

EMFF/ EMFAF Projektbericht

Vorhabenbezeichnung
Weiterentwicklung der Marke „Lausitzer Fisch“
Verwaltungsbehörde/Bundesland
Verwaltungsbehörde EMFF/EMFAF
Projektgegenstand
<p>1. Ausgangslage Karpfen aus traditionellen Teichwirtschaften ist ein hochwertiges, nachhaltig erzeugtes Produkt. Dennoch gehen 80% der Produktion zu nur geringen Erlösen in den Großhandel. VerbraucherInnen bevorzugen filetierte Fischimporte (vor allem Lachs). Karpfen gilt als grätenreich und nur wenige Angebotsformen sind bekannt.</p> <p>2.1 inhaltliche Ziele</p> <p>Bekanntheitsgrad und Wahrnehmung des Lausitzer Fisches steigern, Image und Vermarktungspotenzial, Direktvermarktung mit Tourismus verknüpfen, Gastronomie als Partner gewinnen</p> <p>Ergebnisse: Die Marke „Lausitzer Fisch“ und das dafür entwickelte Logo tragen dazu bei, dass die Region wieder mehr als Fischregion wahrgenommen wird.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 12 zertifizierte Teichwirtschaften, • zahlreiche Marketingkampagnen (events und Presseartikel, Broschüren) • Partnerschaften zu Restaurants und weiteren regionalen Erzeugern <p>Webseite: Lausitzer Fisch: So schmeckt Oberlausitz (lausitzer-fisch.de)</p> <p>2.2 zeitliche Ziele</p> <p>Starttermin: Januar 2019 Endtermin: Dezember 2022</p>
Finanzieller Rahmen
Fördervolumen: 238 T€
Kontaktdaten
<p>Antragsteller: Marketing Gesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien mbH Vorhaben des Fischwirtschaftsgebietes „Oberlausitzer Heide- und Teichlandschaft“ Adresse: Humboldtst. 25, 02625 Bautzen Website: Lausitzer Fisch: So schmeckt Oberlausitz (lausitzer-fisch.de) Soziale Medien_</p>

Sonstiges



Lausitzer Fisch – Markendreiklang



Kultur



Natur



Genuss



Quelle: Marketing Gesellschaft Oberlausitz Niederschlesien mbH (MGO)