



Marketing- und Vertriebspartnerschaft „Deutsche Fisch-Genuss-Route“ (DFGR) für „Premium-Partner Fisch-Betriebe / Produzenten“

Partnervertrag zwischen

Name Organisation:

Adresse:

vertreten durch:

, nachfolgend Partner genannt,

und

PROJECT M GmbH (Beauftragtes Interimsmanagement DFGR seitens der Stadt Glückstadt)

Gurlittstraße 28, 20099 Hamburg

vertreten durch ppa. Peter C. Kowalsky, nachfolgend DFGR-Management genannt.

Anlass und Zielsetzung

Das Leitprojekt „Deutsche Fisch-Genuss-Route“ (DFGR)“ der Positionierungsstrategie der Matjesstadt Glückstadt (2019) fokussiert über die Verknüpfung prägender Fisch-Standorte entlang der Deutschen Nordsee-Küste die Errichtung einer gemeinsamen Fischerlebnis-Qualitäts-Reiseroute. Über die Vernetzung von Tourismus und Fischwirtschaft, die gemeinsame Vermarktung und Stärkung der Kompetenzwahrnehmung zum Thema Fisch und Meeresfrüchte soll eine nachhaltige Image- & Kompetenzsteigerung für ausgewählte Partner-/Destinationen und ihre Tourismus- und Fischbetriebe erfolgen. Der Fokus liegt dabei auf der Hervorhebung von Fisch-Erlebnissen und besonderen Fisch-Produkten zur Erhöhung der touristischen Wertschöpfung und Stärkung der Fischbetriebe. Grundlage für die Errichtung der DFGR bildet die im Schulterschluss mit der Tourismuswirtschaft, dem Arbeitskreis Fischerei in Glückstadt und mit Unterstützung der AktivRegion Steinburg durchgeführte Machbarkeitsstudie zur Umsetzung der Deutschen Fisch-Genuss-Route. Diese wurde im 1. Quartal 2021 abgeschlossen und beinhaltet neben der konkreten Konzeption (Routenverlauf, Fisch-Highlights, Qualitätskriterien, Businessplan), bereits eine detailliert ausgearbeitete Marketing- und Kommunikationsstrategie sowie eine Partner-Strategie für die finanzielle Einbindung von Kommunen, Tourismus- und Fischbetrieben. Die vom Beratungsunternehmen PROJECT M GmbH im Auftrag der Stadt Glückstadt erstellte Machbarkeitsstudie bescheinigt deutlich die Sinnhaftigkeit und Durchführbarkeit der Deutschen Fisch-Genuss-Route und empfiehlt uneingeschränkt die Einrichtung einer nachhaltig erfolgreichen Partnerschaft von Fischwirtschaft und Tourismus entlang der Deutschen Fisch-Genuss-Route.

Damit die **Marketing- und Vertriebspartnerschaft „Deutsche Fisch-Genuss-Route“ (DFGR)** erfolgreich starten und langfristig etabliert werden kann, ist es erforderlich, dass sich Partner verpflichten, sich **ab dem Jahr 2022** möglichst langfristig an der Marketing- und Vertriebspartnerschaft „Deutsche Fisch-Genuss-Route“ zu beteiligen.





Erlebnis- und Vermarktungsschwerpunkte

Das Leitmotiv „Fischgenuss“ wird über Fisch-/Meeresfrüchte-Kulinarik in all seinen Facetten, entlang von Fischorten, maritimen Sehenswürdigkeiten und auf verschiedenen Erlebnisrouten (per Rad, PKW/Wohnmobil, per Schiff/Segelboot) erlebbar gemacht und touristisch in Wert gesetzt.

Erlebnis-Linien für drei Reisearten

„Küstenfeeling, Hafenflair und Fischgenuss mit dem Rad erleben“

- 6 Etappen
- 400 km Nordseeküstenfeeling
- die schönsten Genussorten für Einsteiger, Umsteiger und Tourenradler

„Absolute Freiheit im PKW / Wohnmobil“

- 5 Erlebnisrouten
- außergewöhnliche Stellplätze
- Deichrouten, Wassermähe & genussvolle Aussichtspunkte

„Maritimes Fisch-Erlebnis von der Wasserseite“

- 9 Erlebnisrouten
- Tideunabhängige Häfen & Marinas
- Fisch Ahoi für Landratten, Skipper und erfahrene Seebären

maritime Städte, UNESCO-Weltnaturerbe Wattenmeer, Kulturangebot, Veranstaltungen, Seen, Buchten, Flüsse, Strände, unberührte Natur, Shopping, Camping

Routenverlauf

Der Routenverlauf ist zum Start von Bremerhaven, Cuxhaven über die Elbmündung nach Stade, z.T. nach Cranz und Blankenese in den Hamburger Westen und über Wedel, Glückstadt, Friedrichskoog, Büsum, Tönning bis hin nach St. Peter-Ording konzipiert. Perspektivisch ist es angedacht, die Route auch bis zu den Nordfriesischen Inseln und nach erfolgreicher Etablierung sogar über die Schlei bis nach Kappeln, Eckernförder Bucht und Kiel und im Westen bis nach Emden / Leer auszubauen.

Maritimes Fisch-Erlebnis von der Wasserseite aus

Häfen

- Bremerhaven
- Cuxhaven
- Otterndorf
- Freiburg (Elbe)
- Glückstadt
- Wedel
- Brunsbüttel
- Büsum
- St. Peter-Ording

Mit dem Rad auf dem „Nordseeküstenradweg“ zu den Fisch-Highlights

Etappen

- Etappe 1: Bremerhaven - Cuxhaven (57 km)
- Etappe 2: Cuxhaven - Stade (77 km)
- Etappe 3: Stade - Hamburg (60 km)
- Etappe 4: Hamburg - Glückstadt (60 km)
- Etappe 5: Glückstadt - Friedrichskoog - Büsum (80 km)
- Etappe 6: Büsum - Tönning - St. Peter-Ording (50 km)

Mit dem Wohnmobil & Pkw zu den Fisch-Highlights an der Nordsee

Etappen

- Etappe 1: Bremerhaven - Cuxhaven (50 km)
- Etappe 2: Cuxhaven - Stade (70 km)
- Etappe 3: Stade - Hamburg (65 km)
- Etappe 4: Hamburg - Glückstadt (70 km)
- Etappe 5: Glückstadt - Büsum (90 km)
- Etappe 6: Tönning - St. Peter-Ording (50 km)



Leistungsvereinbarung

Der **Partner** und das **DFGR-Management** verpflichten sich gegenseitig zur Beteiligung an den innen- und außengerichteten Marketing- und Vertriebsaktivitäten (**Partnermanagement, Vermarktung und Content-Erstellung** der DFGR ab 2022).

Der Erfolg des Projektes hängt wesentlich von der Konsequenz und Reichweite ab, mit der es im Markt kommuniziert wird. Insofern ist eine angemessene Anzahl verbindlicher Vereinbarungen mit Partnern wichtig, weshalb die im folgenden ausgeführte Absichtserklärung geschlossen wird.

Der vorliegende **Partnervertrag gilt** vorbehaltlich der Akquisition von insgesamt mindestens 6 Landkreise, Städten oder Gemeinden, die sich an der Marketing- und Vertriebspartnerschaft „Deutsche Fisch-Genuss-Route“ (DFGR) beteiligen. Sofern die Beteiligung nicht zustande kommen sollte, wird gemeinsam mit den strategischen Partnern entschieden, wie die Partnerschaft fortgeführt werden soll.

Partnervertrag 2022

Zwischen dem **Partner** und dem **DFGR-Management** werden folgende Leistungen vereinbart.

1. Der **Partner** unterstützt aktiv den Aufbau der Marketing- und Vertriebspartnerschaft „**Deutsche Fisch-Genuss-Route**“ und beabsichtigt eine dauerhafte, langfristige Beteiligung an der Marketing- und Vertriebspartnerschaft „Deutsche Fisch-Genuss-Route“.
2. Das **DFGR-Management** führt gemeinsam mit den Gründungsmitgliedern, strategischen Partnern sowie allen weiteren Partnern mit einer Beteiligung i.H.v. mindestens 5.000€ p.a. (eingeschlossen) die **strategische Führung der DFGR** im „**Marketingboard**“ und bindet darüber hinaus die Basis sowie Premium-Tourismus-Betriebe angemessen in die strategische Planung mit ein.
3. Der **Partner** verpflichtet sich in seinen Marketing- und Vertriebskanälen zur Endkonsumenten-Ansprache zur **inspirierenden Vermarktung der DFGR**. So bindet er die DFGR bspw. als **Logo und Nennung auf seiner/n (Kampagnen-)Website(s) dauerhaft** und auf seinen **Social-Media-Kanälen oder in seinem Endkonsumenten-Newsletter** (sofern vorhanden) **regelmäßig** mit ein.
4. Der **Partner** verpflichtet sich, in der Kommunikation und der Produktentwicklung zur DFGR sich die **Markenbotschaft, das Qualitäts- und Wertversprechen sowie die Leitzielgruppen zu berücksichtigen**. Änderungen der zentralen Markenbotschaft sind nur nach vorheriger Abstimmung aller strategischen Partner möglich, um ein einheitlichen / abgestimmtes Bild nach außen geben zu können.
5. Der Partner verpflichtet sich zur **aktiven Mitwirkung** an den für das jeweilige Jahr geplanten Marketingaktionen, welche durch die Projektkoordination geplant und durchgeführt werden, beispielsweise durch die fristgerechte Zulieferung des dafür nötigen Contents (Bilder, Videos, Texte, etc.) und die gemeinsame Vermarktung über Interaktionen im Social Web.
6. Der Vertrag ist auf eine langfristige Zusammenarbeit ausgerichtet und verlängert sich jährlich automatisch, sofern er seitens der Vertragspartner nicht bis zum Ende des 3. Quartals gekündigt wird.



Beitrag des Partners

Der **Partner** leistet für die Partnerschaft ab dem Jahr 2022 einen jährlichen finanziellen Beitrag, welcher für die Umsetzung der Marketing- und Vertriebsaktivitäten, für die operative Steuerung und Content-/Produktentwicklung im Rahmen der Deutschen Fisch-Genuss-Route eingesetzt wird.

Der Beitragssatz 2022 richtet sich an den vorgesehenen Beteiligungssätzen der Partner:

- **Strategischer Partner (Großstadt / regionale DMO / WiFö LK)** 12,5 T. € p.a.
- **Premium-Partner DMOs d. Städte & Gemeinden** 7,5 T. € p.a.
- **Premium-Partner Fisch-Betriebe / Produzenten** 5 T. € p.a.
- **Premium-Partner Tourismus-Betriebe** 950 € p.a.
- **Basis Partner-Betriebe** 250 € p.a.

Folgender Beitragssatz wird für den Partner vereinbart:

5.000,- € p.a. inkl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer

Der Beitrag wird jeweils zum 15.01. des jeweiligen Jahres fällig. Für den Fortlauf der Partnerschaft werden alle Partner im Rahmen von Netzwerkveranstaltungen eingebunden.

Über Monitoring-Instrumente wird allen Partnern mind. einmal pro Jahr im Rahmen einer Netzwerkveranstaltung anhand eines Aktionsberichtes zu Maßnahmen, Marketingerfolgen etc. berichtet.

Als Gegenleistung erhält der Partner die **folgenden Leistungen (siehe Seite 5)**

Ort

Ort

Partner

ppa. Peter C. Kowalsky
PROJECT M GmbH

Interimsmanagement der DFGR
im Auftrag der Stadt Glückstadt



Leistungen für den Partner (Premium-Partner Fisch-Betriebe / Produzenten)

| Leistungen | |
|---|---|
| Strategie & Controlling | |
| Berechtigung als volles, stimmberechtigtes Mitglied in der strategischen Ausrichtung im Marketingboard der DFGR | X |
| 2 x pro Jahr (Online)-Sitzung zur Strategie- und Marketingplanung | X |
| Aufnahme in Partner-Newsletter / Zugang zu Gästeinformationen | X |
| Netzwerkveranstaltungen | X |
| Marketing & Vertrieb | |
| Sichtbarkeit / Nennung auf allen öffentlichen Publikationen der DFGR | |
| Sichtbarkeit auf der Website www.fischgenussroute.de inklusive namentlicher Nennung (Bild, Logo, Kurzbeschreibung) und Verlinkung zur Website | X |
| Verlinkung auf Wunsch zum Buchungssystem des Partners | X |
| Sichtbarkeit / Storytelling auf Social Media Advertising (2 Ads) | X |
| Redaktioneller Einbindung mit Darstellung in Form von Reiserouten für Radfahrer und PKW-/Wohnmobil-Reisende | X |
| Redaktioneller Einbindung mit Darstellung in Form von Reiserouten für Segler / Bootsfahrer | X |
| Kooperation und Einbindung bei Presse-/Bloggerrelations | X |
| 1 x p.a. Einbindung individueller Presseartikel zur DFGR in der Partnerstadt | X |
| 2 x p.a. individueller Facebook-Posts zum Fischerlebnis in der Partnerstadt | X |
| 2 x p.a. individueller Instagram-Posts zum Fischerlebnis in der Partnerstadt | X |
| Übergabe von Postkarten mit DFGR-Motiven zur Auslage | X |
| Contentproduktion & Storytelling | |
| Zugriff auf die gemeinsame Partner-Content-Datenbank (Cloud) / Bild-datenbank der DFGR und freie Nutzung der dort frei gegebenen Bilder | X |
| Social Media Kit für Partnerbetriebe (Logo DFGR, Key Visuals DFGR, Teasertexte zu #fischgenuss #fischverliebt #DFGR) | X |
| Contentproduktion vor Ort (1 x Fotoshooting inkl. Rechte zur weiteren Nutzung / Redaktion Text 1 Tag) | X |
| SnackContent-Video 1-2 Minuten zur Einbindung auf Websites & Social Media | X |