



AK Fisch – 24.10.2018

egeb: Wirtschaftsförderung.

Christian Holst
 04821/4030280
 holst@egeb.de

RegionNord

Olaf Prüß | Anke Rohwedder
 04821/94963230
 rohwedder@regionnord.com



1. Feststellung der Beschlussfähigkeit
2. Genehmigung der Niederschrift vom 22.05.2018
3. Marketing-Konzept inkl. Ausrichtung Glückstadts zur Matjes-Stadt
4. Wanderausstellung zur Logger-Heringsfischerei
5. Food-Truck
6. Broschüre „Kochbuch und Fischvorkommen Elbe“
7. Verschiedenes
 - a. Sachstandsmitteilungen
 - b. Diverses



3. Marketing-Konzept inkl. Ausrichtung Glückstadts zur Matjes-Stadt

- Ziel: Glückstadt fest mit dem Produkt „Matjes“ zu verankern (vergleichbar mit Lübeck; Lübeck ist fest mit dem Produkt „Marzipan“ verankert, ohne in der Werbung als „Marzipan-Stadt“ dargestellt zu werden.)
- Angedacht ist, dafür mit Zuwendungsmitteln ein Vermarktungskonzept zu erstellen. Themen des Vermarktungskonzeptes könnten dabei sein:
 - In Anlehnung an die „Krokuskönigin“ / den „Krokuskönig“ in Husum erhält Glückstadt einen Botschafter, nämlich eine „Matjes-Rebellin“/ einen „Matjes-Rebellen“
 - Anschaffung eines vielseitig einsetzbaren Food-Trucks
 - Werbekampagne
 - Wanderausstellung „Seegekehrt & Seegesalzen“
 - Definition des „Matjes“ im Lebensmittelbuch bzw. auf EU-Ebene
 - Vertrieb eines Matjesmagazins
 - Künstlerische Wahrnehmung des Matjes in der Stadt (beispielsweise durch Skulpturen, Fußbodenplatten mit Matjes, etc.)
- Es besteht die Möglichkeit auf ein landesweites Pool-Projekt



4. Wanderausstellung zur Logger-Heringsfischerei

- Bericht in der Glückstädter Fortuna vom 19.10.2018
- Sachstandsbericht durch Herrn Boldt

„Seegekehlt und Seegesalzen“

Aus Alt mach Neu: Museumsleiter Christian Boldt überarbeitet Ausstellung zum Heringsfang

Von Christine Reimers

GLÜCKSTADT Gerhard Köhn hat Glückstadt etwas Besonderes beschert: Der Historiker recherchierte die Geschichte der Heringsfischerei und des Fischfangs, schrieb sie auf und brachte sie als eine Art Chronik auf 600 Seiten unter dem Titel „Seegekehlt und Seegesalzen“ heraus. Kehlen, so nennen die Seeleute das Schlachten der Heringe. Dazu konzipierte er die gleichnamige Ausstellung.

Sieben Jahre nach dem Tod von Gerhard Köhn will Museumsleiter Christian Boldt die Ausstellung „in einer modernen Form“ neu gestalten. Sie wird als Wanderausstellung konzipiert und unter anderem weiteren Museen angeboten. Möglich macht das die finanzielle Förderung durch den Europäischen Fischereifonds und die Stadt Glückstadt. „Die Ausstellung wird ergänzt durch Schiffsmodelle, durch Fotos, Logbücher und Netze. Und durch Ölbilder, die wir im Bestand haben“, erklärt Boldt. Viel hat er sich mit dem Bestand von



Die typischen Werkzeuge aus der Zeit der Heringsfischerei will Christian Boldt auch in der Wanderausstellung zeigen. FOTOS: CR

Gerhard Köhn bereits in seiner Zeit als wissenschaftlicher Mitarbeiter des Muse-

ums beschäftigt. Zu Lebzeiten sammelte Köhn Hunderte von historischen Bildern über die Elbestadt.

Die Ausstellung „Seegekehlt und Seegesalzen“ ist für Christian Boldt „ein Fahnenträger für Glückstadt“. Eine herausragende Werbung auch für die Matjeswochen. Denn das Thema betrifft den Fang und die Verarbeitung des Heringes in früheren Zeiten. Das, was heute die Grundlage für die alljährlich stattfindenden Matjeswochen im Juni ist.

1894 stachen die ersten vier Logger von Glückstadt aus zum Heringsfang in See. „Die Ausstellung hält auch die Erinnerung an die He-

ringfischerei am Leben“, sagt Boldt.

Die Glückstädter Heringsfischereigesellschaft wurde

„Die Ausstellung wird ergänzt durch Schiffsmodelle, durch Fotos, Logbücher und Netze.“

Christian Boldt
Museumsleiter

1893 gegründet. Zu den Gründungsmitgliedern und Hauptaktionären zählten damals angesehene Bürger von Glückstadt, zu denen auch

Bürgermeister Brandes gehörte. Ihren Sitz hatte die Heringsfischerei am südlichen Binnenhafen im ehemaligen

Palais des Flottenkommandanten mit einem barocken Portal von 1701. Am 29. September 1969 wurde der Konkurs eingeleitet. Der Kölner Kaufmann Wilfried Hilgert übernahm die Glückstädter Gesellschaft bis 1976. Dann kam das Aus der deutschen Loggerheringsfischerei. Die Ausstellung selbst zeigt die Menschen, die an Bord und an Land gearbeitet haben. Köhn hatte viele aussagekräftige Fotos zusammengestellt, die er vielfach von Privatleuten bekam. Zudem befragte er früh Zeitzeugen.

Die Wanderausstellung wird im kommenden Jahr fertig sein und auf Reisen gehen, sagt Boldt.



Die Matrosen mussten auch die Fische vor Ort an Bord schlachten.



5. Food-Truck

- Abfrage bei insgesamt 45 Gastronomen aus der Region
- Erstes Gespräch mit 4 interessierten Gastronomen.
- Erste Ergebnisse:
 - Foodtruck soll als Werbeträger der Stadt fungieren
 - Repräsentative (Eye-Catcher) mit Matjes und „Fortuna“
 - Zentrale Administration
 - Mind. 1 Matjes-Gericht, ergänzt um Spezialitäten des jeweiligen Gastronomen
- Erneuter Aufruf in der Presse. (Glückstädter Fortuna, 18.10.2018, bzw. Online-Redaktion)
- Nächstes Gespräch mit Gastronomen und Berater am Mo. 05.11.2018 zur Konkretisierung, Ausstattung, Verwaltung und Kostenermittlung.

GLÜCKSTADT VERSTÄRKT MARKETING

Stadt will eigenen Food-Truck anschaffen

Stadt will eigenen Food-Truck anschaffen



Food-Trucks, wie der von Vincent Vegan, werden immer beliebter.

Bei entsprechender Resonanz soll der Truck vermietet werden und die

GLÜCKSTADT Food-Trucks werden immer beliebter. Inzwischen finden gleichnamige Festivals nicht mehr nur in Großstädten statt, sondern zunehmend auch im ländlichen Raum. Glückstadt will diesem Trend folgen. Dazu plant die Stadt, einen eigenen Food-Truck anzuschaffen, den Glückstädter Gastronomen bei Bedarf anmieten können.

Die Stadt erhofft sich von diesem Projekt einen Imagegewinn. „So sollen auf dem Truck zum Beispiel Spezialitäten wie den Glückstädter Matjes auf öffentlichen Veranstaltungen, auf Volksfesten und auch in anderen Teilen Deutschlands präsentiert werden“, sagt Heike Wolter von der Stadt Glückstadt. „Er soll von Gastronomen viel-

über hinaus eingesetzt werden, um auf die Angebote und Kulinarik Glückstadts hinzuweisen.“

Voraussetzung sei ein entsprechendes kulinarisches Angebot. „Dafür sucht die Stadt Gastronomen, die Interesse haben sich an der Konkretisierung und Umsetzung dieser Projektidee zu beteiligen und den Food-Truck einsetzen wollen“, so Wolter. Es sei angedacht, dass der Food-Truck tageweise durch die interessierten Gastronomen angepachtet werden könne. Eine Auswahl für große Volksfeste wie beispielsweise die Kieler Woche, die Hamburger Hafentage oder die Hansesail in Rostock soll über ein Rotations- oder Losverfahren erfolgen.

„Für die Umsetzungsphase

Betriebsberatung Hotellerie Gastronomie GmbH (BBHG) aus Kiel einen kompetenten Partner engagiert, der das Betriebskonzept und die Wirtschaftlichkeit des Projektes begleitet“, erklärt Wolter. Die Stadt Glückstadt möchte ihre Marketing-Strategie auf breitere Füße stellen und plant hierfür einen vielseitig einsetzbaren Food-Truck zu erwerben. „Die Stadt ist kulinarisch eng mit dem Matjes verwoben und das soll nun stärker nach Außen kommuniziert werden.“ Ein prominentes Beispiel für eine gelungene Kombination von Stadtmarketing und Kulinarik sei das „Lübecker Marzipan“. Analog dazu will die Stadt den „Glückstädter Matjes“ als Marke positionieren. Entstanden ist die Idee

➤ Interessierte Gastronomen können sich bei Heike Wolter unter 04824-930410 oder per E-Mail H.Wolter@glueckstadt.de anmelden. Ein erster Austauschtermin ist nach vorheriger Rückmeldung für Montag, den 5. November um 9 Uhr im Rathaus Glückstadt, vorgesehen.

**ARBEITSKREIS FISCHEREI
Stärkeres Profil**

Der Arbeitskreis Fischerei wurde einst gegründet, um das Profil Glückstadts als maritime Stadt an der Elbe und als „Matjeshauptstadt Deutschlands“ auszubauen. Daher kommen die Mitglieder und Akteure des Arbeitskreises aus den Bereichen Fischerei, Gastronomie und Tourismus. Dem Arbeitskreis stehen jährlich EU-Fördermittel aus dem europäischen Meeres- und Fischereifond zur Verfügung. Mit diesen Mitteln ist in jüngster Zeit die Erstellung des Wertschöpfungs des



6. Broschüre „Kochbuch und Fischvorkommen Elbe“

- Erste Angebote liegen vor. Angebote reichen von 7.800 Euro bis knapp 24.000 Euro brutto
- Vorstellung des Projektes durch Herrn Bunzel.
- Nächste Schritte?



7. Verschiedenes

- a. Sachstandsmitteilungen
- b. Diverses
 - Termin