

Projekt MEHRWERT / Sachsen

VermarktungsOffensive FISCH

Oktober 2021 bis Dezember 2022

Projekt-Infos durch:

Andreas Stummer

Thomas Breitling

Matthias Schneider

Anne Gollan

Das Projekt

SLFV

Denkwerkstatt FOOD

Pilot-Betriebe

weitere



Das Projekt

Ausgangspunkt

Vorgehen

Umsetzung

Nächste Schritte



Das Projekt

SLFV

Denkwerkstatt FOOD

Pilot-Betriebe

weitere



Das Projekt

SLFV

Denkwerkstatt FOOD

Pilot-Betriebe

weitere



Das Projekt

Ausgangspunkt

Vorgehen

Umsetzung

Nächste Schritte



Vorgehen

Ausgangspunkt

Vorgehen

Umsetzung

Nächste Schritte



Auswertung Betriebs-Besuche



Vorgehen

Ausgangspunkt

Vorgehen

Umsetzung

Nächste Schritte



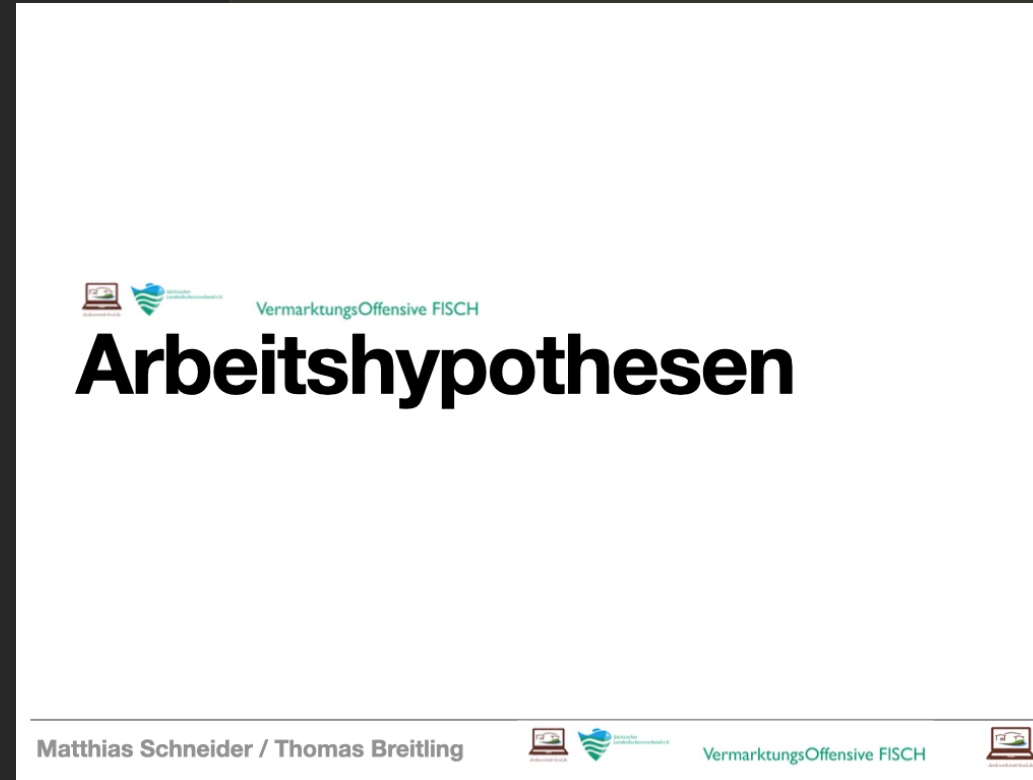
Vorgehen

Ausgangspunkt

Vorgehen

Umsetzung

Nächste Schritte



The slide content is a white rectangular area containing the following elements:

- Top left: A small logo consisting of a laptop icon and a stylized fish icon.
- Top center: The text "VermarktungsOffensive FISCH" in a small, teal-colored font.
- Center: The main title "Arbeitshypothesen" in a large, bold, black sans-serif font.
- Bottom left: The text "Matthias Schneider / Thomas Breitling" in a small, grey font.
- Bottom center: A small logo consisting of a laptop icon and a stylized fish icon.
- Bottom right: The text "VermarktungsOffensive FISCH" in a small, teal-colored font.

Vorgehen

Ausgangspunkt

Vorgehen

Umsetzung

Nächste Schritte

- Marktbearbeitung / Vertriebsrolle
- Kunden-zentriertes Denken/Handeln
- Betriebsorganisation / Führung

Vorgehen

Ausgangspunkt

Vorgehen

Umsetzung

Nächste Schritte

1. Bestehende Erfolgspotenziale nutzen

1.1.
Auf die Preis-Premium-Märkte
-nach den Segmenten-
ausrichten

2. Zukünftige Erfolgspotenziale identifizieren

2.2.
In Metropolmärkten Trends
aufspüren und life-stylige
Produkte/Services designen

Vorgehen

Ausgangspunkt

Vorgehen

Umsetzung

Nächste Schritte



1.1.
Auf die Preis-Premium-Märkte
-nach den Segmenten-
ausrichten

Vorgehen

Ausgangspunkt

Vorgehen

Umsetzung

Nächste Schritte



2.2.
In Metropolmärkten Trends
aufspüren und life-stylige
Produkte/Services designen

Vorgehen

Ausgangspunkt

Vorgehen

Umsetzung

Nächste Schritte



2.2. In Metropolenmärkten Trends aufspüren und life-stylige Produkte/Services designen



Nicolette Streiffler, Christian Klauer und Lena Schilling eröffnen in Berlin das erste Restaurant der neuen Marke „LIFE“.

Bisher Hippo oder Bio-Substitutionsmittel der Zukunft? Auch wenn sich in Deutschland lediglich zwei Prozent der Bevölkerung als Vegetarier und zehn Prozent als Veganer bezeichnen, so ist das Marktsegment für vegetarische und vegane Produkte heute ein wachsender Markt. Laut Statista werden bis zum Jahr 2020 10,5 Millionen Menschen in Deutschland vegetarisch leben. Das entspricht einem Anstieg von 1,5 Millionen Menschen in den vergangenen fünf Jahren.

Die Vegetarier sind in Deutschland in vier Gruppen unterteilt: In der Gruppe der „Flexitarier“ leben 7,5 Millionen Menschen. Sie essen überwiegend vegetarisch, greifen aber auch auf tierische Produkte zurück. Die Gruppe der „Vollvegetarier“ umfasst 1,5 Millionen Menschen. Sie essen ausschließlich vegetarisch. Die Gruppe der „Lacto-ovo-vegetarier“ umfasst 1,5 Millionen Menschen. Sie essen vegetarisch, greifen aber auch auf tierische Produkte zurück. Die Gruppe der „Pflanzenbasierten Vegetarier“ umfasst 0,5 Millionen Menschen. Sie essen ausschließlich pflanzliche Produkte.



ZIELGRUPPE
Flexitarier



Die Flexitarier sind die größte Gruppe der Vegetarier. Sie essen überwiegend vegetarisch, greifen aber auch auf tierische Produkte zurück. Sie sind besonders in Metropolenmärkten zu finden.



Die Flexitarier sind die größte Gruppe der Vegetarier. Sie essen überwiegend vegetarisch, greifen aber auch auf tierische Produkte zurück. Sie sind besonders in Metropolenmärkten zu finden.



Die Flexitarier sind die größte Gruppe der Vegetarier. Sie essen überwiegend vegetarisch, greifen aber auch auf tierische Produkte zurück. Sie sind besonders in Metropolenmärkten zu finden.

Die Flexitarier sind die größte Gruppe der Vegetarier. Sie essen überwiegend vegetarisch, greifen aber auch auf tierische Produkte zurück. Sie sind besonders in Metropolenmärkten zu finden.

Die Flexitarier sind die größte Gruppe der Vegetarier. Sie essen überwiegend vegetarisch, greifen aber auch auf tierische Produkte zurück. Sie sind besonders in Metropolenmärkten zu finden.

Die Flexitarier sind die größte Gruppe der Vegetarier. Sie essen überwiegend vegetarisch, greifen aber auch auf tierische Produkte zurück. Sie sind besonders in Metropolenmärkten zu finden.

Die Flexitarier sind die größte Gruppe der Vegetarier. Sie essen überwiegend vegetarisch, greifen aber auch auf tierische Produkte zurück. Sie sind besonders in Metropolenmärkten zu finden.

Vorgehen

Ausgangspunkt

Vorgehen

Umsetzung

Nächste Schritte



Für die Zukunft.

Bioland

LIDL
Lidl lohnt sich

Bioland-Milchbauer André aus Schwabenrod

Über **100** BIOLAND-ARTIKEL
überall im Sortiment

Frisch und wertvoll – aus unserer Heimat
Hergestellt nach den Richtlinien der Bio-Trendsetter für:

- Kontrollierte Bio-Qualität
- mehr Tierwohl und biologische Vielfalt
- gesündere Umwelt
- gesicherte Zukunft der Bauernfamilien

lidl.de/bioland

Für Druckfehler keine Haftung. • Bild-Angebote: Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG, Berlinster Str. 2, 74208 Bad Wimpfen • Marken- und Produktbild der regionalen Ursprungsunternehmen unter: www.lidl.de/bioland oder 0800 433361.

Vorgehen

Ausgangspunkt

Vorgehen

Umsetzung

Nächste Schritte



Vorgehen

Ausgangspunkt

Vorgehen

Umsetzung

Nächste Schritte

- Führungs-Trainings
- Verkaufstrainings - Gastrokunden
- Verkaufstrainings - Endkunden
- Führungs-Coachings

Das Projekt

Ausgangspunkt

Vorgehen

Umsetzung

Nächste Schritte



Erarbeitung von
Markenbotschaften mit
den sächsischen
Fischereibetrieben



Naturnahe, erlebbare Fischwirtschaft in Wernsdorf und Torgau



- Frischer, gesunder Fisch aus naturnaher, artgerechter Aufzucht und Haltung
 - Aufzucht, Haltung, Fang und Verarbeitung – alles vor Ort und aus einer Hand
- Besuchen Sie uns: Unsere Seen, Teiche und Fischwirtschaft sind jederzeit erlebbar
- Aktive Erhaltung des wertvollen Ökosystems See/Teich und damit der jahrhundertealten Kulturlandschaft in Sachsen

Produktentwicklung Karpfen

- Karpfenfilet mit Haut, praktisch grätenfrei, getrimmt, tiefgefroren
- Filetgröße 400-800g pro Verpackungseinheit, Vakuum
- bzw. ca. 2 kg Pakete für Gastro bzw. Gemeinschaftsverpflegung

Vorteil: Lagerfähigkeit bis 9 Monate, „Familienkompatibel“, einfache Zubereitung



Produktmarketing:

Die Weißfisch Story

...es geht in Mitteldeutschland **deutlich*** schwerer mit dem
„Karpfen“:

bei Absatz, Akzeptanz, Preis

(*Bewertung aus 8 Monaten „Karpfen versus
Weißfischvermarktung“ im Zielmarkt Leipzig)



Sächsisches Weißfisch-Filet*

Die leckerste Lachs-Alternative. Ehrlich nachhaltig.

Bild: Horstsee bei Wermisdorf/Sachsen.

Ungefährdete heimische Fischarten aus nachhaltiger und naturnaher Fischwirtschaft.
Kurze Transportwege. Keine Überfischung. Keine Schleppnetzfischerei.

Weißfische leben in sächsischen Seen und großen Teichen. Sie ernähren sich vorwiegend von Pflanzenteilen, Kleinlebewesen und je nach Jahreszeit mit zusätzlich regionalem Getreide. Zu den Fischarten der Familie der Weißfische gehören z.B. Brasseln, verschiedene Karpfenarten, Giebel.

* lt. WWF- und Greenpeace-Fischratgeber 2021:
Als EINZIGE Fischarten sind sie uneingeschränkt empfohlen.

Wermisdorfer Weißfisch,
gebacken im Asia-Style



Wermisdorfer Weißfisch-Filet*

Die leckerste **Lachs**-Alternative. Ehrlich nachhaltig.

**Ungefährdete heimische Fischarten aus nachhaltiger und naturnaher Fischwirtschaft.
Kurze Transportwege. Keine Überfischung. Keine Schleppnetzfischerei.**

Weißfische leben in sächsischen Seen und großen Teichen. Sie ernähren sich vorwiegend von Pflanzenteilen, Kleinlebewesen und je nach Jahreszeit mit zusätzlich regionalem Getreide. Zu den Fischarten der Familie der Weißfische gehören z.B. Brasseln, verschiedene Karpfenarten, Giebel.

*lt. WWF- und Greenpeace-Fischratgeber 2021: Als EINZIGE Fischfamilie uneingeschränkt empfohlen.





Zeitgemäße Rezepte für Gastronomie und private Haushalte

Vorspeise/ Snack/ Hauptgang

**Carp/ Fish Fingers mit Roter Beete Salat und Preiselbeeren optional mit
Pommes frites, Bratkartoffeln oder Ofenkartoffel**

„Der regionale und ökologische Kabeljau/Dorsch/Cod“



Zwischengang/ Hauptgang

Mit Ponzu glasiertes Karpfenfilet, Kokos Curry
Soße, Erbsencreme und Ingwerkarotten

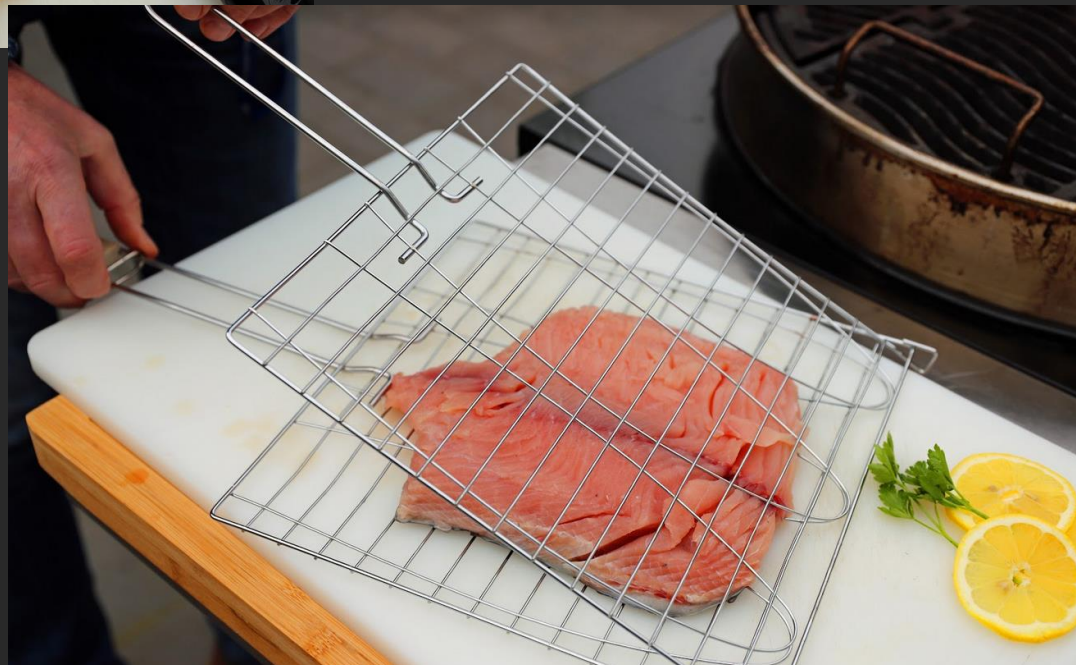


Homestyle Burger mit gebackenem Fischfilet, Apfel
Remoulade, jungem Spinat und Senfgurken aus
dem Spreewald





Einfacher Grillfisch „fast wie LACHS“









Gastrotermine Beispiel Karpfen/Weißfisch



Hotel Westin Leipzig
Wochenabnahmen 40-50 kg
sächsischer Weißfischfilet,
für **einen guten Preis**
(Stand 06, 2022)











Pilotergebnisse Teichwirtschaft Wermisdorf

- Aktuell: 6 Gastrobetriebe und Regionalläden mit regelmäßiger Bestellung
- über 1200 kg Karpfenfilet seit Projektbeginn **zusätzlich** verkauft (10 Monate)
- Ca. 10 Interessenten Handel- und Gastrobetriebe in aktiver Verhandlung
- Pilot mit Konsum Leipzig (TK) für Herbst vereinbart



Sächsisches Weißfisch-Filet*

Die leckerste Lachs-Alternative. Ehrlich nachhaltig.

Ungefährdete heimische Fischarten aus nachhaltiger und naturnaher Fischwirtschaft.
Kurze Transportwege. Keine Überfischung. Keine Schleppnetzfischerei.

Weißfische leben in sächsischen Seen und großen Teichen. Sie ernähren sich vorwiegend von Pflanzenteilen, Kleinlebewesen und je nach Jahreszeit mit zusätzlich regionalem Getreide. Zu den Fischarten der Familie der Weißfische gehören z.B. Brassen, verschiedene Karpfenarten, Giebel.





Sächsischer Weißfisch

Posteingang x

markus_kuebler@web.de

an mich ▾

Hallo Matthias,

wir hatten am Samstag den Karpfen auf einem Zedernholzbrett auf dem Grill. Meine Frau war leicht skeptisch, aber das Ergebnis war fantastisch. Der Fisch hatte die Aromen schön aufgenommen und duftete ganz toll. Der Fisch war auch sehr zart. Wir hatten noch Seebarsch von einem Bekannten aus Norwegen, der war eher unspektakulär.

Grüße

Markus



VermarktungsOffensive FISCH

Vermarktungs-Pilot Sächsischer Bio-Fisch mit Naturkost Erfurt



Pilot Bio-Karpfen:

Vereinbarung 500 kg Filet, TK

November 2022
an Naturkost Erfurt (Bio – Großhandel)

Teichwirtschaft Karsten Ringfeil



Mitteldeutsche Warenbörse in Schkeuditz am 22.6.22 (Morgen)

Ziel:

Gewinnung von Gastro- und
Handelsinteressenten für die sächsischen
Fischereibetriebe

über 2700 sächsische Gastrobetriebe
wurden und werden per Mail
angeschrieben (Messe und Infopaket)

Date: Fr., 10. Juni 2022 um 09:43 Uhr

Subject: Re: Sächsischer Weißfisch: regionaler Fisch die leckere und nachhaltige
Lachsalternative für Ihre Kunden und Gäste

To: <matthias@denkwerkstatt-food.de>

Guten Morgen ,

Mich würde interessieren wo ich in der Region Vogtland einen solchen
Fischereibetrieb finden kann...

Ist ein tolles Projekt...Als jahrelanges Slow- Food Mitglied freue ich mich über alle
nachhaltigen Projekte, vor allem im eigenen Heimatgebiet....wo es viel
Aufklärungsarbeit braucht....

Ich freue mich auf eine Info...

Mit genüsslichen Grüßen aus der Kochschule

VOF Newsletter 01 Warenbörse Weißfisch

#55 • Gesendet am 7. Juni 2022 08:03

[Bericht](#) • [Vorschau](#) • [Mehr](#) ▾

2.787

100%

Von : Denkwerkstatt Food - der regionale Weißfisch <matthias@denkwerkstatt-food.de>

Antwort : matthias@denkwerkstatt-food.de

Betreffzeile : Sächsischer Weißfisch: regionaler Fisch die leckere und nachhaltige Lachsalternative für Ihre Kunden und Gäste



Sächsisches Weißfisch-Filet* Bild: Horstsee bei Wermsdorf/Sachsen
Die leckerste Lachs-Alternative. Ehrlich nachhaltig.

Ungefährdete heimische Fischarten aus nachhaltiger und naturnaher Fischwirtschaft. Kurze Transportwege. Keine Überfischung. Keine Schleppnetzfischerei.

Weißfische leben in sächsischen Seen und großen Teichen. Sie ernähren sich vorwiegend von Pflanzenteilen, Kleinlebewesen und je nach Jahreszeit mit zusätzlich regionalem Getreide. Zu den Fischarten der Familie der Weißfische gehören z.B. Brasseln, verschiedene Karpfenarten und Giebel.

Sächsischer Weißfisch, gebacken im Asia-Style

*lt. WWF- und Greenpeace-Fischratgeber 2021: Als EINZIGE Fischfamilie uneingeschränkt empfohlen.

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir möchten Sie zu diesem Thema „Regionaler Fisch“ herzlich einladen, uns an unserem Stand 2-125 in der Halle 2 der Mitteldeutschen Warenbörse am

[Im Browser öffnen](#)



Sächsisches Weißfisch-Filet* Bild: Horstsee bei Wermsdorf/Sachsen
Die leckerste Lachs-Alternative. Ehrlich nachhaltig.

Ungefährdete heimische Fischarten aus nachhaltiger und naturnaher Fischwirtschaft. Kurze Transportwege. Keine Überfischung. Keine Schleppnetzfischerei.

Weißfische leben in sächsischen Seen und großen Teichen. Sie ernähren sich vorwiegend von Pflanzenteilen, Kleinlebewesen und je nach Jahreszeit mit zusätzlich regionalem Getreide. Zu den Fischarten der Familie der Weißfische gehören z.B. Brasseln, verschiedene Karpfenarten und Giebel.

Sächsischer Weißfisch, gebacken im Asia-Style

*lt. WWF- und Greenpeace-Fischratgeber 2021: Als EINZIGE Fischfamilie uneingeschränkt empfohlen.

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir möchten Sie zu diesem Thema „Regionaler Fisch“ herzlich einladen, uns an unserem Stand 2-125 in der Halle 2 der Mitteldeutschen

Landgut NEUE ELBE 2022

Backup

(...)

Anpassung

Gesellschaft
Landwirtschaft
Ernährung
Verbraucher



Anpassung

Gesellschaft
Landwirtschaft
Ernährung
Verbraucher



Agrar- Genossenschaft See (Sachsen)

Anbau von **Lausitzer Lavendel** - 30ha zur
Anpassung an den Klimawandel und zur
Unterstützung der Regeneration der Böden
(u.a. durch die Fruchtfolge-Gestaltung)

**hier: Andreas Graf - Geschäftsführer der
Agrargenossenschaft See**



Anpassung

Gesellschaft
Landwirtschaft
Ernährung
Verbraucher



Regionales - aus Sachsen und Brandenburg

Nachhaltige Ernährung

Zielsetzung: artgerechte Tierhaltung im
natürlichen Herdenverbund

(hier: Elbauen bei Torgau - Elbweiderind)



