales Raumentwicklungsprogramm Vorpommern

³ <http://geoport.landkreis-vorpommern-ruegen.de>, © OpenStreetMap (ODbL), © uVGB-MV

1.4 Tabellarische Benennung der Gemeinden inklusive Flächenangabe und Einwohnerzahl

Das FIWIG Rügen besteht aus 41 Gemeinden, die in vier Ämter sowie drei amtsfreie Gemeinden gegliedert sind (siehe Tabelle 1). Hierbei haben Garz, Bergen auf Rügen, Putbus und Sassnitz das Stadtrecht und nur Bergen auf Rügen hat mehr als 10.000 Einwohner. Das Fischwirtschaftsgebiet besitzt eine Fläche von 978 km². Bei 64.089 Einwohnern (EW) (Stand 31.12.2013) ergibt sich daraus eine Bevölkerungsdichte von 65 Einwohnern pro km², die leicht unter der von Mecklenburg-Vorpommern liegt, dem ohnehin am dünnsten besiedelten Bundesland Deutschlands.

Tabelle 1: Administrative Struktur auf der Insel Rügen

Amt	Zugehörige Gemeinden	Fläche in km ²	Einwohnerzahl
Amt West-Rügen	Altefähr, Dreschvitz, Gingst, Hiddensee, Kluis, Neuenkirchen, Ramin, Samtens, Schaprode, Trent, Ummann	29.016	9.762
Amt Nord-Rügen	Altenkirchen, Breege, Dranske, Glowe, Lohme, Sagard, Putgarten, Wiek	16.128	7.966
Amt Mönchgut-Granitz	Baabe, Gager, Göhren, Lancken-Granitz, Middelhagen, Sellin, Thiessow, Zirkow	8.405	6.900
Amt Bergen auf Rügen	Bergen auf Rügen Stadt, Buschvitz, Garz/Rügen Stadt, Gustow, Lietzow, Parchitz, Patzig, Poseritz, Ralswiek, Rappin, Sehlen	30.366	20.544
Sassnitz	-	4.707	9.481
Binz	-	2.522	5.114
Putbus	-	6.660	4.322

Quelle: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern, 2014

1.5 Schlüssige Darstellung der Gebietsabgrenzung

Die Abgrenzung der FIWIG-Region erfolgte sowohl aufgrund geografischer, struktureller als auch politischer Überlegungen.

Geografisch gesehen umfasst die definierte FIWIG-Region Rügen die gesamte Insel Rügen (einschließlich Hiddensee), welche eine klar abgegrenzte, räumlich eigenständige Einheit darstellt und sich auch von der naturräumlichen Ausprägung klar vom Festlandteil des 2011 neu gebildeten Großkreises Vorpommern-Rügen unterscheidet. Des Weiteren liegt die Region Rügen mit ihren knapp über 64.000 Einwohnern genau im geforderten Einwohnerschlüssel von 10.000 - 150.000 Einwohnern.

Die geografische Trennung spiegelt sich auch in der infrastrukturellen Raumorganisation wieder. So verfügt Rügen über einen eigenen Verflechtungsraum um das Mittelzentrum Bergen auf Rügen. Auch die verkehrliche Infrastruktur ist auf die Region und speziell auf das Mittelzentrum ausgerichtet. Die Anbindung an Stralsund und das Festland ist lediglich über zwei Straßen- und eine Eisenbahnbrücke sowie über die Fährverbindung Glewitz-Stahlbrode gegeben. Weiterhin ist die Organisation des Tourismus als wichtigster regionaler Wirtschaftsbereich auf die Region ausgerichtet. Die Tourismusregion und der räumliche Tätigkeitsbereich des gleichnamigen Tourismusverbands sind entsprechend kongruent abgegrenzt.

Aus politischer Sicht ist zu berücksichtigen, dass Rügen vor der Kreisgebietsreform in Mecklenburg-Vorpommern im Jahr 2011 ein eigenständiger Landkreis war.

Als weiteres Kriterium ist die in 2009 begonnene Gebietskulisse Insel Rügen als FIWIG-Region Rügen fortlaufend zu bewahren. Die beschriebene Region wurde seit 2009 in der EFF Förderperiode als FIWIG-Region abgegrenzt. Das bedeutet, dass die FIWIG Akteure seit jeher in dieser Gebietskulisse mitwirken und einige Mitglieder sich zudem im LEADER Prozess engagieren.

2. Prozess der Strategieerstellung

Die Erstellung der Strategie fand in 2 Phasen statt.

Phase 1: Nach dem Aufruf des Ministeriums für Landwirtschaft, Umwelt und Verbraucherschutz zur Einreichung der von der örtlichen Bevölkerung betriebenen Strategie für lokale Entwicklung in der EMFF-Förderperiode 2014-2020 wurden zusammen mit den Vertretern des Sprecherrates der LAG Rügen Gespräche im Landkreis Vorpommern-Rügen geführt. Für die Vorbereitung des FIWIG Workshops der neuen Förderperiode 2014-2020 legte diese Gruppe den groben Handlungsleitfaden fest. Darüber hinaus wurden Vertreter der Fischwirtschaft angesprochen, um in der zu gründenden Lokalen Aktionsgruppe Fischerei (FLAG) mitzuarbeiten. Zudem gab es erste Gespräche um mögliche Projektideen zur Umsetzung der Strategie. Zum ersten Workshop wurden gezielt alle LAG Mitglieder sowie ausgesuchte Vereine und Institutionen, die sich mit der Fischerei befassen, eingeladen. Zusätzlich wurde über eine Pressemitteilung in der örtlichen Presse zum Fischwirtschaftsgebiet Workshop öffentlich eingeladen. Damit waren nicht nur örtliche Akteure sondern auch die örtliche Gemeinschaft aufgefordert sich zu beteiligen.

Auf dem Workshop waren ca. 15 Akteure, vorwiegend aus dem Bereich Fischwirtschaft sowie weitere Interessierte aus der Bevölkerung, anwesend. Im ersten Teil des Workshops wurde über den aktuellen Wissensstand zum FIWIG Aufruf 2014-2020 informiert sowie der erarbeitete Vorschlag für die Angliederung des FIWIG Prozesses an LEADER vorgestellt. Konkret bedeutet dies, dass der gewählte LAG Sprecherrat um Vertreter der Fischerei ergänzt werden soll. Da es keine weiteren Bewerbungen für die Aufnahme in die FLAG gab, wurde die vorgeschlagene Zusammensetzung bestätigt.

Im weiteren Fortgang war anhand von statistischen Daten, die der Gruppenmoderator zur Verfügung stellte, sowie anhand von Kenntnissen und Erfahrungen der Teilnehmer/innen eine SWOT-Analyse zu erarbeiten. Aus der SWOT-Analyse wurden anschließend die Handlungsbedarfe abgeleitet und daraufhin Entwicklungsziele formuliert. Aus diesen wurden Handlungsfelder gebildet mit den entsprechenden Handlungsbedarfen, die die Handlungsfelder genauer definieren. Diese Handlungsfelder sind: Regionale Vermarktung und L(i)ebenswerte Fischerei. Um den Auswahlprozess in den Handlungsfeldern zu konkretisieren, wurden Bewertungskriterien erarbeitet, die zukünftig bei der Auswahl der Projekte angewendet werden. Dies ist das Grundgerüst des Auswahlverfahrens. Zum Ende des Workshops wurden dann einzelne Projektansätze und Projektideen diskutiert und vorgestellt, die im Kapitel 5.6 beschrieben sind.

Phase 2:

Nach dem öffentlichen Workshop traf sich die FLAG Rügen zu ihrer konstituierenden Sitzung. Auf der Sitzung stellten sich die einzelnen Mitglieder der FLAG vor. Im Anschluss wurde den Anwesenden eine Zusammenfassung der erarbeiteten Strategie und die zu beschließende Geschäftsordnung vorgestellt. Auf dieser Sitzung, am 28.09.2016, hat die

FLAG Rügen über die Strategie entschieden. Der Beschluss wurde bei der Strategieeinreichung im Ministerium für Landwirtschaft, Umwelt und Verbraucherschutz beigelegt.

3. Beschreibung der Lokalen Aktionsgruppe Fischerei

3.1 Struktur der lokalen Aktionsgruppe Fischerei (FLAG)

Rechtsform und Zusammensetzung

Die Lokale Aktionsgruppe Fischerei (FLAG) Rügen setzt sich aus den verschiedensten Institutionen der Insel Rügen zusammen. Die FLAG bildet sich als eine öffentlich-private Partnerschaft ohne Rechtsform und wird von dem LEADER Regionalmanagement betreut. Dieses berät auch potenzielle Antragsteller zu der FIWIG Förderung.

Die FLAG Rügen besteht aus 7 Mitgliedern und hat sich dementsprechend konstituiert. Neben den öffentlichen Verwaltungen mit 2 Mitgliedern wurde darauf geachtet, dass die Bereiche Ökologie, Ökonomie und Soziales in einem ausgewogenen Verhältnis vertreten sind (Ökologie: 1, Ökonomie: 1, Soziales: 1). Somit hält keine Interessengemeinschaft mehr als 49 % der Stimmenanteile. Bei den Institutionen handelt es sich vorwiegend um Mitglieder, die über die gesamte Insel agieren oder zumindest Teilbereiche vertreten. Sie wurden von der LAG gewählt und vertreten ihren Interessenbereich. Sie sind also mit den LEADER und FIWIG Prozessen vertraut. Für die Gründung der FLAG wurde diese Gruppe um 2 Vertreter aus der Fischwirtschaft ergänzt. Auf dem FIWIG Workshop wurde den Teilnehmern die beabsichtigte Struktur der FLAG vorgestellt. Es gab keine weiteren Bewerbungen oder Vorschläge. Die vorgeschlagene Struktur wurde somit angenommen und die FLAG hat sich am 28.09.2016 konstituiert. Die FLAG bildet das Entscheidungsgremium.

Tabelle 2: Detaillierte Zusammensetzung der FLAG Rügen

Institution	Name	Soziales	Ökonomie	Ökologie	Verwaltung	Fischerei
Biosphärenreservat Südost-Rügen	Dagmar Meinen				1	
Naturerbe Zentrum Rügen	Jürgen Michalski			1		
Insel e. V. Kransdorf	Gerhard Noack	1				
Rügen Produkte Verein e. V.	Frank Soßnowski		1			
Landkreis Vorpommern-Rügen	Martina Schwinkendorf				1	
Landesverband der Kutter- und Küstenfischer	Jürgen Krieger					1
Fischer	Roberto Brandt					1
	Summe	1	1	1	2	2

Die FLAG wählte Frau Dagmar Meinen vom Biosphärenreservat Südost Rügen zu seiner Vorsitzenden und Herrn Roberto Brandt als Vertreter der Fischerei zu ihrem Stellvertreter.

Geschäftsordnung

Die FLAG Rügen ist ein Verbund, welcher sich eine Geschäftsordnung gab. Diese wurde einstimmig angenommen. Die Geschäftsordnung regelt alle Belange des Entscheidungsgremiums.

Gleichstellung der Geschlechter

Die FLAG setzt sich aus 5 männlichen Vertretern und 2 weiblichen Vertretern zusammen, wobei den Vorsitz der Gruppe eine Frau bekleidet. Gleichstellung und Nichtdiskriminierung sind als Querschnittsziel in Projektauswahlkriterien eingebunden und damit bewertet. Zielsetzung der FIWIG Strategie ist zudem, alle Potentiale zur Chancengleichheit von Männern und Frauen nicht nur in allen gesellschaftlichen Bereichen, sondern in allen Wirtschaftsbereichen zu aktivieren. In der Strategie wird vom Fischer als Berufsstand gesprochen, was jedoch weibliche Fischer in keinsten Weise ausgrenzt.

3.2 Arbeitsweise und Entscheidungsprozess

Grundsätzlich soll die FLAG zusammenkommen, wenn auch der LEADER Sprecherrat tagt. Die FLAG Sitzung findet im Vorfeld einer LEADER Sprecherratssitzung statt. Vorgesehen sind mindestens 2 Sitzungen im Jahr. Die FLAG tagt jedoch nur, wenn relevante Anträge bei verfügbarem Budget zu beraten sind oder es dringenden Beratungsbedarf bei den Mitgliedern gibt. Nachdem die FLAG getagt hat, wird die Sitzung beendet. Danach findet i.d.R. die Sitzung des LEADER Sprecherrates statt.

Die FLAG ist beschlussfähig, wenn mindestens 4 Vertreter anwesend sind, keine der Interessengruppen mehr als 49 % der Stimmen hält und mindestens ein Vertreter der Fischwirtschaft anwesend ist. Weitere Erläuterungen sind in Anlage 1 der Geschäftsordnung der FLAG Rügen enthalten.

3.3 Öffentlichkeitsarbeit, Vernetzung und Kooperation

Die FLAG ist durch ihre unmittelbare Nähe zur LEADER Aktionsgruppe sehr gut vernetzt und kann durch die Multiplikatoren (LAG Mitglieder) weitere Kooperationen anstreben. Die FLAG wird durch eine gemeinschaftliche Öffentlichkeitsarbeit mit der LAG Rügen eine breite Masse der Öffentlichkeit erreichen. Sie wird sich zudem auf der Homepage www.leader-rugen.de in einem eigenen Navigationspunkt vorstellen und dort über ihre Arbeit informieren. Zudem engagieren sich die FLAG Mitglieder in vielen weiteren Netzwerken und Arbeitsgruppen und können so in diesen und der FLAG darüber berichten. Sie sind zudem gewillt, in eventuell zu gründenden Arbeitsgruppen mitzuarbeiten. Über die örtliche Presse werden diverse Veröffentlichungen angestrebt.

Darüber hinaus ist ein reger Austausch mit anderen FLAG´s in M-V angestrebt, um sich über Projektideen und die Umsetzung der Strategie auszutauschen und bei Bedarf Erfahrungsaustausche anzubieten.

4. Bestandsaufnahme, Entwicklungsbedarf und Potentiale

4.1 Bestandsaufnahme Fischerei und Fischwirtschaft

Die Fischerei im Bereich Rügens hat eine lange Tradition. Sie wird in erster Linie als Küsten- und kleine Hochseefischerei und somit überwiegend als marine Fischerei betrieben. Die Binnenfischerei (Seen- und Flussfischerei) hat keine Bedeutung.

Die Hauptfanggebiete der „kleinen Hochsee- und Küstenfischerei“ der Fischer Rügens liegen westlich, östlich und südöstlich von Rügen im Greifswalder Bodden, im Außenstrandbereich östlich Rügens, in den Bereichen Adlergrund/Rønnebank sowie um die Oderbank. Somit orientieren sich die Aktivitäten der Fischer Rügens auf die Boddengewässer um Rügen und auf die offenen Seegewässer bis südlich von Bornholm.

Hauptsächlich werden Dorsch, Hering und Flunder gefischt. In den inneren Küstengewässern wird bedeutend weniger Fisch gefangen. Hier gehören vorwiegend Blei, Aal, Flussbarsch, Hecht und Zander zum Fangspektrum.

Die Fischereistandorte verteilen sich auf alle Küstenbereiche Rügens. An 27 Standorten sind Fischereifahrzeuge gemeldet, identifizierbar durch das entsprechende Fischereikennzeichen, z. B. SAS für Sassnitz. Weitere 13 Häfen und Anlandestellen werden von der Fischerei temporär als Liegehafen oder für Anlandungen genutzt. In der Zentralen Absatzgenossenschaft (ZAG) Rügenfang sind insgesamt 128 gemeldete Fahrzeuge (2016) registriert. Dazu kommen noch ein paar wenige Fischer, die nicht in der Erzeugerorganisation Mitglied sind.

Tabelle 3: Standorte, Fangarten und Anzahl der Fahrzeuge 2016 der EO ZAG Rügenfang

Standort	Fangart		Anzahl der Fahrzeuge
	Stellnetz	Reuse	
Gager / Groß Zicker	x	x	18
Thießow	x	x	24
Vitte / Hiddensee	x		23
Sassnitz	x		3
Breege	x		2
Lauterbach	x		10
Lietzow	x		2
Baabe	x		11
Glowe	x		4
Neuendorf / Hiddensee	x		6
Neu/Alt Reddevitz	x		14
Dranske	x		3
Klein Zicker	x		4
Binz	x		1
Wiek	x		3
Sonstige	x		4

Quelle: ZAG Rügenfang, Schiffsliste 2016

Die Fischerei Rügens wird mit offenen oder teilgedeckten Booten sowie mit Kuttern betrieben. Vorherrschendes Fanggerät sind Stellnetze und Reusen sowie Langleinen vor allem in den Boddengewässern bzw. im küstennahen Bereich der Ostsee. Das Schleppnetz (pelagische und Grundsleppnetz-Fischerei) wird bei den größeren Fahrzeugen in der offenen Ostsee verwendet.

Probleme bereiten der Fischerei Einschränkungen der Fangplätze durch Offshore-Windparks und durch restriktive Maßnahmen im Bereich Natur- und Umweltschutz (FFH-Gebiete, Nationalparks und Schutzgebiete). Hauptproblem ist jedoch die EU-Fischereipolitik. Speziell für kleine Fahrzeuge sind die Vorschriften kompliziert bis existenzbedrohend (Lizenzsystem, Aufwandsregelungen, technische Maßnahmen, Quoten).

Die Fischwirtschaft auf Rügen wird seit Jahren durch zwei Erzeugerorganisationen geprägt. Dieses sind die Zentrale Absatzgenossenschaft (ZAG) „Rügenfang“ e. G. und die Erzeugerorganisation der Nord- und Ostseefischer GmbH mit der Genossenschaft der Sassnitzer Seefischer, die mit 5 Fahrzeugen und je 4 Fischern (1 Kapitän + 3 Besatzungsmitglieder) im Haupterwerb in Sassnitz anlanden und aktive Fischerei (Schleppnetzfischerei) in der Ostsee betreiben.

In der ZAG „Rügenfang“ e. G. sind derzeit 25 aktive Einzelfischer sowie 33 Fischer in den Fischereigenossenschaften „Hiddensee“(18), „Mönchgut“(5), „Leuchtfeuer“(7) und „Insel Vilm“(3) mit 128 Fischereifahrzeugen organisiert, die überwiegend der passiven Fischerei im Küstenbereich nachgehen.

Gegenwärtig erfolgt die Vermarktung der Anlandungen beider Erzeugergemeinschaften über die Kutter- und Küstenfisch Rügen GmbH in Sassnitz.

Die Anzahl der Beschäftigten der ZAG „Rügenfang“ e. G. sank seit 2002 von 126 Beschäftigten kontinuierlich auf 98 Beschäftigte in 2008 und auf 58 Beschäftigte in 2016.

Während die ZAG 2007 noch einen Erlösanteil von 3.080 T€ bei einer Anlandung von 5.850 t erwirtschaftete, sind es 2015 noch 1.745 T€ bei einer Anlandung von 2.841 t. Hauptsächlich angelandet wurde vor allem der Hering mit 73,5 % der Gesamtanlandungen, gefolgt vom Dorsch mit 8,6 %.

Eine der größten Fischverarbeitungsfabriken in der europäischen Fischindustrie befindet sich in Sassnitz-Mukran, die Euro-Baltic Fischverarbeitungs GmbH. Sie verarbeitet Hering zu Halbfertigprodukten. Die größeren Fahrzeuge können bei dem Fischerverarbeitungswerk in Sassnitz-Mukran direkt anlanden. Die Heringsfänge der kleinen Fahrzeuge auf Rügen können auf kurzen Wegen ins Werk gebracht werden, was logistisch wie kostenmäßig Vorteile mit sich bringt.

Hinzuweisen ist auf die Fischentnahmen aus den Gewässern durch die Freizeitangelfischerei. Diese Freizeitfischerei erfolgt durch den/die Bootseigentümer besonders von Uferzonen bzw. von kleineren offenen Angelbooten aus. In Sassnitz hat sich durch die Umrüstung von 8-10 ehemaligen Fischkuttern zu Angelkuttern ein neuer Erwerbszweig entwickelt, der ganztägige Angelfahrten anbietet. Insgesamt ist ein positiver Trend der Freizeitangelfischerei zu verzeichnen, insbesondere durch den Tourismus aufgrund der prüfungsfreien und damit erleichterten Vergabe von Angelberechtigungen (Touristenfischereischein). Im Fischwirtschaftsgebiet Rügen wurden in der vorangegangenen Förderperiode diverse Vorhaben von Fischereibetrieben unterstützt, die sich durch den Angeltourismus diversifizieren konnten.

Allgemein hat die Fischerei in Mecklenburg-Vorpommern mit sinkender Anzahl der Fischer sowie sinkenden Fangmengen und Erlösen zu kämpfen. Viele Fischer sind altersbedingt ausgeschieden oder mussten ihren Beruf aufgeben. Leider hat die Fischerei ein starkes Nachwuchsproblem, da der Beruf des Fischers aufgrund der strengen Restriktionen und abnehmenden Erlösmöglichkeiten nicht mehr attraktiv ist.

Tabelle 4: Entwicklung der Fischerei in M-V

Jahr	Fischer im Haupterwerb	Fischer im Nebenerwerb	Fangmenge in t (Hochsee- und Küstenfischerei)	Erlöse in T€ (Hochsee- und Küstenfischerei)
2007	384	147	18.708,4	12.262,2
2013	271	132	14.411,6	7.695,5
2014	263	132	11.591,9	5.846,4

Quelle: Ministerium für Landwirtschaft, Umwelt und Verbraucherschutz (Hrsg.) Agrarberichte des Landes Mecklenburg /Vorpommern für die Jahre 2003-2007 & Statistisches Datenblatt 2015

Zukunftsfähigkeit und Nachhaltigkeit der Fischerei

Wenngleich die Fischerei Rügens weitgehend ökologisch nachhaltig ist und sich freiwillig Kontrollen wie der des MSC unterwirft, wird ihre Entwicklung durch die Rahmenvorgaben der Gemeinsamen Fischereipolitik der Europäischen Union bestimmt. Diese Vorgaben erfordern eine nachhaltige Fischerei nach den Prinzipien des Vorsorgeansatzes. Diese Prinzipien beinhalten Fangaufwandsbegrenzungen (Quoten, Seetage Regelungen, Gebietsschließungen und Schonzeiten) und technische Maßnahmen (Vorgabe von Standardnetzen und Maschenweiten in den gezielten Fischereien, Überwachungsgeräte und Fischereimeldesysteme). Diese gehen vor allem von zum Teil drastischen Kürzungen sowie von Schwankungen der Fangquoten für die beiden Hauptzielarten zwischen den Jahren aus.

Die Erzeugergemeinschaft Nord- und Ostseefischer GmbH hat das MSC Siegel für die umweltverträgliche Fischerei auf Hering in der westlichen Ostsee erhalten. Dies betrifft den Ostseeteil von Schleswig-Holstein bis nach Rügen, wobei der Hauptteil vor Rügen gefischt und angelandet wird. Dies betrifft ca. 58 % der deutschen Heringsanlandungen.⁴

Die Zertifizierung mit dem MSC Siegel der passiven Fischerei M-V auf Hering soll weitergeführt und zeitnah zum Abschluss gebracht werden. Ausschlaggebend für die Zertifizierung sind der Zustand der Fischbestände, die Auswirkungen der Fischerei auf das maritime Umfeld und die Existenz und Umsetzung eines angemessenen Management-Systems. Da von Handel und Verbrauchern immer stärker nachgefragt, ist zu hoffen, dass das MSC-Siegel die Erlössituation der Betriebe verbessert.

Die Erzeugerorganisation ZAG Rügenfang ist zudem bereit mit den Naturschutzverbänden machbare Lösungen zu finden und umzusetzen. Zu nennen sind hier Projekte wie z. B. Fishing for Litter zusammen mit dem NABU.

Darüber hinaus ist die Fischerei Rügens wie im gesamten Land M-V von einem hohen und immer weiter steigenden Durchschnittsalter der Fischer geprägt. Viele befinden sich kurz vor dem Rentenalter oder betreiben die Fischerei als Rentner nur noch im Nebenerwerb. Der Berufsnachwuchs ist gering, auch in „Fischerfamilien“ sieht die nachwachsende Generation ihre Chance eher außerhalb der Fischerei. Die Fangfahrzeuge sind im Schnitt überaltert. Die unsicheren Perspektiven der Fischerei verhindern somit auch Neubauten auf der Grundlage von Eigenfinanzierungen bzw. Kreditnutzungen.

Damit ist die soziale und wirtschaftliche Nachhaltigkeit und Zukunftsfähigkeit der Fischerei eingeschränkt bzw. bedroht.

Problematisch an der Situation ist, dass unter dem Aspekt der Regionalkultur wie auch der Fischerei als Anziehungspunkt für den Tourismus von vielen Seiten ein Erhalt der Fischerei angestrebt wird. Dies kann allerdings nur gelingen, wenn die Fischer selber auch an solchen externen wirtschaftlichen Vorteilen partizipieren können. Teilweise sind Fischer im Tourismus engagiert, etwa im Angeltourismus oder der Vermietung von Fremdenzimmern. Zudem verkaufen sie öfter ihre Fänge an Touristen oder sie betreiben z. B. Imbisseinrichtungen, in denen eigene Fänge und zugekaufte Rohware veredelt und an Touristen vermarktet werden. Dennoch erscheinen hier die Potenziale noch lange nicht ausgenutzt, zumindest nicht in einem Maße, das den Erhalt der Fischerei gewährleisten würde.

Zur weiteren Entwicklung der Fischwirtschaft auf Rügen stellt sich somit die Aufgabe, die Strukturen der Fischwirtschaft trotz Quotenreduzierung und hohem Durchschnittsalter der

⁴ MSC Deutschland, Österreich, Schweiz: Die Heringsfischerei in der Ostsee 2015

aktiven Fischer zu erhalten und wirtschaftlich tragfähig zu machen. Daher erscheint es unabdingbar, dass sich die Fischereiunternehmen und ihre Organisationen noch stärker als bisher für die Erhöhung der Wertschöpfung aus ihren Fängen (z. B. durch noch stärkere Direktvermarktung), für eine Diversifizierung ihrer Tätigkeit vor allem im Zusammenhang mit dem Tourismus und für die sonstige Erschließung zusätzlicher Einkommensquellen engagieren.

In der Region gibt es neben der klassischen Direktvermarktung weiterführende Ansätze. Zu nennen wären z. B. die wieder eingeführten Fisch(er)tage, wo bei den teilnehmenden Fischern traditionelle Gerichte angeboten bzw. Zubereitungsarten vorgestellt werden. Eine Künstlerin hat sich z. B. des Themas Fischerei angenommen und einen ansprechenden Bildband gestaltet, der Fischer der Region bei ihrer Arbeit in verschiedenen Situationen zeigt. Sie wollte damit u.a. darauf hinweisen, dass die Küstenfischerei vom Aussterben bedroht ist und wie diese doch unsere Küsten und Häfen prägt. Geschichten und Steckbriefe von Fischern werden in mehreren Publikationen aufgenommen und beschrieben, um auf den Beruf der Fischer aufmerksam zu machen. Diese Imageförderung sollte unbedingt fortgeführt werden.

Tourismus und natürliche Ressourcen

Zweifelsohne gehört die Insel Rügen zu den bekanntesten Urlaubsdestinationen der Bundesrepublik Deutschland. Aufgrund ihrer vielfältigen landschaftlichen Strukturen bietet Deutschlands größte Insel attraktive Reise- und Ausflugsziele. Diese reichen von abwechslungsreichen Küstenlandschaften mit Steil- und Flachküsten, Halbinseln und Nehrungen über kleine Waldlandschaften bis hin zu naturnahen offenen Landschaftsräumen. Somit trägt das Landschaftsbild mit seiner Prägnanz und Vielfältigkeit und der damit verbundenen visuellen Erlebbarkeit entscheidend zur Tourismuseignung bei. Weitreichende Angebote ermöglichen die unterschiedlichsten Urlaubsformen, diese reichen vom Bade- und Familienurlaub über Aktiv- und Kultururlaub bis hin zu Wellness- und Gesundheitsurlaub. Infolge dieses breiten Angebotsspektrums stellt der Tourismus einen sehr bedeutenden Faktor für die hiesige Wirtschaft dar. Auch die Rolle von Fischereiprodukten ist nicht zu unterschätzen, da die Touristen einheimische Fischgerichte und anlandende Fischer erwarten.

Gästezahlen, Aufenthaltsdauer und Tourismusintensität

Die FIWIG-Region Rügen verfügte im Jahr 2013 über 60.394 Betten, wovon alleine 51.091 Betten auf die Gemeinden und Ämter der Ostseeküstenlinie von der Halbinsel Wittow bis zur Halbinsel Mönchgut entfallen. Dies entspricht einem Anteil von 84,6 %. Ein ähnliches Bild ergibt sich, werden die Übernachtungen betrachtet. Von 5.828.856 Mio. Übernachtungen auf der Insel Rügen entfallen 5.051.763 Übernachtungen auf die genannte Ostseeküstenlinie. Das macht einen Anteil von 86,7 % aus. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Gäste beträgt für die Insel Rügen insgesamt 4,8 Tage.

4.2 SWOT-Analyse mit Ableitung des Handlungsbedarfs

Wirtschaft/Tourismus	
Stärken	Schwächen
Alleinstellungsmerkmal durch Naturraum und Lage (Insellage, zwei Nationalparks, Biosphärenreservat, Ostsee- und Boddenküste, Dünen- und Waldgebiete)	In Teilbereichen gibt es kaum Hotels sondern fast ausschließlich Ferienwohnungen, dadurch entsteht eine geringe Nebensaison auslastung und eine hohe Flächeninanspruchnahme
Kurorte, attraktive Ortsbilder und Stadtkerne, Bäderarchitektur, Schlösser, Gutshäuser, Backsteinkirchen, attraktive Kulturlandschaft	Ausbaufähiger Regionaler Vertrieb/überregionale Vermarktung und Vertrieb
Attraktive und saubere Badestrände	Wenig verarbeitende Industrie und produzierendes Gewerbe
Vielfältiges und zielgruppenorientiertes Gastronomisches- und Übernachtungsangebot sowie hoher Anteil zertifizierter und klassifizierter Beherbergungseinrichtungen	Starke Tourismusorientierung, Saisonabhängigkeit - Starke Hauptsaison (Sommermonate) jedoch schwache Nebensaison
Vielfältige Freizeit- und Sportangebote einschließlich Wassersport	Viele museale Einrichtungen und Ausstellungen sind modernisierungsbedürftig und nicht ansprechend für jüngeres Publikum
Gute Ganzjahresauslastung in den touristisch geprägten Gebieten besonders im (süd)östlichen Teil Rügens	Teilweise fehlende Weiterverarbeitungsstrukturen, Veredelung regionaler Produkte, geringe nationale Marktwahrnehmung Rügener Produkte
1,3 Mio. Gästeankünfte und 6,05 Mio. Übernachtungen im Jahr 2014 ⁵	Unzureichende Allwetter-Angebote, insbesondere für Kinder, Jugendliche und Familien
Tourismusintensität (Übernachtung in Beherbergungsbetrieben je Einwohner) 2010: 90 auf Rügen und Hiddensee (im Vergleich zu MV insgesamt: 17) ⁶	Hohe Abwanderung von jungen Leuten und Fachkräften, begrenzte Verfügbarkeit an geeignetem Personal, Schwierigkeiten beim Erhalt der Dienstleistungsqualität
Vertrieb regionaler Produkte über den „Rügen Produkte Verein e. V.“	
Sassnitz-Mukran als landesweit bedeutsamer Industrie- und Gewerbestandort	
Chancen	Risiken
Verstärkte Nutzung der Alleinstellungspotenziale in der örtlichen Angebotsentwicklung	Bei nicht hinreichender Alleinstellung vermehrte Konkurrenz von günstigeren Destinationen, insbesondere aus Osteuropa
Attraktivere Gestaltung des touristischen Arbeitsplatzangebots; grundsätzliche Ausrichtung auf ganzjährige Beschäftigung und Schaffung qualifizierter Jobs	Nutzungskonflikte des Tourismus mit der Landwirtschaft (z.B. keine Wegeüberlassung, Schadstoffeintrag Gewässer)
Ausbau und Modernisierung von Häfen bzw. Neubau einer Marina fördert den maritimen Tourismus	Eine Stärkung des maritimen Tourismus beeinträchtigt die Wasserqualität und führt zu einer stärkeren Inanspruchnahme des Naturraums
Verbesserung der nebensaisonalen Auslastung durch Ausbau jahreszeitlich spezifischer Angebote (Wellness, Gesundheit, natur- und kulturtouristische Angebote, Bildungstourismus, Fischereitourismus usw.)	Bei weiterer Orientierung auf das Saisongeschäft vermehrte Schwierigkeit qualifizierte Arbeitskräfte zu finden; was wiederum Qualitätsverlust des touristische Angebots bewirkt
Kooperation in der Angebotsentwicklung und -Vermarktung mit den Ostseebädern mit den Inselinneren	Drohender Imageverlust aufgrund von Massentourismus in der Hauptsaison in den Tourismusgebieten
Ausbau des sanften, naturnahen Tourismus durch z.B. Nutzung der Deiche, Erlebnispfade unter fachkundiger Führung	Negative Beeinträchtigung der Naturräume aufgrund des starken Tourismus
Naturraumpotenzial als wirtschaftliche Stärke nutzen	Wachsende Konkurrenz durch EU-Osterweiterung
der regionalen Produktion sowie Ausbau der Veredelung landwirtschaftlicher Produkte und Direktvermarktung (Rügen Markt, einschließlich Fischereiprodukte) stärkt das Warenangebot & fördert die Wertschöpfung	EU-Fischereipolitik vs. traditionelle Küstenfischerei - Traditionelle Fischereibetriebe werden weniger, aufgrund zunehmender EU-Verordnungen, kostenintensiver Zertifizierungen, bürokratischen Aufwänden und Fangquoten; Teil der regionalen
Erhalt der Küsten- und Boddenfischerei, auch als touristisches Angebot	Konflikt Naturschutz vs. traditionelle Rohstoffe

⁵ Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern, 2014

⁶ Ebenda

Chancen	Risiken
Traditionelles Handwerk - Nachwuchsförderung	Identität und Kultur geht verloren
Zertifizierungen und Qualitätsoptimierung zur gesamten Stärkung der Marke Rügen, sowie weiterer Aufbau der Rügen-Identität	

Handlungsbedarf:

- Das Alleinstellungsmerkmal von Rügen als Naturerlebnisraum muss im Einklang von Natur- und Klimaschutz noch mehr herausgestellt werden
- Der Tourismus ist nach wie vor Zugpferd der regionalen Wirtschaft - regionale touristische Angebote sowie die Aufwertung dieser gilt es zu fördern
- Weiterer Aufbau der Rügen-Identität: Vernetzung und Optimierung von regionalen Produkten und Angeboten
- Verknüpfung moderner Wirtschaftsentwicklung und Tradition
- Unterstützung bei der Sanierung von regional bedeutsamen musealen Einrichtungen
- Unterstützung der regionalen Wertschöpfungs- und Wirtschaftskreisläufe
- Wirtschafts- und Tourismusentwicklung im Einklang mit dem Klimaschutz
- Unterstützung des traditionellen regionalen Handwerks in modernen Handwerksbetriebe
- Schaffung von nicht saisonal eingeschränkten Arbeitsplätzen

Fischereisektor	
Stärken	Schwächen
Traditionsreicher Fischereisektor	Vermarktung des Fisches in der REGION
Kleinteilige und nachhaltige Fischerei	Sinkende Fangquoten
Nachhaltige umweltschonende Fangmethoden	Markt und Fangzeit passen nicht zueinander - Saisonabhängigkeit
Gutes frisches Produkt - Fisch aus der Region	Gastronomen erhalten Fisch günstiger im Ausland
Stärkster Fischereistandort in M-V - 1/3 der Fischer landen auf Rügen an	Altersstruktur - kein/wenig Nachwuchs - Rückgang der aktiven Fischer, Überalterung
Moderne fischverarbeitende Betriebe - Fischfabrik Mukran	Fischer ist auch abhängig vom Fang! "schwieriger" Partner für die Gastronomie
Gute Fischbestände	der Beruf ist in der Gesellschaft "nichts mehr wert"
Gute Nachfrage nach regionalen Fisch	keine politische Lobby
Insellage	"Bürokratiewahnsinn" der EU-Fischereipolitik
Viele Touristen schätzen frischen Fisch und Tradition der Fischerei	Konkurrenz unter den Fischern - fehlende Kooperation
Einige gute Vorbildprojekte für Direktvermarktung	EU Fischereipolitik
Fischerei und Fischereihäfen sind Anziehungspunkte für Tourismus	Bauliche Restriktionen bei Neubauten / Gemeinden haben kaum Möglichkeit zu unterstützen
Küstengewässer haben hohen ökologischen Wert	Keine Kofinanzierung vom Land für FIWIG Projekte
	Teilweise negatives Image der Fischerei
Chancen	Risiken
Direktvermarktung in der Region ausbauen - höheren Erlös für frisches Produkt	Fischerei stirbt aus - kein Nachwuchs
Kooperation mit Binnenfischern oder anderen Partnern zur Produkterweiterung	Verstärkte Konkurrenz untereinander
Zusammenschluss von z. B. Genossenschaften und/oder Vermarktungsorganisationen	„Nachfolgerwahnsinn“ bzw. Modernisierung schwierig, da Quote am Boot hängt
Regionale/eigene Veredelung von Fischprodukten	Strukturen brechen zusammen
Bildung von Wertschöpfungs- und Vermarktungsketten	Gefährdung der Fischerei durch andere Meeresnutzungen
Stärken bündeln - Zusammenarbeiten	Unsicherheit über Fischen in geschützten Gebieten
Marke RÜGEN FISCH	EU Förderpolitik zielt auf Rückzug der Fischer aus ihrem eigentlichen Beruf
Imagegewinn für Fischerei und Rügen	Tradition kann verloren gehen
Gesellschaft muss wieder mehr Geld für frischen Fisch zahlen wollen - Bewusstseinsbildung	Bereitschaft aller Akteure neue Vermarktungsstrukturen zu bilden schwierig, viele „Stolpersteine“ im Zusammenspiel der Partner

Chancen	Risiken
Erhöhung der Wertigkeit und der Wahrnehmung des Produktes	Erhöhte Fischentnahme durch Angeltourismus
Verknüpfung zum Tourismus und zur Gastronomie z. B. gemeinsame Aktionswochen	
Bewusstsein der Gesellschaft	
regionales Siegel	
Kooperativer Ansatz	
Traditionspflege - Darstellung Tradition	

Handlungsbedarf:

- Die Lobby der Fischer muss gestärkt werden
- Saisonabhängigkeit der Vermarktung mit neuen Ideen begegnen
- Kooperation zwischen den Fischern und den nachgelagerten Abnehmern (Verarbeiter / Gastronomie) verbessern
- Stärkung der regionalen Vermarktung - höhere Preis für den gefangenen Fisch, da niedrigere Fangmengen
- Erhöhung von Wertigkeit und Wahrnehmung des regionalen Produktes Fisch
- Wirksames Marketing, das die Fischerei als regionale Identität darstellt
- Der Rügener Fisch muss an Image gewinnen, z. B. als Marke oder regionale Zertifizierung - Erkennungsmerkmal und Alleinstellungsmerkmal
- Die öffentliche Wahrnehmung muss verbessert werden - es fehlen z. B. mehr Aktionstage oder -wochen
- Das Thema Fischerei sollte in anderen Sparten touristisch weiter ausgebaut werden wie z. B. die Weiterausgestaltung des regionalen Themenradweges „Silber des Meeres“.
- Das maritime Erbe der Region muss gestärkt und weiter ausgebaut werden
- Arbeitsplätze in der Fischerei müssen erhalten und gesichert werden
- Ausbau eines Fischereinetzwerkes - Gesamtheitlich oder Regionsabhängig
- Weitere Veredelung der einheimischen Fischereiprodukte
- Erweiterung der Produktpalette
- Tradition der Fischerei darstellen - moderne Aufarbeitung
- Regionale Produkte

4.3 Entwicklungsziele (Ez) des Fischwirtschaftsgebietes Rügen

Ez: Unterstützung der regionalen Fischerei insbesondere die Verbesserung der Direktvermarktung

Eines der wichtigsten Ziele ist es, die Vermarktung der Fischereiprodukte der Region zu fördern. Das Ziel ist es, für den regionalen Fisch einen höheren Erlös zu erzielen und ein weiteres Standbein neben dem Fischfang zu schaffen. Eine nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung der Fischerei, bei der ökonomische Ziele mit der gebotenen sozialen und ökologischen Verantwortung angestrebt werden, steht im Vordergrund. Neben der Entstehung von Direktvermarktungseinrichtungen sollen auch regionale Wertschöpfungsketten mit geeigneten Maßnahmen gefördert und erweitert werden. Dadurch sollen innovative nachhaltige Entwicklungsprozesse unterstützt werden. Die Sicherung von Arbeitsplätzen in der Fischerei ist vorrangiges Ziel.

Bei diesem Entwicklungsziel ist die Nachhaltigkeit besonders wichtig. Angestrebt werden sollen nachhaltige Maßnahmen, die auch zur Saisonverlängerung und Erhöhung des Einkommens dienen können.

Ez: Das Fischereinetzwerk. Verbesserung der Kooperationen der Fischer und der nachgelagerten Verarbeitung und Vermarktung Besonders innovative und vernetzungsfähige Vorhaben sowie neue gemeinschaftliche Initiativen sollen unterstützt werden. Angestrebt ist eine bessere Nutzung regionaler Potentiale um die Fischereiprodukte gemeinsam besser zu vermarkten. Das Netzwerk soll die Kooperation unter den Fischern, aber auch ihren nachgelagerten Verarbeitern und Vermarktern verbessern und neue Wege finden, regionale Wertschöpfungs- und Vermarktungsketten zu bilden. Ein weiteres wichtiges Thema des Netzwerkes könnte die regionale Produktentwicklung sein, wie z. B. eine regionale Marke oder eine regionale Zertifizierung. Die flächendeckende Marktpräsenz sowie die Wahrnehmung dieser Produkte beim Verbraucher (Einheimische und Touristen) soll erreicht werden.

Ez: Bewahrung des maritimen Erbes und der Tradition der Fischerei Rügens

Die Fischerei ist Teil der regionalen Identität der Region Rügen. Nicht nur die Einheimischen verbinden die Küsten mit einlaufenden Kuttern und frischem Fisch, sondern auch die zahlreichen Urlauber der Region. Die lebendige und authentische Fischerei hat eine lange Geschichte in der Region. Diese Tradition soll in Museen, Ausstellungen und anderen Darstellungsformen aufgearbeitet und präsentiert werden. Dabei soll auf eine moderne Aufarbeitung, jedoch unter der Berücksichtigung vorhandener Ausstellungsstücke und Informationen, geachtet werden.

EZ Verbesserung des Images der Fischerei

Das Image der Fischerei schwankt je nach öffentlicher Wahrnehmung und Berichterstattung. Das Image der Fischerei soll verbessert werden und Aufklärungskampagnen dazu beitragen, das Berufsbild des Fischers wieder ins „rechte Licht zu rücken“. Hierfür sollen wirksame Maßnahmen, wie z. B. Marketing- oder Informationskampagnen entwickelt und gefördert werden. Denkbar wären auch Ausbildungskampagnen, nicht zuletzt, um wieder neuen Nachwuchs für diesen Beruf zu begeistern und somit die Fischerei vor dem Aussterben zu bewahren. Weiterführend sollen auch Aktionstage oder der weitere thematische Ausbau des Themenradweges „Silber des Meeres“ zum Imagegewinn beitragen.

Querschnittsziele (Qz)

Die Querschnittsziele gehören auch zu den Entwicklungszielen und haben die Besonderheit, dass sie für alle Entwicklungsziele und Handlungsfelder gelten und somit für das Gesamtleitbild maßgeblich sind.

Qz Nachhaltigkeit: Unterstützung und Förderung von nachhaltigen Projekten

Der Nachhaltigkeitsgedanke ist der Motor einer erfolgreichen dauerhaften Regionalentwicklung, auch in der Fischerei. Alle Projekte in jedem Handlungsfeld sollen nicht nur langfristig und dauerhaft über den Förderzeitraum hinaus etabliert werden, sondern auch ökonomische, ökologische und soziale Aspekte berücksichtigen. Somit sind alle ökonomischen Aktivitäten unter Einbeziehung und Teilhabe der gesamten Bevölkerung mit der ökologischen Leistungsfähigkeit der Insel Rügen in Einklang zu bringen.

Qz Gender und Gleichstellung: Beachtung von Gender, Gleichstellung und Nichtdiskriminierung

Generell muss das Gewicht auf die Schaffung existenzsichernder, zukunftsfähiger Arbeitsplätze und arbeitszeitflexiblerer Modelle für Frauen und Männer gelegt werden.

Initiativen und Einrichtungen, die auf das Ziel ausgerichtet sind, die Vereinbarkeit von familiären Verpflichtungen und beruflicher Tätigkeit zu fördern, werden im Rahmen der FIWIG Strategie besonders unterstützt.

Qz Klima- und Naturschutz: Beachtung, Förderung und Verbesserung des Klima- und Naturschutzes in der FIWIG-Region Rügen

Die Region Rügen weist eine einzigartige, vielfältige Kultur- und Naturraumausstattung auf. Diese gilt es zu erhalten sowie behutsam mit den wirtschaftlichen Aspekten der Strategie in Einklang zu bringen. Der Natur- und Kulturreichtum Rügens mit seinen Schutzgebieten dient der Profilierung und Vermarktung der FIWIG-Region Rügen als Region mit touristischem Alleinstellungsmerkmal mit einem hohen Naturerlebniswert.

4.4 Handlungsfelder (Hf) des Fischwirtschaftsgebietes Rügen

Hf 1: Regionale Vermarktung

Zur Erreichung der Entwicklungsziele *Unterstützung der regionalen Fischerei insbesondere die Verbesserung der Direktvermarktung sowie Das Fischereinetzwerk. Verbesserung der Kooperationen der Fischer und der nachgelagerten Verarbeitung und Vermarktung* sollen gezielt Projekte im Handlungsfeld Regionale Direktvermarktung gefördert werden. Dieses Handlungsfeld wurde gebildet, um Projekte mit diesen Themenschwerpunkten zielgerichtet zu unterstützen. Die Fischerei ist ein wichtiger Bestandteil der regionalen Wirtschaft und Identität. Die Inhalte des Handlungsfeldes beziehen sich auf folgende Unterziele und Handlungsbedarfe:

- Schaffung bzw. Verbesserung der Direktvermarktungseinrichtungen der Fischerei
- Erhalt bzw. Schaffung von Arbeitsplätzen
- Erhalt und Weiterentwicklung von regionalen Wertschöpfungs- und/oder Vermarktungsketten
- Starke Öffentlichkeitsarbeit und innovative Vermarktungsstrategien
- Saisonverlängerung für Fischereiprodukte
- Stärkung der Kooperation zwischen Fischerei, Verarbeitung und Vermarktung
- Bildung eines Netzwerkes
- Bildung einer gemeinsamen oder regionalen Absatzagentur für Fischereiprodukte bzw. Zusammenschluss bereits vorhandener
- Vernetzung von traditionellen Fischerei, regionalen Erzeugern u. a. zur touristischen Vermarktung
- Nachhaltige dezentrale Nutzung von alternativen Energieformen in der Direktvermarktung der Fischerei unter Berücksichtigung von Naturschutzaspekten
- Starke Öffentlichkeitsarbeit und innovative Vermarktungsstrategien für die Marke Rügen
- Regionale (innovative) Produktentwicklung z. B. Rügenfischmarke oder regionale Zertifizierung sowie deren breite öffentliche Bekanntmachung

Hf 2: L(i)ebenswerte Fischerei

Zur Erreichung der Entwicklungsziele *Bewahrung des maritimen Erbes und der Tradition der Fischerei Rügens* und *Verbesserung des Images der Fischerei* wurde das Handlungsfeld L(i)ebenswerte Fischerei eingerichtet. Dieses Handlungsfeld behandelt Themen rund um die Darstellung der Fischerei mit all ihren Facetten. Die Projekte sollen vor allem der Verbesserung des Images der Fischerei dienen und zur Steigerung ihrer Attraktivität beitragen. Im Folgenden sind die Unterziele und Handlungsbedarfe des Handlungsfeldes aufgelistet:

- Weiterentwicklung, Ausbau und Förderung von musealen Einrichtungen, Ausstellungen u. ä. zur Bewahrung des maritimen Erbes und der Tradition der Fischerei
- Vernetzung von musealen Einrichtungen
- Regionale Identität in Bezug auf die Fischerei fördern
- Moderne Aufarbeitung dieses Themas
- Verbesserung der öffentlichen Wahrnehmung des Berufsbildes Fischer
- Marketing-, Information- und Aufklärungskampagnen rund um die Fischerei
- Weiterentwicklung, Modernisierung und Stärkung der maritimen Identität
- Generationsspezifische und generationsübergreifende Projekte
- Thematische Aktionstage fördern
- Touristische Kampagnen rund um die Fischerei fördern
- Einbeziehung und Kooperation mit der Fischerei

4.4.1 Gewichtung der Handlungsfelder hinsichtlich der erwarteten Beiträge zur Erreichung des jeweiligen Ziels

1. Zur Erreichung der Entwicklungsziele *Unterstützung der regionalen Fischerei insbesondere die Verbesserung der Direktvermarktung* sowie *Das Fischereinetzwerk. Verbesserung der Kooperationen der Fischer und der nachgelagerten Verarbeitung und Vermarktung* sollen gezielt Projekte im Handlungsfeld Regionale Vermarktung gefördert werden. Mit den oben benannten Unterentwicklungszielen soll die Erreichung dieser Entwicklungsziele gewährleistet werden. Dafür wurde das Handlungsfeld Regionale Vermarktung mit 50 % des Gesamtbudgets der Region ausgestattet und ist somit das wichtigste Handlungsfeld.
2. Zur Erreichung der Entwicklungsziele *Bewahrung des maritimen Erbes und der Tradition der Fischerei Rügens* sowie *Verbesserung des Images der Fischerei* wurde das Handlungsfeld L(i)ebenswerte Fischerei eingerichtet. Mit den oben genannten Unterentwicklungszielen soll die Erreichung der Entwicklungsziele gewährleistet werden. Für das Handlungsfeld L(i)ebenswerte Fischerei wurden 45 % des Gesamtbudget der Region eingeplant. Es ist somit das zweitwichtigste Handlungsfeld.

4.5 Innovative Merkmale der Strategie

Mit der SLE Fischwirtschaft Rügen werden alle wichtigen Aspekte der fischwirtschaftlichen Entwicklung Rügens erfasst, ganzheitlich betrachtet und miteinander in Beziehung gesetzt. Als integrativer Ansatz bildet die Strategie die einzelnen Themenschwerpunkte einer nachhaltigen Entwicklung in ihren Zusammenhängen ab. Dabei hat insbesondere die

Vernetzung und die Rückkopplung einzelner Handlungsfelder und Entwicklungsziele zueinander eine zentrale Funktion. Die Handlungsfelder und Entwicklungsziele sind als Schwerpunkte der Strategie gesetzt, sind aber in Zusammenwirken zu betrachten, da dies der eigentliche Schlüssel für das Erschließen der vielfältigen Entwicklungspotentiale dieser FIWIG-Region ist. Die Handlungsfelder konzentrieren sich auf gewisse Schwerpunkte und der Vernetzungsgedanke und -impuls findet sich in den Bewertungskriterien für die konkreten Vorhaben und in den Querschnittszielen wieder, die in jedem Handlungsfeld und in den Entwicklungszielen Beachtung finden. Diese sind: Nachhaltigkeit, Gleichstellung/Nicht Diskriminierung und Verbesserung des Natur- und Klimaschutzes. Bei der Strategieerstellung wurden auch die Ergebnisse der Evaluation der alten Förderperiode berücksichtigt und als Fortschreibung guter Praxis neben den Erkenntnissen aus den Workshops für die neue Förderperiode eingearbeitet.

Bei der Erstellung der Strategie wurde ein öffentlicher Workshop mit einer regen Teilnahme veranstaltet. Die Strategieerstellung beruht demzufolge auf einem hohen partizipativen Ansatz.

4.6 Integrierter Ansatz

In der FIWIG-Region Rügen finden sich folgende Strategien und Konzepte in der Umsetzung: LEADER, ILEK, Land(auf)schwung und Regionalbeirat ESF.

Das Fischwirtschaftsgebiet ist von Beginn an räumlich mit der LEADER-Region Rügen deckungsgleich. Die enge Zusammenarbeit mit der LEADER Aktionsgruppe ergo ihrem Sprecherrat ermöglicht einen guten Informationsaustausch sowie die Einbeziehung von Akteuren vor Ort. Weiterhin können gute Synergien für eine gemeinsam gestaltete regionale Entwicklung entstehen.

Der Landkreis Vorpommern-Rügen ist zudem Modellregion im Bundesprogramm Landaufschwung. Im dortigen Entscheidungsgremium ist die Vorsitzende der FLAG/LAG Mitglied. Das Regionalmanagement sitzt zudem in der Vorbewertungsrunde. Es können Synergien zwischen den Themenschwerpunkten von Land(auf)schwung „Daseinsvorsorge“ und „Regionale Wertschöpfung“ und den FIWIG-Region Rügen-Handlungsfeldern entstehen. So gibt es bereits ein Beispiel, wo ein regionales Fischereiprodukt und dessen Weiterverarbeitung gefördert werden.

Ein weiteres Zusammenwirken bezieht sich auf die Strategie des Regionalbeirats Vorpommern: „Gemeinsam Handeln - für Beschäftigung und soziale Teilhabe“ - Regionales Handlungskonzept zur Umsetzung des Operationellen Programms des ESF in Vorpommern. Ziel ist es, gemeinsame Schwerpunkte zu erkennen, Förderansätze zu benennen und diese in entsprechenden Projekten umsetzen. Beispielsweise könnten Projektansätze, die sich auf die Förderung von Personalkosten bezüglich eines Fischereinetzwerkes o. ä. ausrichten, dort umgesetzt werden.

4.7 Aktionsplan

Um die Bevölkerung im Bereich der SLE Fischwirtschaft Rügen für deren Themen zu sensibilisieren, werden in erster Linie die Regionalkonferenz und projektspezifische Akteursnetze genutzt.

Regionalkonferenz: Im LEADER Prozess werden jährlich stattfindende Regionalkonferenzen zur Präsentation der Projekte und der LAG Arbeit organisiert. Diese sollen zum einem der

Öffentlichkeitsarbeit und zum anderen der Beteiligung der Akteure am LEADER Prozess in der Region dienen. Auf diesen Konferenzen soll zudem auch über das Fischwirtschaftsgebiet Rügen berichtet werden, z. B. aktuelle Projekte, aktuelles Budget oder auch allgemeine Informationen. Auf diesen Regionalkonferenzen können sich alle interessierten Akteure über die LEADER und FIWIG Arbeit informieren und sich an Diskussionen zur weiteren strategischen Ausrichtung der Regionalentwicklung beteiligen. Die Regionalkonferenz ist allen Interessierten zugänglich und wird in der lokalen Presse sowie auf den bekannten Internetseiten beworben. Darüber hinaus können durch die Regionalkonferenz wichtige Kooperationen und Netzwerke entstehen, wodurch die bessere Einbindung der Projekte in die Entwicklungsstrategie gewährleistet werden soll.

Netzwerke: Die Mitglieder der FLAG nehmen ihre Funktion als Multiplikatoren aktiv wahr und informieren in entsprechenden Gremien über die FIWIG Arbeit und Inhalte. Das Management soll weiterhin zukünftig in verschiedenen Gremien und Arbeitsgruppen mitarbeiten und über die Förderung und die Handlungsschwerpunkte der FIWIG-Region Rügen informieren. Über die Netzwerke sollen weitere Akteure animiert werden sich aktiv zu beteiligen. Des Weiteren soll eine ständige Berichterstattung in der LEADER LAG erfolgen um auch diese Multiplikatoren anzusprechen und Netzwerke aufzubauen.

LAG Regionalmanagement: Ein wichtiger Schlüssel zur Aktivierung der Bevölkerung ist die Beratung und Unterstützung der Akteure durch das LEADER Regionalmanagement. Dieses organisiert u. a. die LAG Arbeit sowie die Öffentlichkeitsarbeit.

Internetseite: Die Homepage ist ein wichtiges Instrument zur Information und Beratung von Akteuren. Dort sind alle wichtigen Informationen rund um die LEADER Arbeit in der Region zusammengestellt und können abgerufen werden. Auf dieser Homepage soll auch ein Bereich zur Umsetzung der lokalen Entwicklung des Fischwirtschaftsgebietes implementiert und aufgebaut werden. Dort sollen dann relevante Informationen zu dem Thema abrufbar sein.

Regionale Medien: Die Ansätze und Veranstaltungen zur Animation der Bevölkerung werden durch die Pressearbeit des Regionalmanagements und der einzelnen Projektträger unterstützt. Insbesondere wird der Öffentlichkeit aufgezeigt, wie und wann sie sich an der weiteren Ausarbeitung der SLE beteiligen kann. Es wird über öffentliche Diskussionsrunden, die Arbeit der Arbeitsgruppen, öffentliche Veranstaltungen und die Arbeit der Netzwerke berichtet. In regelmäßigen Abständen wird in der örtlichen und regionalen Presse über den Stand der FIWIG Strategieumsetzung informiert.

4.8 Darstellung des geplanten Verfahrens, wie die Zielstellungen in Aktivitäten übersetzt werden

Zu den ständigen Aufgaben des Regionalmanagements gehören die Initiierung und das Erfassen von konkreten Vorhaben zum Erreichen der regionalen Entwicklungsziele. Dies wird auf mehreren Ebenen geschehen.

Regionalkonferenz:

Zu der Regionalkonferenz wird öffentlich über Aufrufe in der Presse, auf den Internetseiten www.leader-ruegen.de und www.lk-vr.de sowie über Mailing eingeladen. Dadurch wird gewährleistet, dass eine breite Öffentlichkeit erreicht wird. Neben thematischen

Informationen wird es auch Arbeitsgruppen geben, die u. a. das Thema Fischerei spezifizieren und thematisch weiter aufbereiten können.

Netzwerke: Das Regionalmanagement und auch die Mitglieder der FLAG wirken als Multiplikatoren und informieren in den Netzwerken, Organisationen und Verbänden, denen sie angehören, über die Ziele und Inhalte von LEADER und FIWIG mit der Absicht, damit zusätzliche Aktivitäten zum Erreichen der Ziele anzuregen. Interessierte Akteure haben auch die Möglichkeit, Beratungstermine mit dem Regionalmanagement zu vereinbaren, sich aktiv zu beteiligen und ihrerseits Ideen in der FLAG vorzustellen.

LAG Regionalmanagement: Das Management steht als Vermittler zwischen der FLAG, Projektträgern und anderen Netzwerken zur Verfügung. Über die bestehenden und neu zu schaffenden Kontakte zu FLAG's in anderen FIWIG-Regionen in Deutschland oder den Partnerländern und -regionen wird das Regionalmanagement Erfahrungen austauschen und interessante Ideen in den eigenen FIWIG Prozess einfließen lassen. Für LEADER ist zudem ein Newsletter geplant, der auch Themen des Fischwirtschaftsgebietes darstellen wird. Dieser wird über den Internet-Auftritt und per Mailing verbreitet.

Internetseite: Auf www.leader-ruegen.de wird neben den LEADER Aktionen auch eine Rubrik für das Fischwirtschaftsgebiet eingerichtet. Weiterhin findet die Öffentlichkeit hier alle relevanten Termine und eine Beschreibung der Projekte, die bisher zur Strategieumsetzung ausgewählt worden sind.

Regionale Medien: Aktuelle Entwicklungen in der FIWIG-Region, Projektaufrufe sowie Ankündigungen zu öffentlichen Veranstaltungen werden in der regionalen Presse veröffentlicht und stehen somit der Allgemeinheit zur Verfügung. Hier werden die Akteure und weitere Interessierte aufgefordert, sich aktiv an öffentlichen Veranstaltungen zu beteiligen.

4.9 Projektansätze

Projektideen:

- Gemeinde Baabe und regionaler Fischer aus Baabe:
 - Kooperationsprojekt zwischen Gemeinde und Fischerei
 - Zusammenlegung des Kutter- und Küstenfischermuseum Baabe und der Direktvermarktungseinrichtung vom Fischer in einem Gebäude
 - Bündelung an einem Standort und damit Vernetzung beider Handlungsfelder
 - Schaffung einer Direktvermarktung und Stärkung des maritimen Erbes
- Schaffung und Unterstützung eines Fischereinetzwerkes
 - Fischereikümmerer und laufende Kosten des Netzwerkes
 - Verbesserung der Direktvermarktung bzw. Schaffung neuer Vermarktungs- und Wertschöpfungsketten
- Die Vermarktungs-App
 - App zur Anzeige, wo welcher Fischer welchen frischen Fisch verkauft
 - Verbesserung der Vermarktung der Fischereiprodukte
- Rügenweite Fischerei- bzw. Aktionstage, an denen sich inselweit Restaurants, Fischer, touristische & museale Einrichtungen beteiligen
 - Verbesserung des Images der Fischerei

- Regionale Marke oder regionale Zertifizierung mit anschließender Marketingkampagne, um den Verbraucher anzuzeigen, wo es regionalen Fisch gibt
 - Verbesserung der Direktvermarktung
- Regionaler Fischer aus Dranske
 - Vermarktung des regionalen Fisches an Gastronomie sowie Etablierung einer Internetplattform
 - Zur Überbrückung der „fischlosen“ Zeit - Einrichtung einer Kreislaufanlage

4.10 Beschreibung des Monitoring

Das Monitoring der Umsetzung der Strategie erfolgt durch regelmäßige Berichterstattung der Projektverantwortlichen an das Regionalmanagement und die FLAG. Dazu wird ein standardisierter Datenerfassungsbogen eingesetzt mit Fragen zum Verlauf und zu den (Zwischen-)ergebnissen des Projektes, der im Laufe des Projektes weiter ausgearbeitet und ggf. an geänderte Bedingungen angepasst wird. Beim Monitoring wird besonders auf die frühzeitige Identifizierung von Problemlagen geachtet. Das ständige Monitoring ermöglicht eine laufende Bestimmung des Grades der Zielerreichung des Projektes.

Folgende zur Bewertung der Strategieumsetzung messbare qualitative und quantitative Kriterien dienen als Leitfaden:

Quantitativ:

Tabelle 5: Allgemeine Kriterien

Kriterium	Antwortmöglichkeiten	Zielwerte
Schaffung bzw. Erhaltung von Arbeitsplätzen	ja, nein, gesichert	1 Arbeitsplatz pro 300.000 € Zuwendung
Verbesserung der Einkommenssituation (indirekt und direkt z. B. steigende Besucherzahlen, größerer Umsatz...)	Erhöht, stagnierend, gesunken	Im Vorher/Nachher Vergleich Erhöhungen
Projekte betreiben wirksame Öffentlichkeitsarbeit	ja, nein, teilweise	Mind. 60 % der Projekte
Vorhaben sind nachhaltig - über den Zeitraum der Förderperiode hinaus	ja, nein, teilweise	Mind. 98 % mind. der Projekte mit ja oder zumindest teilweise
Hoher Vernetzungsgrad zwischen den Handlungsfeldern/Zielen	Zu 0 %, Zu 25 %, zu 50 %, zu 75 %, zu 100 %	ein Vernetzungsgrad von mind. 50 % erreicht

Tabelle 6: Handlungsfeldspezifische Kriterien

Hf Regionale Vermarktungs-Entwicklungsziel 1+2		
Zusätzliche Einkommen für die Fischerei	ja, nein, teilweise	Mind. 70% der Projekte mit ja oder teilweise
Zusätzliche Vermarktungseinrichtungen sind entstanden	ja, nein, teilweise	Mind. 60 % der Projekte mit ja oder teilweise
Saisonverlängernde Wirkung	ja, nein, teilweise	Mind. 40 % der Projekte mit ja oder teilweise
Vernetzung von Akteuren rund um die Fischerei	ja, nein, teilweise	Mind. 20 % der Projekte mit ja oder teilweise
Hf L(i)ebenswerte Fischerei - Entwicklungsziel 3+4		
Imageförderung der Marke Rügen	ja, nein, teilweise	Mind. 70 % der Projekte mit ja oder teilweise
Marketing-, Aufklärungs- und Informationskampagnen	ja, nein, teilweise	Mind. 20 % der Projekte mit ja
Wissensvermittlung von maritimen Traditionen	Ja, nein, teilweise	Mind. 50 % der Projekte mit ja

Qualitativ:

Tabelle 7: Allgemeine qualitative Kriterien

Kriterium	Antwortmöglichkeiten
Förderung der Fischerei	ja, nein, teilweise
Beachtung von Gleichstellung und Nichtdiskriminierung	ja, nein, teilweise
Zufriedenheit mit geschaffenen Mehrwert für Einheimische und Touristen	ja, nein, teilweise
Erhöhung des Bekanntheitsgrades des FIWIG	erhöht, nicht erhöht, stagnierend
Der Natur- und Klimaschutz wird als Querschnittsziel beachtet	zu 0 %, zu 25 %, zu 50 %, zu 75 %, zu 100 % - angestrebt mind.50 %

Zusätzlich zu den Bewertungskriterien für das Monitoring des Verlaufs und der Zielerreichung werden auch die nachstehenden Fragen zur Programm- und Strategiegestaltung sowie zur Arbeit des Regionalmanagements und der FLAG gestellt.

Tabelle 8: Weitere qualitative Kriterien

Kriterium	Antwortmöglichkeiten
Was ist aus Ihrer Sicht das größte Hemmnis/Hindernis bei der Beantragung eines Projektes für das FIWIG Rügen?	freie Antwort
Wie zufrieden sind Sie mit den vorgegebenen Inhalten und den Zielen des sie betreffenden Handlungsfeldes?	Völlig zufrieden, zufrieden, eher unzufrieden, unzufrieden
Zufriedenheit mit der Arbeitsweise und Beratung durch die FLAG/das Regionalmanagement	Völlig zufrieden, zufrieden, eher unzufrieden, unzufrieden
Welche Entwicklungsziele konnten bisher erreicht werden? Welche Entwicklungsziele konnten bisher nicht ausreichend erreicht werden?	Entwicklungsziele 1-4 + Querschnittsziele
Welche Projekte sind für das Erreichen der Ziele der Entwicklungsstrategie noch erforderlich?	Freie Antwort
Welche Schwerpunkte sollten zusätzlich gesetzt werden?	Freie Antwort
Welche Ursachen gibt es für die Nichterreichung von Zielen?	Freie Antwort
Erfassen die Entwicklungsziele und Handlungsfelder noch den Handlungsbedarf?	Ja, nein, wenn „nein“ bitte begründen
Welches Handlungsfeld hat aus Ihrer Sicht die meisten Erfolge zu verzeichnen?	Hf 1 oder 2
Beurteilung der Öffentlichkeitsarbeit der FLAG?	sehr gut, gut, zufriedenstellend, ausreichend, mangelhaft
Welche Vorschläge zur Verbesserung der Öffentlichkeitsarbeit haben Sie	Freie Antwort

4.11 Beschreibung der Evaluierung

Zukünftig sollen Regionalkonferenzen zur Präsentation der Projekte und der FLAG Arbeit organisiert werden. Diese sollen regelmäßig stattfinden und dienen zum einem der Öffentlichkeitsarbeit und zum anderen der Evaluation des LEADER und FIWIG Prozesses. In diesem Rahmen können sich alle interessierten Akteure über die FIWIG Arbeit informieren und sich an Diskussionen zur weiteren strategischen Ausrichtung der Regionalentwicklung beteiligen.

Im Abstand von drei Jahren ab Anerkennung findet eine interne Zwischenevaluation in der FLAG statt. Bei dieser Evaluation werden die Struktur, Arbeitsweise und Strategie der FLAG

und des Regionalmanagements überprüft und gegebenenfalls den aktuellen Herausforderungen angepasst.

Am Ende der Förderperiode findet die Ex-Postevaluation aller Projekte und der Arbeit des Regionalmanagements und der FLAG während der gesamten Förderperiode statt. Dabei werden auch die Zwischenergebnisse der vorherigen internen Evaluationen berücksichtigt. An der abschließenden Evaluierung werden außer dem Regionalmanagement und der FLAG auch die Träger der durchgeführten Projekte und andere für die Regionalentwicklung relevante Akteure beteiligt. Der zentrale Aspekt dieser Evaluierung ist die Beurteilung der Zielerreichung hinsichtlich der Erfüllung der Gesamtstrategie.

Die FLAG behält sich vor, Teile dieser Evaluierung als externe Evaluation durchzuführen und den dafür ggf. erforderlichen Auftrag zu beschreiben und zu vergeben.

5. Projektauswahlverfahren

5.1 Regeln zur Höhe der Mitfinanzierung von Aktivitäten/Projekten zur Umsetzung der SLE Fischwirtschaft Rügen

Die Regeln der Mitfinanzierung von Projekten zur Umsetzung der Strategie u. a. mögliche Zuwendungsempfänger, Fördersätze etc. sind der „Richtlinie zur Förderung der Fischerei, Aquakultur und Fischwirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern (FischFöRL M-V) vom 09.08.2016 oder der jeweils gültigen Fassung zu entnehmen.

Anträge können jederzeit gestellt werden. Sie werden auf der nächsten FLAG Sitzung beraten. Sie müssen jedoch spätestens 3 Wochen vor einer FLAG-Sitzung beim Regionalmanagement eingehen. Falls zum Zeitpunkt der Einreichung kein verfügbares Budget zur Verfügung steht, kommt das Projekt auf eine Warteliste und wird zum nächstmöglichen Zeitpunkt bewertet. Um einen Antrag bei der FLAG einzureichen, müssen ein ausgefüllter und unterschriebener Projektbogen, eine bestätigte Kofinanzierung sowie eine Kostenberechnung vorliegen. Zudem muss glaubhaft versichert werden, dass die benötigten Eigenmittel zur Verfügung stehen.

Das Projekt wird dann in der FLAG durch den Projektantragsteller selber oder das Regionalmanagement in Vertretung vorgestellt. Anhand der Vorstellung und der eingereichten Projektbeschreibung wird das Vorhaben nach den vorher festgelegten Kriterien bewertet. Es muss eine Mindestpunktzahl von 33 % der allgemeinen und 40 % der handlungsfeldspezifischen Kriterien erreicht werden. Je nach erreichter Punktzahl und verfügbarem Budget entsteht eine Prioritätenliste, die anzeigt, welche Projekte gefördert werden können. Wenn die Mindestpunktzahl erreicht wurde, werden die Projekte je nach erreichter %-u-aler Gesamtpunktzahl in die Liste eingeordnet. Je nach verfügbarem Budget und erreichtem Listenplatz sowie nach Beschlussfassung der FLAG, kann ein Antrag bei der Bewilligungsbehörde gestellt werden. Dies ist das Ministerium für Landwirtschaft, Umwelt und Verbraucherschutz, Referat Fischerei.

Sollte ein Projekt trotz positiver Beschlussfassung durch die FLAG spätestens ein Jahr nach der Auswahl keinen Zuwendungsbescheid erhalten haben, muss es sich neu bewerben. Es kann dann u. U. von Neuanträgen verdrängt werden.

5.2 Projektbewertungskriterien

Die detaillierten Bewertungskriterien der FIWIG-Region Rügen befinden sich nach Handlungsfeldern geordnet im Anhang.

Begründung der Bewertungskriterien:

Die Bewertungskriterien wurden auf Grundlage von Vorschlägen aus den öffentlichen Workshops und Festlegungen der FLAG aufgestellt. Sie sind unterschieden in allgemeine und handlungsfeldspezifische Bewertungskriterien. Die allgemeinen Bewertungskriterien orientieren sich an den Mindestanforderungen an die Projekte sowie am Erfüllungsgrad der zu erreichenden Ziele und Querschnittsziele. Diese spiegeln sich in den Kriterien wider. Die handlungsfeldspezifischen Kriterien orientieren sich an den Vorschlägen aus den öffentlichen Workshops, die in den einzelnen Arbeitsgruppen festgelegt wurden. Diese Bewertungskriterien spiegeln die besonderen Anforderungen wider, die an die Projekte in Bezug auf die spezifischen Ziele des betreffenden Handlungsfeldes gestellt werden. Allgemein sollen Projekte unterstützt werden, die prägnant und regional bedeutsam sind.

6. Finanzplanung

Tabelle 9: Budgetanteile der FIWIG Rügen

Lfd. Nr.	Interventionsbereich	Anteil am Budget in Prozent
1	Laufende Kosten	5 %
2	Hf Regionale Vermarktung	50 %
3	Hf L(i)ebenswerte Fischerei	45 %

In der Fortschreibung der FIWIG Strategie soll die Möglichkeit aufrechterhalten werden, bei Bedarf die Budgetierung der Interventionsbereiche in einem gewissen Rahmen anzupassen. Insbesondere durch die Schwierigkeit der privaten Antragsteller eine Zuwendung zu erhalten, können sich die Budgetansätze deutlich verändern. Hauptgrund ist die fehlende nationale Kofinanzierung vom Land. Diese aus den Gemeinden zu akquirieren, ist aufgrund der desolaten Haushaltslage der Gemeinden fast unmöglich.

Nationale Kofinanzierung:

Gemäß Punkt 5.2 Absatz 5 der FischFöRL M-V muss die nationale Kofinanzierung (15 % der Gesamtzuwendung) aus kommunalen Mitteln bereitgestellt werden. Es sind keine Mittel des Landes M-V dafür vorgesehen. Laut Richtlinie können jedoch Landesmittel eingesetzt werden, wenn ein besonderes Interesse des Landes vorliegt.

Die Bestätigung der nationalen Kofinanzierung ist Grundvoraussetzung, um am Projektauswahlverfahren der FLAG Rügen teilzunehmen.

V. Quellenverzeichnis

Verordnungen und Programme, Gesetze, Strategien, Richtlinien, Konzepte und Berichte

- EPLR M-V - Entwicklungsprogramm für den ländlichen Raum 2014-2020
http://service.mvnet.de/_php/download.php?datei_id=125990
- Strategie Europa 2020
- VO (EU) - Verordnung (EU) Nr. 1303/2013
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2013:347:0320:0469:DE:PDF>
- VO (EU) - Verordnung (EU) Nr. 1305/2013
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2013:347:0487:0548:de:PDF>
- LREP M-V - Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern
http://www.regierung-mv.de/cms2/Regierungsportal_prod/Regierungsportal/de/vm/Themen/Landes-und_Regionalentwicklung/Landesraumentwicklungsprogramm/index.jsp
- Lokale Entwicklungsstrategie zur Umsetzung der Prioritätenachse 4 des Europäischen Fischereifonds Fischwirtschaftsgebiet Rügen, Öffentlich-private Partnerschaft Rügen, März 2009
- Strategie des Regionalbeirats Vorpommern: Gemeinsam Handeln - für Beschäftigung und soziale Teilhabe

Sonstiges

- Landesverband der Kutter- und Küstenfischer MV: Schiffslisten und Mitgliederlisten, 2006
- Mündliches Interview mit dem Landesverband der Kutter- und Küstenfischer M-V, Herr Günter Grothe, September 2016

Internet

- Statistisches Landesamt Mecklenburg-Vorpommern, www.statistik-mv.de
- Amt für Geoinformation, Vermessungs- und Katasterwesen; www.laiv-mv.de
- Regionales Raumentwicklungsprogramm Vorpommern www.rpv-vorpommern.de
- GeoPortal Mecklenburg-Vorpommern, www.gaia-mv.de
- GeoPortal Vorpommern-Rügen, <http://geoport.landkreis-vorpommern-ruegen.de>
- www.ruegen.de
- MSC Deutschland, Österreich, Schweiz: Die Heringsfischerei in der Ostsee:
<https://www.msc.org/publikationen/fischereien/fischereien-im-programm/faktenblatt-zertifizierte-heringsfischerei-in-der-westlichen-ostsee>

VI. Anlagenverzeichnis

Anlage 1: Geschäftsordnung Lokale Aktionsgruppe Fischerei Rügen

Anlage 2: Vorlage Projektfragebogen

Anlage 3: Bewertungskriterien der einzelnen Handlungsfelder

Geschäftsordnung Lokale Aktionsgruppe Fischerei Rügen (FLAG)

Die Lokale Aktionsgruppe Fischerei ist eine öffentlich-private Partnerschaft, welche sich aus Wirtschafts- und Sozialpartnern mit ökologischer, sozialer und ökonomischer Herkunft sowie Vertretern von Verwaltungen und Vertreter der Fischwirtschaft zusammensetzt. Das Aktionsgebiet umfasst die Insel Rügen sowie Hiddensee.

1. Ziele der Lokalen Aktionsgruppe Fischerei (FLAG) Rügen

Ziel der Arbeit der FLAG ist die Förderung einer nachhaltigen Entwicklung des Fischwirtschaftsgebietes (FIWIG) Rügen inkl. Hiddensee. Die FLAG beteiligt sich federführend an der Erarbeitung, Evaluierung, Umsetzung und Fortführung der Strategie für die Entwicklung des Fischwirtschaftsgebietes.

Die Abwicklung des Fischwirtschaftsgebiet-Ansatzes sowie die in diesem Zusammenhang stehende Auswahl der Projekte auf der Insel Rügen erfolgt ausschließlich durch die Lokale Aktionsgruppe Fischerei Rügen.

2. Aufgaben der FLAG

Die FLAG ist das Gremium für die Umsetzung des Fischwirtschaftsgebiet-Ansatzes in der Region Rügen. Durch die Zusammensetzung der Gruppe wird einerseits das bottom-up-Prinzip gewährleistet, andererseits die Gesamtheit der Ziele der Regionalentwicklung im Fischwirtschaftsgebiet in der Region verkörpert.

Die FLAG ist verantwortlich für die Umsetzung der Strategie für die Entwicklung des Fischwirtschaftsgebietes. Die FLAG ist ebenso zuständig für die Auswahl der zur Förderung einzureichenden FIWIG Projekte.

Die Mitglieder der FLAG sind Multiplikatoren des FIWIG-Ansatzes in den von ihnen vertretenen Tätigkeitsbereichen. Sie sind bereit in der FLAG und bei Bedarf in konstanten oder temporären Arbeitsgruppen der FLAG zu Regionalentwicklungsfragen mitzuarbeiten.

Ebenso ist die FLAG verantwortlich für die Transparenz ihrer Arbeit.

Ein überregionaler Austausch mit anderen FIWG-Regionen in Mecklenburg-Vorpommern als auch in Deutschland oder international erfolgt durch die Mitglieder der FLAG oder dem LEADER Regionalmanagement. Kooperationsvorhaben mit anderen Regionen vor allem in der Region Vorpommern erfolgen über die FLAG Mitglieder und das Regionalmanagement. Das LEADER Regionalmanagement übernimmt Organisatorische Aufgaben im Auftrag der FLAG, sowie Beratungstermine mit Antragstellern und dem Ministerium für Landwirtschaft, Umwelt und Verbraucherschutz.

3. Mitglieder der Lokalen Aktionsgruppe Fischerei (FLAG) Rügen

Die FLAG stellt eine ausgewogene und repräsentative Zusammensetzung aus Vertretern der unterschiedlichsten sozioökonomischen Bereiche des ländlichen Raumes der Insel Rügen dar. Maximal 49 % der Mitglieder dürfen behördliche Vertreter sein. Dies gilt zum Zeitpunkt der Gründung sowie den gesamten Zeitraum ihres Wirkens. Die FLAG setzt sich hauptsächlich aus Mitgliedern des LEADER LAG Sprecherrates zusammen, der von der LEADER LAG gewählt worden ist und ein ausgewogenes Verhältnis aller Interessgruppen der LEADER LAG widerspiegelt. Dieser wird durch 2 Vertreter aus der Fischwirtschaft ergänzt.

Die Mitgliedschaft beginnt mit Gründungsbeschluss der FLAG und endet mit Abschluss der Förderperiode, dem Austritt eines Mitgliedes aus der FLAG, durch Auflösung der FLAG so-

wie bei Zuwiderhandeln gegen die Geschäftsordnung oder fehlendem Engagement und Beteiligung an den Sitzungen mit dem Ausschluss des Mitgliedes durch die FLAG. Der Ausschluss eines FLAG Mitgliedes erfolgt ausschließlich durch einen Mehrheitsbeschluss der FLAG Mitglieder.

Die Vertreter bzw. Stellvertreter der Mitgliedsinstitutionen der FLAG informieren die Institutionen, die sie vertreten, über die Vorhaben und Entscheidungen der FLAG und tragen im Rahmen der eigenen Tätigkeitsfelder zum Gelingen der Arbeit bei. Die Mitglieder verpflichten sich zur regelmäßigen Teilnahme an den Sitzungen der FLAG Rügen.

4. Namentliche Nennung an das zuständige Landesministerium

Die o.g. Mitglieder der FLAG erklären sich mit der Nennung ihrer Namen und der von ihnen vertretenen Institution an das zuständige Landesministerium einverstanden.

5. Vertretungsfall

Jedes Mitglied der FLAG kann für den Verhinderungsfall schriftlich oder mündlich dem Regionalmanagement einen namentlichen Vertreter benennen, der bei Abwesenheit des FLAG Mitgliedes das volle Rede- und Stimmrecht für die vertretene Institution erhält. Der benannte Vertreter muss von der entsendenden Institution die volle Legitimation seiner Stellvertreterfunktion besitzen.

Der Vorsitzende der FLAG Rügen wird von den Mitgliedern der FLAG aufgrund eines Mehrheitsbeschlusses gewählt.

Der Vorsitzende ist zur Weitergabe von Informationen an seine Stellvertreter verpflichtet. Belange des Regionalmanagements können kurzfristig mit dem Vorsitzen abgesprochen werden.

7. Sitzungen der FLAG

Die FLAG tagt mindestens zweimal jährlich.

Bestandteil einer jeden FLAG Sitzung ist ein Bericht des Regionalmanagements über die geleistete und anliegende Arbeit.

Die Sitzungen der FLAG sind zu protokollieren. Das Protokoll muss mindestens enthalten:

- Teilnehmer
- Tagungsort und Tagungszeit
- Tagesordnung
- Anträge
- Beschlüsse
- Abstimmungsergebnisse

Das Protokoll wird im Nachgang der Sitzung allen FLAG Mitgliedern zugestellt und ist auf der nächsten Sitzung zu bestätigen.

8. Ladefristen

Einladungen zu den FLAG Sitzungen sind spätestens 14 Tage vor dem geplanten Termin den Mitgliedern per E-Mail zuzusenden. Die für die Sitzung relevanten Unterlagen wie Beschlussvorlagen, Projektinformationen usw. sind ebenfalls fristgerecht den Einladungen beizufügen. Die Sitzungstermine werden in Zusammenarbeit mit dem LEADER Sprecherrat festgelegt.

9. Beschlussvorlagen zur Geschäftsordnung, FLAG Mitgliedschaft/Arbeit

Jedes FLAG Mitglied ist berechtigt, Entscheidungsanträge in Form von Beschlussvorlagen in die FLAG einzubringen. Hierzu sind die entsprechenden Anträge in schriftlicher oder in digitaler Form bis 7 Tage vor dem Versand der Einladungen an das Regionalmanagement zu reichen.

10. Beschlussfähigkeit / Stimmrecht

Beschlussfähig ist die FLAG, wenn, **mindestens 4 stimmberechtigte Mitglieder anwesend sind, von denen mindestens 50 % der Stimmen von Partnern kommen, bei denen es sich nicht um Behörden handelt. Dabei ist sicherzustellen, dass keine Interessengruppe mehr als 49 % der Stimmenanteile hält. Die FLAG ist nur dann beschlussfähig, wenn mindestens 1 Vertreter der Fischwirtschaft anwesend ist.**

Ist die Beschlussfähigkeit nicht gegeben, kann in schriftlicher Form innerhalb einer Frist von acht Tagen eine erneute Sitzung der FLAG anberaumt werden.

Beschlüsse werden mit einfacher Mehrheit der anwesenden FLAG Mitglieder gefasst. Bei Stimmengleichheit gilt der Beschluss als angenommen.

Die Beschlussfassung findet als offene Abstimmung durch Handzeichen statt.

In Einzelfällen kann der/die Vorsitzende der FLAG eine Beschlussfassung im schriftlichen Umlaufverfahren per E-Mail herbeiführen. Dazu hat er den schriftlichen Entscheidungsvorschlag den FLAG Mitgliedern unter Angabe einer Frist von 7 Tagen vorzulegen. Gibt ein Mitglied innerhalb der gesetzten Frist seine Stimme nicht zu dem Vorschlag ab, gilt dies als Enthaltung zum Vorschlag. **Ein Beschluss kommt jedoch nur gültig zustande, wenn sich mindestens 4 stimmberechtigte Mitglieder der FLAG an der Abstimmung beteiligen, von denen mindestens 51 % Wirtschafts- und Sozialpartner sind oder andere Zivilgesellschaften vertreten. Dabei ist sicherzustellen, dass keine Interessengruppe mehr als 49 % der Stimmenanteile hält sowie dass 1 (beschlussfähiger) Vertreter der Fischwirtschaft teilgenommen hat.** Nach Abschluss des schriftlichen Beschlussfassungsverfahrens werden die Mitglieder über das Ergebnis informiert.

Ausgenommen von diesem Umlaufverfahren sind Änderungen der Geschäftsordnung. Über das Umlaufverfahren getroffene Entscheidungen werden in die Tagesordnung der nächsten Sitzung aufgenommen und über das Ergebnis berichtet.

Projektanträge werden gemäß der drei folgenden Kategorien beschlossen:

- zugestimmt
- zugestimmt mit Auflagen
- abgelehnt

Mögliche Auflagen werden von der FLAG erarbeitet und begründet. Bei einem schriftlichen Umlaufverfahren ist die Möglichkeit „zugestimmt mit Auflagen“ nicht möglich, sofern nicht eine Auflage durch den Sprecherrat erteilt wurde.

Mitglieder, welche bei der Abstimmung befangen sind, sind von Abstimmung auszuschließen. Sie haben die Pflicht den Interessenkonflikt gegenüber der FLAG vor der Abstimmung anzuzeigen. Als befangen gelten Mitglieder:

- die selbst, ihre Angehörigen (i. S. Zeugnisverweigerungsrecht) oder von Ihnen vertretene natürliche oder juristische Personen potentielle Projektträger sind
- die wesentlich an der Projektentwicklung beteiligt waren
- die sich einen unmittelbaren Vorteil oder Nachteil aus dem Projekt verschaffen (können)

Im Zweifelsfall stimmt die FLAG über die Befangenheit des Mitgliedes ab.

Inkrafttreten und Geltungsdauer

Die Geschäftsordnung der FLAG Rügen tritt mit Zustimmung der auf der konstituierenden Sitzung der FLAG Rügen anwesenden Mitglieder in Kraft.

Bergen auf Rügen, den 28.09.2016

Projektbeschreibung für das Fischwirtschaftsgebiet Rügen

Bitte nutzen Sie diesen Vordruck, um die Beschreibungen Ihres Projektes an das Regionalmanagement der FLAG Rügen zu senden.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an

Anne Wolff: 03831 357 1276 E-Mail: anne.wolff@lk-vr.de oder

Katharina Bötzer: 03831 357 1277 E-Mail: katharina.boetzer@lk-vr.de

Anleitung

*Füllen Sie bitte den Fragebogen vollständig aus. Bitte beantworten Sie die Fragen kurz, aber aussagekräftig. Wenn Sie auch **Bilder** veröffentlichen möchten, fügen Sie diese bitte als separate Datei an den Fragebogen an (gängiges Dateiformat, z.B. *.jpg).*

Stand der Projektdaten: __. __. 20__

Projekttitel

Folgende Unterlagen sind beigelegt:

- | | | |
|--|--------------------------------|--------------------------|
| ☐ Fotos | ☐ Pläne | ☐ |
| ☐ Kostenschätzung | ☐ | ☐ |

Projektträger/Ansprechpartner

Institution:

Name:

Adresse:

Telefon:

E-Mail:

Webseite:

Durchführungszeitraum

von __. __. ____ bis __. __. ____

Projektstandort

Ort/Adresse: Klicken Sie hier, um Text einzugeben.

- ☐ Eigentümer
- ☐ langfristig berechtigter Nutzer (z. B. Erbbaupachtvertrag)
-

Projekthalte

(was soll konkret mit der beantragten Förderung umgesetzt werden?)

Projektziele/Gesamtkonzept

Kosten/Finanzierung inkl. Kofinanzierung

(bitte erläutern Sie die Gesamtkosten des Projektes sowie die Finanzierung inkl. Kofinanzierung, Eigenmittel, Drittmittel usw.; entstehen Folgekosten und sind diese gesichert? Wenn ja, wie? Alle Angaben sind in Euro)

Fördersatz: ☐ 49 % bei privaten Antragstellern
☐ 100 % bei öffentlichen Antragstellern

	20__	20__	Gesamt
Gesamtkosten (Brutto)			
MwSt			
Gesamtkosten (Netto)			
Beantragte Zuwendung			
→ davon 15 % Kofimittel			
Eigenmittel (Differenz aus Bruttokosten & Zuwendung)			

Eigenmittel: ☐ gesichert ☐ nicht gesichert

Drittmittel: ☐ nein ☐ ja, welche? Klicken Sie hier, um Text einzugeben.
☐ i. H. v. Klicken Sie hier, um Text einzugeben.
dienen ☐ zur Sicherung des Eigenanteils
☐ zur Gesamtfinanzierung

Kofimittel: (15 % der beantragten Zuwendungen)

☐ komplett von der Gemeinde/Kirche akquiriert
☐ nicht von der Gemeinde/Kirche akquiriert

Folgekosten: ☐ nein ☐ ja, gesichert durch Klicken Sie hier, um Text einzugeben.

Wirtschaftliche Tätigkeit:

☐ Antragsteller ist wirtschaftlich tätig ☐ Vermietung/Verpachtung
☐ wirtschaftliche Ausrichtung des Projektes ☐ Einnahmenschaaffendes Vorhaben
☐ keins

Notwendige Genehmigungen

☐ Baugenehmigung:
☐ nicht notwendig ☐ notwendig, Status: Klicken Sie hier, um Text einzugeben.
☐ sonstige Genehmigungen
☐ ja, Klicken Sie hier, um Text einzugeben. Status: Klicken Sie hier, um Text einzugeben.
☐ keine Genehmigungen notwendig

Werden/wurden andere Förderprogramme genutzt?

☐ nein ☐ ja, welche?

Ort, Datum

Unterschrift

Bewertungskriterien der FLAG Rügen

Anlage 3

Regionale Vermarktung

Name FLAG Mitglied:		Datum:	
Projekttitel:			
allgemein	innovativer Charakter	☐ nein (0)	☐ ja (2)
	generationsübergreifend	☐ nein (0)	☐ ja (2)
	barrierefrei/barrierearm	☐ nein (0)	☐ ja (2)
	Beachtung von Gender und Gleichstellung	☐ nein (0)	☐ ja (2)
nachhaltig	Schaffung von Arbeitsplätzen	☐ nein (0) ☐ Erhalt (2) ☐ 1 A-platz (3) ☐ >1 A-platz (4)	
	Nachhaltigkeit	☐ nein (0)	☐ ja (4)
	Imagegewinn für Fischerei der Region	☐ nein (0)	☐ ja (2)
	Beachtung Klima und Naturschutz	☐ nein (0) ☐ mittel (1) ☐ ja (2)	
Vernetzung	Vernetzung in der Region	☐ nein (0) ☐ mittel (1) ☐ stark (2)	
	mit dem HF "L(i)ebenswerte Fischerei	☐ nein (0) ☐ ja (1)	
Summe			

min 33 % von 23 Punkten (8/23)

regionale Vermarktung	Erhalt/Stärkung regionalen Fischerei	☐ nein (0)	☐ ja (2)
	Es wird ein Anziehungspunkt in der Fischerei geschaffen	☐ nein (0)	☐ ja (2)
	Das Projekt wirkt saisonverlängernd (Ergänzt die Fangsaison)	☐ nein (0)	☐ ja (4)
	Beitrag zur Schaffung/zum Erhalt regionaler Wirtschaftskreisläufe (regionale Produkte, Wertschöpfung)	☐ nein (0) ☐ Erhalt (2) ☐ Schaffung (4)	
	es wird ein höherer (zusätzlicher) Erlös für das Produkt Fisch erreicht	☐ nein (0)	☐ ja (2)
	Imagefördernd für die Marke „Rügen“	☐ nein (0)	☐ ja (2)
	Stärkung der Erzeugergemeinschaft / Netzwerkbildung	☐ nein (0)	☐ Stärkung (2)
Summe			

min 40 % von 18 Punkten (7/18)

Bewertungskriterien der FLAG Rügen

Anlage 3

L(i)ebenswerte Fischerei

Name FLAG Mitglied:		Datum:	
Projekttitel:			
allgemein	innovativer Charakter	☐ nein (0)	☐ ja (2)
	generationsübergreifend	☐ nein (0)	☐ ja (2)
	barrierefrei/barrierearm	☐ nein (0)	☐ ja (2)
	Beachtung von Gender und Gleichstellung	☐ nein (0)	☐ ja (2)
nachhaltig	Schaffung von Arbeitsplätzen	☐ nein (0) ☐ Erhalt (2) ☐ 1 A-platz (3) ☐ >1 A-platz (4)	
	Nachhaltigkeit	☐ nein (0)	☐ ja (4)
	Imagegewinn für Fischerei der Region	☐ nein (0)	☐ ja (2)
	Beachtung Klima und Naturschutz	☐ nein (0) ☐ mittel (1) ☐ ja (2)	
Vernetzung	Vernetzung in der Region	☐ nein (0) ☐ mittel (1) ☐ stark (2)	
	mit dem HF "Regionale Vermarktung"	☐ nein (0) ☐ ja (1)	
Summe			

min 33 % von 23 Punkten (8/23)

L(i)ebenswerte Fischerei	Erhalt/Stärkung regionalen Fischerei	☐ nein (0)	☐ ja (2)
	Es wird ein Anziehungspunkt in der Fischerei geschaffen	☐ nein (0)	☐ ja (2)
	Das Projekt wirkt saisonverlängernd	☐ nein (0)	☐ ja (2)
	Fördert die regionale Identität und vermittelt Wissen von bewahrenswerten kulturellen Traditionen der Region	☐ nein (0)	☐ ja (4)
	Fördert die Zusammenarbeit verschiedener Akteure rund um die Fischerei	☐ nein (0)	☐ ja (2)
	zeitgenössische Darstellung des maritimen Erbes	☐ nein (0)	☐ ja (2)
	Aufklärung über das Berufsbild Fischer und seine Arbeit	☐ nein (0)	☐ ja (2)
Summe			

min 40 % von 16 Punkten (6/16)