Abschlussbericht zum Projekt

Verbraucherorientierte Kommunikation von Themen der heimischen Fischereisparten 01.04.2020 – 31.03.2021

1. Ausgangssituation

Der Fischfang ist für Schleswig-Holstein traditionell von großer Bedeutung. Neben der Küstenfischerei inklusive Krabben- und Speisefischanlandungen sind auch die Muschelkulturwirtschaft, Binnenfischerei, Teichwirtschaft, Angelfischerei inklusive Angeltourismus und Aquakultur wichtige Wirtschaftsfaktoren. Dennoch ist die Situation der Fischer zunehmend durch verschiedene externe Faktoren beeinträchtigt. So führen Unsicherheiten durch Fluktuationen in den Populationsgrößen der vermarktungsstarken Fischarten und damit einhergehende Quotenschwankungen, zunehmende bürokratische Anforderungen, eine zunehmend überalterte Flotte und im Vergleich zu anderen Wirtschaftszweigen geringere Verdienstaussichten dazu, dass dem Berufsstand zunehmend motivierter Nachwuchs fehlt. Zusätzlich wird die mediale Darstellung der Fischerei oft als negativ empfunden. Gleichzeitig ist festzustellen, dass die Kenntnisse der Verbraucher und touristischen Besucher über die Fischerei, Fischprodukte und das Aufgabenspektrum der Fischer sehr gering sind.

Seit Mitte 2016 wurde gemeinsam mit den Vertretern der verschiedenen Fischereisparten eine umfassende Aufnahme des Ist-Zustandes sowie gemeinsame Kommunikationsziele erarbeitet. Der von den Fischereivertretern gewählte Markenbeirat steuert die gemeinsame Kommunikation. So wurde in den Jahren 2017 und 2018 die gemeinsame Marke WIR FISCHEN.SH entwickelt, unter welcher die Fischereisparten die verschiedenen Inhalte mit einheitlichem Absender kommunizieren. Es wurden zwei Ausgaben eines verbraucherorientierten Fischereimagazins entwickelt und gedruckt. Für die eigene Kommunikation der Sparten unterhalb der Dachmarke wurde ein Corporate-Design entwickelt, welches eine Wiedererkennbarkeit gewährleistet.

2. Ziele

Im Rahmen des Projektes sollen interessierte Verbraucher auf verschiedenen Kommunikationskanälen über die heimische Fischerei informiert werden. Zielsetzung war es, sowohl das Image der Fischereisparten zu verbessern als auch die Kenntnisse von Verbrauchern und Touristen über heimischen Fisch und die Fischerei zu verbessern.

Auch die Einbindung möglichst vieler Akteure der Fischereiregion war Zielsetzung des Projektes. Dazu gehören die Vertreter der Küstenfischerei an Nord- und Ostsee inklusive der Muschel- und Krabbenfischerei sowie die Vertreter der Binnenfischerei mit Aquakulturen, Teichwirtschaften und der Fluss- und Seenfischerei sowie die Angelfischerei.

Ziel des Projektes ist es, die zuvor entwickelte Dachmarke „WIR FISCHEN.SH“ als gemeinsamen Absender für Kommunikationsmaßnahmen auf verschiedenen Kanälen einzusetzen und so aktuelle Informationen aus den verschiedenen Sparten einheitlich und abgestimmt zu kommunizieren.

3. Maßnahmen:

Verbraucherinformation im Print-Bereich

Die bereits vorhandenen zwei sehr erfolgreichen Imagemagazine „WIR-FISCHEN.SH“ wurden weiterhin an die Zielgruppe „Interessierte Verbraucher“ und „Touristische Besucher“ verteilt. Neben der aktiven Fischerei erfolgt die Verteilung über geeignete touristische Einrichtungen und die Gastronomie.

Auf Basis des erarbeiteten Mediakonzeptes konnten Kooperationen mit geeigneten hochwertigen Verbrauchermagazinen (LandGang, Mohltied! & lebensart) für den Projektzeitraum vereinbart werden. Zusätzlich wurde im Magazin „Geht los“ ein Advertorial mit Anzeige zum Thema „Ausbildung in der Fischerei“ platziert. Das Magazin richtet sich an Schüler und Studentierende, die vor der Berufswahl stehen und wird kostenlos verteilt. Die bestehende Anzeigenkampagne wurden in Magazinen geschaltet, welche über heimische Fischerei berichten (siehe Anlage I).

Die redaktionellen Inhalte, Fotos und weitere Anzeigenmotive wurden erstellt und medienübergreifend genutzt.

Verbraucherinformation im Internet

Das Portal www.wir-fischen.sh bündelt Informationen zu 7 Fischereisparten, Bezugsmöglichkeiten heimischer Fische direkt beim Fischer sowie fischereispezifisches Fachwissen z. B. zur Fischereikultur und dem Berufsbild FischerIn. Rezepte und Warenkunde ergänzen das Portal und steigern die Attraktivität für die Verbraucher. Das Portal konnte um weitere Inhalte der genannten Themenfelder erweitert werden. Die Reichweite wurde auch mittels der sozialen Medien weiter ausgebaut.
Es konnten einige neue Betriebe, historische Orte und auch Häfen auf dem Portal eingepflegt werden. Der Bereich „Fischer bei der Arbeit“ unter dem Menüpunkt „Fischereiwissen“ ist neu dazugekommen und zeigt die Arbeit verschiedener Fischer anhand von Fotostrecken.

Verbraucherinformationen in Sozialen Medien

WIR-FISCHEN.SH ist auf Facebook sowie auf Instagram aktiv. Hier werden Beiträge, die Themen aller Sparten der Fischerei thematisieren, erstellt oder geteilt. Hierbei wird auf das eigene Internetportal verwiesen, auf dem weitere Informationen zu den jeweiligen Themen zu finden sind.

Verbraucherinformation auf Veranstaltungen

Auf geeigneten Verbraucherveranstaltungen rund um regionale Lebensmittel werden die Inhalte von WIR FISCHEN.SH kommuniziert. Im Jahr 2020/2021 konnte trotz den erschwerten Bedingungen durch die Pandemie an einigen Veranstaltungen teilgenommen werden. Hierzu zählten die Husumer Krabbentage am 17. und 18. Oktober 2020, bei dem WIR-FISCHEN.SH mit einem Infostand vertreten war. Darüber hinaus durfte WIR-FISCHEN.SH im September 2020 das Aal utsetten in Maasholm begleiten, bei dem unter anderem Ministerpräsident Daniel Günther anwesend war.

4. Erfolg der Maßnahmen

Das Portal www.wir-fischen.sh listet im März 2021 39 Fischereibetriebe, 17 Häfen und 12 historische Orte. Im gesamten Zeitraum (01.04.2020 – 31.03.2021) konnten rund 3.868 Besucher auf der Internetseite verzeichnet werden. Die Nutzer blieben im Schnitt rund 3 Minuten auf dem Portal. Bei

den Besuchern der Website ist die Karte, auf der die Betriebe, Häfen und historischen Orte eingetragen sind, am beliebtesten.

Der Auftritt von WIR-FISCHEN.SH in ausgewählten Printmedien führte zu einer Erhöhung der Reichweite. Die Printmedien mit der entsprechenden Auflagenzahl (insgesamt 1.047.323) kann der Anlage I entnommen werden.

WIR-FISCHEN.SH erfreut sich in den Sozialen Medien zunehmender Beliebtheit. Im März konnten bei Facebook rund 150 Personen/Beitrag erreicht werden. Auf Instagram wurde der erste Beitrag im November 2020 veröffentlicht. Im März 2021 folgen bereits 171 Nutzer dem WIR-FISCHEN.SH Profil.

Ansprechpartner für weitere Informationen:

Landwirtschaftskammer Schleswig-Holstein
E-Mail: wir-fischen@lksh.de
Website: https://www.wir-fischen.sh/

Anlage I:

Datum	Medium	Auflage	Titel	Themenbereich
15.08.2020	Bauernblatt	26.000	Fische fangen - auch im Rollstuhl	Themen/ WIR FISCHEN.SH
Ausgabe 03-2020	[Mohltied!]	10.000	Anzeige WIR FISCHEN.SH	Anzeigen
Ausgabe 03-2020	[Mohltied!]	10.000	Das schönste ist das Alleinsein auf dem Wasser	Produzenten und Produkte/ WIR FISCHEN.SH
03.09.2020	SH:Z	180.000	Aal-Nachwuchs für die Schlei	Themen/ WIR FISCHEN.SH
21.09.2020	Kieler Nachrichten	78.323	Er lebt den Traum vom eigenen Kutter	Produzenten und Produkte/ WIR FISCHEN.SH
26.09.2020	Bauernblatt	26.000	Aalutsetten an der Schlei	Veranstaltung/ WIR FISCHEN.SH
Herbst 2020	Geht los!	18.000	Ausbildung zur Fischwirtin	Produzenten und Produkte/ WIR FISCHEN.SH
14.11.2020	Bauernblatt	26.000	Erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit für die Fischerei	WIR FISCHEN.SH
Ausgabe 06-2020	LandGang	42.000	Alle in einem Boot	Produzenten und Produkte/ WIR FISCHEN.SH
Ausgabe 06-2020	LandGang	42.000	Anzeige WIR FISCHEN.SH	Anzeigen
Ausgabe LAGX	LandGang Weihnachtsheft	30.000	Anzeige WIR FISCHEN.SH	Anzeigen
Ausgabe 04-2020	[Mohltied!]	10.000	Fischen im großen Fluss	Produzenten und Produkte/ WIR FISCHEN.SH
Ausgabe 04-2020	[Mohltied!]	10.000	Anzeige WIR FISCHEN.SH	Anzeigen
19.12.2020	Bauernblatt	26.000	Fisch aus der Region direkt vom Erzeuger	Themen/ WIR FISCHEN.SH
12.2020	lebensart	110.000	Winterangeln - eine Leidenschaft für coole Typen	WIR FISCHEN.SH
#5/2021	GeschmaQ	32.000	GeschmaQ - Das Magazin	Eigene Publikationen
Ausgabe 01-2021	[Mohltied!]	10.000	Das Silber der See	WIR FISCHEN.SH
Ausgabe 01-2021	[Mohltied!]	10.000	Anzeige	Anzeige WIR FISCHEN.SH
13.02.2021	Bauernblatt	26.000	Globaler Fischfang von Corona-Krise hart getroffen	WIR FISCHEN.SH
Ausgabe 02-2021	LandGang	42.000	Anzeige WIR FISCHEN.SH	Anzeigen
Ausgabe 02-2021	LandGang	42.000	Schätze der Nordsee	WIR FISCHEN.SH
12.03.2021	SH:Z	185.000	Da kann man kaum die Kosten bezahlen	WIR FISCHEN.SH
13.03.2021	Bauernblatt	26.000	Gemeinsames Marketing für die Fischerei	WIR FISCHEN.SH
Ausgabe 02-2021	[Mohltied!]	10.000	Westküstenidentität	WIR FISCHEN.SH
Frühjahr 2021	Anglerguide	10.000	Fische aus'm großen Teich	WIR FISCHEN.SH
Frühjahr 2021	Anglerguide	10.000	Anzeige WIR FISCHEN.SH	Anzeigen
Auflagen gesamt		**1.047.323**		