

## Erste Förderphase von REGIONEN AKTIV erfolgreich beendet – die Nordlichter machen weiter!

Liebe Mitglieder der Nordlichter-Region Weserland, mit diesem Jahr endet gleichzeitig die erste Förderperiode von REGIONEN AKTIV. Dies gibt uns die Gelegenheit zurückzublicken und die nächsten Schritte zu skizzieren.

### Das Weserland wird Modellregion

Von fast fünf Jahren haben wir uns in Stadt und Land zusammengeschlossen, um unsere Zukunft in der Region aktiv zu gestalten. Im Regionalen Entwicklungskonzept haben wir uns Schwerpunkte gesetzt, die die Region stärken und die Wertschöpfungsketten rund um landwirtschaftsnahe Produkte und Dienstleistungen verbessern sollten.

Von Anfang an ging es darum, Partnerschaften des Vertrauens aufzubauen, zwischen: Stadt und Land, Erzeugern und Verbrauchern, Landwirtschafts- und Umweltverbänden, konventioneller und biologischer Landwirtschaft. Aus diesem Ansatz heraus ist ein heterogener Akteurskreis entstanden, der im Rahmen von REGIONEN AKTIV seines gleichen sucht. Diese Konstellation war nicht spannungsfrei und hat sicher zu einem vermehrten Diskussionsbedarf geführt. Im Vorstand, in dem die unterschiedlichen Interessensgruppen vertreten sind, haben wir das gerne in Kauf genommen, um wirklich alle relevanten Akteure am Tisch zu haben und über alte Gräben hinweg Brücken in die gemeinsame Zukunft zu schlagen. Das ist nicht an jedem Punkt gelungen, aber dennoch können wir mit dem Erreichten zufrieden sein.

Wer erinnert sich nicht an die Freude, als wir tatsächlich den Wettbewerb gewannen und als eine von 18 Modellregionen unter über 200 Bewerbern ausgewählt wurden? Diesen Erfolg haben wir fröhlich, aber kurz gefeiert, denn schnell ging es darum, in den sieben Leuchtturmprojekten Nägel mit Köpfen zu machen. Die Akteure sprühten so vor Ideen, dass Projektträger, Regionalmanagement, Vorstand und Abwicklungspartner von Beginn an alle Hände voll zu tun hatten, die Projektvorschläge durch die Tücken des Förderrechts in die Realisierung zu begleiten.

### Vom Projekt zur Marke

Inzwischen sind gut 40 Projekte erfolgreich durchgeführt worden. Geführte Radrouten zu Bauernhöfen, Projekte rund ums Pferd, erlebnispädagogische Angebote für Schüler auf Bauernhöfen, Strategien zur Vermarktung regionaler Qualitätsprodukte haben ebenso wie die Qualifizierung von Köchen in Großküchen, die Veranstaltung von Festen und Märkten, ländliche Bildungsangebote und vieles mehr zu einem verbesserten Erzeuger-Verbraucher-Dialog beigetragen. Schließlich wurde Anfang 2005 die neue Regionalmarke „weserklasse“ aus der Taufe gehoben,

die bereits einen Warenkorb mit über 150 Produkten füllt. Zwei mal hat der Beirat von REGIONEN AKTIV das Weserland in dieser Zeit zu den acht erfolgreichsten Modellregionen gekürt. Durch weit über hundert Presseveröffentlichungen hat sich die Nordlichter-Region Weserland auch bei einer breiten Öffentlichkeit einen Namen gemacht.

So war es nicht einfach, als wir uns Ende letzten Jahres entschlossen haben, die Begriffe „Nordlichter“ und „Weserland“, die wir nicht als Markennamen verwenden durften, zugunsten unserer neuen Regionalmarke „weserklasse“ in der Außerdarstellung zurückzunehmen. Sowohl die öffentliche Resonanz, als auch die konkreten Vertragsabschlüsse zeigen aber, dass wir mit der „weserklasse“ dem Ziel, Verbrauchervertrauen und die Nachfrage nach regionalen Produkten und Dienstleistungen zu stärken, entscheidend näher kommen. Aus vergleichbaren Prozessen wissen wir allerdings auch, dass wir noch viel Engagement und Unterstützung aus der Partnerschaft, von den Wirtschaftsakteuren und seitens der Politik und der Verwaltung benötigen um die „weserklasse“ langfristig erfolgreich zu machen.

### weserklasse – die Region setzt ein Zeichen

Auch 2006 wird REGIONEN AKTIV im Weserland fortgeführt, allerdings in stark eingeschränktem Maße. Das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, hat den Regionen Mittel für das Regionalmanagement zur Verfügung gestellt. 30 Prozent der Kosten werden durch Fördermittel der Regionalen Arbeitsgemeinschaft Bremen/Niedersachsen getragen. Die inhaltliche Ausrichtung in der Umsetzung wird sich in der zweiten Phase von REGIONEN AKTIV auf das Kernthema „weserklasse“ konzentrieren.

Auf der letzten Mitgliederversammlung wurde deutlich, dass die „weserklasse“-Wertschöpfung weiterhin durch Projekte zur Verbraucheraufklärung und –aktivierung (z.B. Feste, Märkte, Fahrradtouren, Erlebnispädagogik) sowie zur Entwicklung innovativer Produkte und Dienstleistungen (z.B. Angebote in Großküchen und Restaurants, Catering, Convenience-Gerichte) flankiert werden sollte.

Das Regionalmanagement wird sich im Rahmen seiner Kapazitäten auch um solche Projekte kümmern. Zusätzlich zu den Mitteln für das Regionalmanagement gibt es die Option auf Fördermittel für Projekte im Jahre 2006 und 2007. Diese sind allerdings an die politische Entscheidung der neuen Bundesregierung gekoppelt, diesen Prozess der integrierten ländlichen Entwicklung fortzusetzen und die hierfür notwendigen Finanzmittel bereitzustellen. Wir haben also die Chance den Prozess



fortzusetzen, allerdings nicht die von uns gewünschte Planungssicherheit für die weitere Umsetzung von Projekten.

### Machen Sie mit!

Unabhängig von der weiteren Verfügung über Fördergelder möchten wir Sie, liebe Mitglieder, herzlich zur weiteren Mitarbeit bei der Nordlichter-Region-Weserland einladen. Unsere Partnerschaft aus Erzeugern, Verbrauchern, Verarbeitern, Händlern, Gemeinden, Kreisen, Städten, Kammern, Verbänden, Initiativen, Firmen und engagierten Einzelpersonen stellt bundesweit eine Besonderheit und Qualität dar, die es wert ist, erhalten und ausgebaut zu werden. An vielen Punkten führt diese Partnerschaft immer wieder zu überraschenden neuen Kooperationen und strategischen Bündnissen, von denen Sie profitieren können. Ob Sie in dieser Partnerschaft neue Zielgruppen, Abnehmer, Anbieter, Zulieferer, Verarbeiter, Ansprechpartner, Dienstleister suchen, ob Sie Know How, Kontakte, Anregungen, Austausch, Fördermittel oder einfach ideelle Unterstützung benötigen – Regionalmanagement und Vorstand werden weiterhin eine verbindliche und rege Kommunikation zwischen den Partnern organisieren.

Zwei aktuelle Gutachten über die Entwicklung des Nordwestens (Bremer Landesbank und Handelskammern im Nordwesten) betonen die Notwendigkeit, regionale Wertschöpfungsnetzwerke aufzubauen. Die Nordlichter-Region Weserland ist schon seit fünf Jahren auf diesem Weg. Wir möchten uns bei allen Akteuren, Partnern und Mitgliedern für die geleistete Arbeit und Unterstützung bedanken und haben für 2006 besonders einen Wunsch: Machen Sie weiter mit!

Schöne Weihnachten und ein gutes Jahr 2006 wünscht Ihnen die Nordlichter-Region Weserland e.V.  
Der Vorstand



**GUTEN APPETIT!**



## weserklasse - Genuss für die ganze Familie Eine Weihnachtsgeschichte

Mit über 150 Produkten, 50 Verkostungsaktionen, neun Vertragspartnern und einer ganzen Reihe weiterer an einer Kooperation interessierten Betrieben hat die **weserklasse** einen wirklich guten Start hingelegt, der Hoffnung für das nächste Jahr macht. Ein großer Vorteil der **weserklasse** ist die Einbindung in das Nordlichter-Netz mit zahlreichen flankierenden Aktivitäten. So hatte in der Weserländer Durchschnittsfamilie jedes Familienmitglied in den

Fotos:  
links: Theodora Plate, Rainer Breuer und Angela Wilhelms (v.l.)  
gucken zu, wie in der Küche des CafeK die  
Bremer Bio-Bratwurst gebrutzelt wird  
rechts: Aktionstag „Convenience-Produkte“ in der Aha-Tagespflege Achim

### Im Krankenhaus

„Wirklich lecker, diese Bremer Bio-Bratwurst.“ Die Gäste im Cafe K des Rotes Kreuz Krankenhaus in Bremen waren zufrieden. Am 24. November verbreiteten neben der Bratwurst noch ein Rinderbraten, ein Wildschweinbraten und ein Kartoffel-Gratin sowie jede Menge köstliche Beilagen ihre verführerischen Düfte. Außer dem Wildschweinbraten wurden die Zutaten für alle Gerichte von der neuen Regionalmarke **weserklasse** geliefert, die beweisen wollte, dass regionale Qualitätsprodukte auch in der Gemeinschaftsverpflegung eine attraktive Alternative darstellen. „Für mich ist es ganz wichtig zu sehen, ob die Gäste bereit sind, für dieses Essen auch etwas mehr zu bezahlen. Dann würde ich das gerne regelmäßig anbieten“, sagte Küchenchef Pierre Tournoux. Bei der abschließenden Auswertung stellte er fest, dass nicht nur die Cafe-Gäste, sondern auch die Patienten auf den Zimmern das **weserklasse**-Essen gut angenommen hatten. Auch Theodora Plate von der Verbraucherzentrale Bremen, die für die Nordlichter-Region Weserland das Modell-Projekt „Versuchsblobn Großküche“ initiiert hat, war zufrieden: „Wir haben bewiesen, dass regionale Produkte auch in der Großküchenverpflegung eine Chance haben. Das lässt uns hoffen, noch weitere Küchenleiter überzeugen zu können.“

### In der Senioren-Tagespflege

Rinderbraten mit Apfelrotkohl und Salzkartoffeln – was sich wie ein Gericht aus Urgroßmutter's Rezeptbuch anhört, ist in Wirklichkeit eine absolute Neuheit. Die Achimer Stadtmarketinggesellschaft hat diese Mahlzeit erstmals als regionales Bio-Fertiggericht herstellen lassen.

Die Firma CaterGuide verarbeitete als Projektpartner für das Fertiggericht ausschließlich frische Vorprodukte aus der Region ohne den Einsatz von Zusatz- bzw. Konservierungsstoffen. Ca 20 Mittagsgäste der AHA Tagespflegeeinrichtung für Senioren in Achim sowie die Projektbeteiligten und Pressevertreter ließen sich das herzhafteste Premieren-Menü am 2. November schmecken. Nach dem Testlauf soll das Fertiggericht unter der neuen Marke **weserklasse** im örtlichen Einzelhandel und in weiteren Gemeinschaftsverpflegungseinrichtungen angeboten werden. Dazu wird das Netzwerk aus Erzeugern, Verbrauchern, Handel und Abnehmern weiter ausgebaut.

## Familie König feiert Weihnachten

Wie jedes Jahr sitzt Familie König Heiligabend am festlich geschmückten Esstisch. Das heißt, Herr König sitzt noch nicht, sondern holt gerade den köstlich duftenden Braten aus der Röhre. Als er ihn in Scheiben geschnitten hat und mit dem Bratenteller ins Esszimmer kommt, strecken sich ihm acht Nasenlöcher entgegen. „Die Gans sieht aber komisch aus“, sagt Jonas, der 15jährige Sohn. „Ist ja auch keine“, antwortet Frau König, „dieses Jahr gibt es Rinderbraten.“ – „Wieso das denn, der hat doch gar keine Knochen zum Abknabbern“, beschwert sich Nesthäkchen Julia. „Dafür ist das Fleisch aber besonders lecker.“, antwortet die Mutter. „Gestern Vormittag war im Sparmarkt eine Aktion mit frischen und gesunden Lebensmitteln. Sogar ein Landwirt war dabei und hat erklärt, dass das Fleisch von Weiderindern stammt. Die haben extra eine Marke erfunden: **weserklasse**. Gemüse und Kartoffeln habe ich von denen auch gleich mitgenommen.“

*Von Ende Juli bis Ende Dezember präsentierte das Projekt „Region im Regal“ 50mal die weserklasse mit Produkten und Erzeugern. Einsatzschwerpunkt war die*



„Region im Regal“ informiert im Restaurant

*Bremer Neustadt, die sich durch die Unterstützung der dortigen Lebensmitteleinzelhändler zum Pilotstadtteil für regionale Produkte entwickelt.*

„Klasse, spitzenklasse, **weserklasse**, oder was?“, fragt Jonas, der etwas für Wortspiele übrig hat.

Frau König: „Ja, wenn das Zeichen irgendwo drauf ist, weiß man, dass es aus der Gegend hier stammt.“

Jonas: „Ist mir doch egal, wo der Braten herkommt, hauptsächlich er schmeckt. Mmh und der hier schmeckt.“ Das kann Julia so nicht stehen lassen. „Hast wohl noch nie was von Tiertransporten gehört? Ist doch besser, wenn Tiere nicht tagelang im Lastwagen durch die Weltgeschichte geschickt werden? Oder das Fleisch extra mit dem Flugzeug hergefliegen werden muss!“

Jonas: „Woher willst du das denn wissen, Angeberin?“ Julia: „Wir waren letzte Woche mit der Schule auf einem Bauernhof. Da hat uns der Bauer im Stall alles genau erklärt, über Futtermittel, Reifezeiten und artgerechter Haltung. Die Landwirte tun auch eine Menge für den Umweltschutz.“

*Im Projekt Erlebniswelt Bauernhof blicken Kinder, Schüler, Lehrer, Erzieher und Landwirte auf 50 einmalige und weitere regelmäßige Besuche auf Höfen und Äckern zurück. Insgesamt konnte die Organisatorinnen das Interesse von ca. 100 landwirtschaftlichen Betrieben aus dem Weserland wecken an einer Fortführung der Aktivitäten wecken. Parallel dazu wurden im Projekt „Schultreffpunkt Kulturlandschaft“ an der Mooreser Mühle elf Lernangebote für Schüler entwickelt, die im zurückliegenden Jahr ebenfalls rege nachgefragt wurden.*

Jetzt meldet sich auch Opa zu Wort, der etwas schwer von Gehör ist. „Schmeckt fast so gut wie gestern bei uns in Tagespflege.“

Frau König zuckt zusammen: „Willst du mich beleidigen? Da kriegt Ihr doch immer Fertiggerichte aus irgendeiner Großküche.“

Opa: „Ja und? Kann doch trotzdem schmecken. Gestern hat sich da eine neue Firma vorgestellt, Werderstasse oder so. So einen Grünkohl habt ihr noch nicht gegessen, sag ich Euch. Mit Pinkel, Kassler und allen Schikanen.“

letzten Wochen mehrfach die Gelegenheit, auf die neue Regionalmarke zu stoßen, vom Opa bis zum Nesthäkchen. Bestes Beispiel dafür ist die Familie König, die wir jetzt schon mal beim Weihnachtsessen belauschen dürfen.



Fotos:  
weserklasse hebt ab  
– Impressionen vom Fest im Lagerhaus



## SCHLAGLICHTER

Das Telefon klingelt. Alle fragen sich, wer Heiligabend mitten beim Essen stört. Das kann nur Tante Herta sein, die sich letzte Woche das Bein gebrochen hat und im Krankenhaus liegt. Da muss man natürlich rangehen. Frau König geht zum Apparat und kommt nach wenigen Minuten wieder an den Tisch zurück.  
Frau König: „Schönen Gruß von Tante Herta. Sie war ganz glücklich, weil sie endlich mal wieder was herzhaftes gegessen hat. Nur Kartoffelbrei, das wär ja kein richtiges Weihnachten, meinte sie.“ – „Und was gabs? Auch so'n Wunderbraten?“, macht sich Jonas lustig. „Nee, aber ne leckere Bremer Bio-Bratwurst. Auch von **weserklasse**, du Schlaumeier“. Da horcht Herr König auf: „Die ist wirklich gut, die hatte ich neulich im Stadion auch.“

*Nach zahlreichen Testessen auf Märkten und Festen, in Großküchen, Restaurants und Kindertagesstätten steht die Rezeptur der Bremer Bio-Bratwurst weitgehend fest. Sie wird zu gleichen Teilen aus Rind- und Schweinefleisch bestehen. Für Genießer, die aus religiösen Gründen kein Schweinefleisch essen dürfen, wird es eine Alternative aus reinem Rindfleisch geben. Im Moment wird geprüft, ob ein Imbissstand mit **weserklasse**-Produkten realisierbar ist, eventuell sogar am Weserstadion.*

Die Königs sind längst bei der Roten Grütze angekommen, aber Jonas lässt das Thema nicht los. „Dann gibt's bei McDonalds wohl demnächst leckere Öko-Burger“.

Herr König: „So verkehrt liegst du da gar nicht. Ich habe gelesen, im Teufelsmoor gibt's in einer Gaststätte jetzt Hammeburger statt Hamburger.“ „Wohl auch vom Weiderrind? Ich finde, Ihr übertreibt ein bisschen mit euerm Lokalpatriotismus.“

Herr König: „Wir müssen unsere heimische Wirtschaft doch unterstützen. Du willst doch schließlich auch mal ne Lehrstelle haben. Aber das lernt ihr wohl nicht in der Schule.“

Jonas steht auf und holt etwas aus seinem Zimmer. Als er zurückkommt hält er eine Urkunde hoch. „Ich wollte Euch doch nur auf den Zahn fühlen. Ich habe letzte Woche in der Schule nämlich das Q-Diplom bestanden! Da war ich sogar im Bauch von so einem Rindviech.“ Jetzt wollen die anderen natürlich alles ganz genau wissen und vergessen darüber fast die Bescherung.

*Das Q-Mobil hatte im vergangenen Jahr gut 40 Einsätze – vom Hoffest bis zur Kita, von der hafa bis zum Schulfest. Dabei wurden fast 3000 Q-Diplome vergeben. Weit über 30.000 Besucher und ca. 40 Presseberichte zeugen von der regen Anteilnahme am Leben der rollenden Kuh, deren Innen- und Außenleben von Auftritt zu Auftritt reichhaltiger und interessanter wurde.*

Als die Königs dann doch im Wohnzimmer vor dem prächtigen Weihnachtsbaum stehen, fragt Julia „Ist der auch von **weserklasse**?“

### Fest der weserklasse

Mehrere hundert große und kleine Gäste besuchten am letzten Sonntag im Oktober bei strahlendem Sonnenschein das Fest der **weserklasse** im Glashaus des Kulturzentrums Lagerhaus. Die Nordlichter und der ADFC hatten zahlreiche Umweltschutzinitiativen und Bio-Erzeuger eingeladen, die den jungen Gästen die landwirtschaftlichen Schätze der Region auf spielerische Weise näher brachten: beim Strohballenbau, Kartoffel-Druck oder Apfelsaftpressen.

### Existenzgründertage

Die drei Weserland-Landkreise luden unter der Federführung der Wirtschaftsförderung des LK Verden und mit Nordlichter-Unterstützung Ende November/Anfang Dezember Existenzgründerinnen und Existenzgründer ein, sich über Fördermöglichkeiten und Beratungsangebote zu informieren. Neben dem zentralen Existenzgründertag am 8. Dezember in Verden gab es in den Landkreisen Osterholz, Verden und Wesermarsch Veranstaltungen zu einzelnen Themen wie z.B.: „Einkommenssituation im ländlichen Raum“ oder „Betreutes Wohnen – eine Einkommensalternative auf Höfen“.

### Themenrouten

Um mehr Menschen die Region Weserland bekannt und erfahrbar zu machen, hat der ADFC – in Zusammenarbeit mit den regionalen Touristikpartnern – fünf neue Fahrradrouten entwickelt, die kulturhistorische und aktuelle Themen aufgreifen und die mundgerecht in fünf Broschüren „serviert“ werden: Aussichten aufs Wasser genießen; Auf Ochsen Spuren in Butjadingen; Land erleben; Jahrhunderte erfahren; Neue Energien gewinnen. Ab Anfang 2006 können die Broschüren über den ADFC Bremen, die Koordinationsstelle für das **weserklasse**-Regionalmarketing oder den Touristikern der Weserland-Landkreise bezogen werden.

### Broschüren

Die Dokumentationen der Projekte „Herbstzeit-Reifezeit“ (LWK Weser-Ems, Sabine Hoppe, 0441-801809, s.hoppe@lwk-we.de) und „Wiedereinsteiger im Reitsport – eine Chance für Pensionspferdebetriebe und Reitvereine“ (LWK Weser-Ems, Dr. Waltraud Böden, 0441-801806, w.boeden@lwk-we.de) können ab sofort bezogen werden. Infos: [www.nordlichter-region-weserland.de](http://www.nordlichter-region-weserland.de)



Das Q-Mobil informiert in der Kirche



## Der weserklasse-Warenkorb im Dezember

Die weserklasse-Vertragspartner bieten ca. 150 verschiedene weserklasse-Produkte an: Brot (z.B. Dreikorn, Sandkruger Dinkel, Schwarzbrot), Brötchen (z.B. Rosinenbrötchen, Mohnbrötchen, Müslibrötchen, Kartoffelbrötchen), Kuchen (Jahreszeitenabhängig z.B. Möhrenkuchen, Bratapfelkuchen, Erdbeerkuchen), Gemüse Quiche, Zwiebelkuchen, Kartoffelgratin; Mettwurst, Schinken, Aufschnitt (Rind, Schwein, Geflügel und Lamm), Wurst im Glas (z.B., Lammleberwurst, Kartoffelmettwurst, Zwiebelwurst), die ganze Fleischpalette von Geflügel, Schwein, Rind und Lamm (z.B. Braten, Schnitzel, Bratwürste, Kasseler, Gehacktes); Joghurt, Vollmilch, Frischkäse, Rohmilchkäse (Kuh, Schaf und Ziegen), Streichkäse; Marmeladen; Salat, Tomaten, Gurken, Paprika, Feldsalat, Kohlrabi, Kartoffeln, Auberginen, verschiedenste Kohlsorten; Eier, Honig, Saft von Streuobst Wiesen; Fertiggerichte (z.B. Hühnersuppe u. Labskaus); eingelegtes Gemüse (z.B. Kürbis süß/sauer, Gurken).

## Aus Vorstand, Management, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit

Es ist geschafft: Zur Kofinanzierung des künftigen Regionalmanagements konnte der Vorstand die Regionale Arbeitsgemeinschaft Bremen/Niedersachsen gewinnen, die im kommenden Jahr 32.000 EUR bereitstellt, um die Marke **weserklasse** weiterzuentwickeln. Der Anteil des Bundesministeriums für (Achtung: neue Reihenfolge!) Ernährung, Landwirtschaft, und Verbraucherschutz beträgt 75.000 EUR. Damit konnte der Vorstand die Ausschreibung für das künftige Regionalmanagement vorbereiten. Das „alte“ Regionalmanagement in den bewährten Händen von Forum wird parallel noch bis Ende April die erste Förderphase abschließen und dabei insbesondere den 2. Teil des Abschlussberichtes erstellen.

Da es zusätzlich zu den Mitteln für das Regionalmanagement eine Option auf Fördermittel für Projekte im Jahre 2006 und 2007 gibt, haben sich Vereinsmitglieder und Projektbeteiligte am Nikolaustag in Delmenhorst zu einem Nordlichter-Forum getroffen, um über entsprechende Projektansätze zu diskutieren. Etwaige Umsetzungsprojekte müssen sich künftig am Nordlichter-Kernthema orientieren: der Markenstrategie „weserklasse“. Daher ging es in Delmenhorst vor allem darum zu klären, welche Vorhaben die „weserklasse“ nachhaltig unterstützen können. Als besonders bedeutsam haben die Akteure die Themenfelder Produktentwicklung (integrierte Angebotspakete, Convenience-Angebote), Verbraucheransprache (z.B. über Events oder Aktionen am

POS) und Weiterentwicklung der logistischen Konzepte identifiziert. Mit einer definitiven Zusage über die Projektmittel rechnet das Regionalmanagement im Frühjahr. Das Geld wird allerdings erst nach Abschluss der Haushaltsvereinbarungen, voraussicht-



Die Vorstandsmitglieder Christine Schorr und Dieter Sander (links) eröffnen mit Moderator Penny Penski das Fest der weserklasse im Lagerhaus

lich im Sommer 2006, bereitgestellt werden können. Es wurde vereinbart, auch im nächsten Jahr thematische Foren durchzuführen und dabei die Marktpartner der **weserklasse** stärker einzubinden.

Vertreter aus Vorstand, Regionalmanagement und Regionalmarketing trafen sich vom 30.11–1.12. in Ovelgönne mit zahlreichen regionalen Akteuren zum Seminar „Regional- und Dachmarketing im Weserland – Teilregion und Dachregion gemeinsam in die Zukunft.“ Im Zentrum der Diskussion stand die zukünftige Kooperation der **weserklasse** mit der seit Jahren existierenden Regionalvermarktungsinitiative

ProRegion in der Wesermarsch. Dabei gaben die Teilnehmer den Synergiepotenzialen beider Vermarktungsinitiativen gute Noten. Die Erfahrung von ProRegion mit ihren Kernkompetenzen Lamm- und Ochsenwochen sowie die klare Markenstrategie der **weserklasse** mit ihrer jetzt schon beeindruckenden Angebotspalette können voneinander profitieren, wenn die Eigenständigkeit von ProRegion erhalten bleibt und die Marke **weserklasse** noch wesentlich stärker und nachhaltig bei den regionalen Marktpartnern verankert wird.

Die regionale Presse, insbesondere der Weser-Kurier mit Außenstellen, hat die Markteinführung der **weserklasse** in den letzten Wochen intensiv begleitet (siehe Pressespiegel auf [www.nordlichter-region-weserland.de](http://www.nordlichter-region-weserland.de)). Besonders dort, wo die **weserklasse** sich mit konkreten Aktionen präsentierte, waren die Lokalreporter vor Ort (Fest der **weserklasse**, Aktionstage Convenience-Produkte und CafeK, Regionale Regale im Einzelhandel).

In Kürze erscheint eine Broschüre, die in Wort und Bild die erste Förderperiode von REGIONEN AKTIV dokumentiert. Darin enthalten sind dann auch die ersten Geschichten über typische Weserland-Produkte, wie z.B. Scherkohl und Braunkohl, die Regionalforscher für die Nordlichter recherchiert haben. Die Mitglieder werden rechtzeitig über das Erscheinen der Broschüre informiert.

Anschrift:

### Kontakt & Impressum

Herausgeber:  
Nordlichter-Region Weserland e.V.  
Gefördert mit Mitteln des Bundesministeriums für Ernährung,  
Landwirtschaft und Verbraucherschutz

Vereinsbeitritt, Aktivitäten im Verein, Vorstand  
und in den Projekten:  
Nordlichter-Region-Weserland e.V.  
Info-Telefon: 0421 241 52 45  
E-Mail: [info@nordlichter-region-weserland.de](mailto:info@nordlichter-region-weserland.de)  
[www.nordlichter-region-weserland.de](http://www.nordlichter-region-weserland.de)

weserklasse, Marketing und Produkte:  
Koordinationsstelle Regionalmarketing  
Info-Telefon: 0441 77910 11  
E-Mail: [info@weserklasse.de](mailto:info@weserklasse.de)  
[www.weserklasse.de](http://www.weserklasse.de)

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit:  
E-Mail: [presse@nordlichter-region-weserland.de](mailto:presse@nordlichter-region-weserland.de)