



Dienstleistungsagentur
für Regionalvermarktung

Ein Projekt der

LEB-Dienstleistungsagentur
für Regionalvermarktung



in Kooperation mit der

Arbeitsgemeinschaft
Diepholzer Moorschucke

Gastronomische Schnuckenwochen im DümmerWeserLand

28. September bis 14. Oktober 2007

www.schnuckenwochen.de



gefördert von

Centrale Marketinggesellschaft
der deutschen Agrarwirtschaft mbH (CMA)



Land Niedersachsen, Marketinggesellschaft für niedersächsische Agrarprodukte e.V.



Sulingen, November 2007

1. Ziel und Anlass der „Gastronomischen Schnuckenwochen“

Die Schäfereien der Arbeitsgemeinschaft Diepholzer Moorschnucke streben an, die regionale Spezialität „**Diepholzer Moorschnucke**“ vermehrt über die heimische Gastronomie an die Verbraucher zu bringen. Es gibt seit Jahren einen festen, aber kleinen Stamm an Gastronomen, die die Diepholzer Moorschnucke auf ihrer Speisekarte haben. Darüber hinaus ist es aber bislang schwierig, mit der Diepholzer Moorschnucke eine breitere Zahl von Gästen in der Gastronomie anzusprechen. Über die im dritten Jahr durchgeführten „Gastronomischen Schnuckenwochen“ soll die gastronomische Basis schrittweise ausgebaut werden.



Die herausragende **Qualität** und der **besondere Herkunftsschutz** der Diepholzer Moorschnucke (geschützte Ursprungsbezeichnung) haben in der breiten Öffentlichkeit in der Diepholzer Moorniederung bislang nicht genügend Aufmerksamkeit erhalten. Zusammen mit Gastronomen, die es verstehen, das Produkt richtig zuzubereiten, kann hier wichtige „Aufklärungsarbeit“ geleistet werden.



Ziel der gemeinsamen Aktion ist es, durch werbewirksame Veranstaltungen die Diepholzer Moorschnucke als regionales Produkte, ihre besonderen Leistungen für den Erhalt der Moorslandschaft und nicht zuletzt die Kreativität und Qualität der regionalen Gastronomie öffentlichkeitswirksam herauszustellen und neue Kundenkreise anzusprechen und zu gewinnen.

2. Partner bei der Durchführung der Aktionswochen

Die Aktion wurde von den Schäfereien der AG Diepholzer Moorschnucke und 15 gastronomischen Betrieben gemeinsam getragen. Die Gastronomen deckten eine Region von Bohmte und Bad Zwischenahn bis nach Bruchhausen-Vilsen und Kirchdorf ab (3 Landkreise). Das Gebiet umspannt damit weitläufig den Naturraum Diepholzer Moorniederung.

Die Schäfereien der AG Diepholzer Moorschnucke (www.moorschnucke.de):

Schäferei Teerling
27232 Sulingen

Schäferei Ulenhof
49453 Rehden

Naturschutz Freistatt
27259 Freistatt

Schäferhof am Dümmer
49448 Stemshorn

Teilnehmende Restaurants 2007(www.schnuckenwochen.de):

Baumann's Hof
27245 Kirchdorf
www.baumanns-hof.de/

Forsthaus Heiligenberg
27305 Bruchhausen-Vilsen
www.forsthaus-heiligenberg.de

Hotel zur Börse
27232 Sulingen
www.hotelzurboerse.com/

Strandhaus Widdau
49448 Hüde
www.strandhaus-widdau.de

Der Ahrenshof
26160 Bad Zwischenahn
www.der-ahrenshof.de

Gasthaus Recker
49453 Wetschen
www.gasthaus-recker.de

Landgasthaus Gieseke-Asshorn, 49163 Bohmte
www.gieseke-asshorn.de/

Tierparkrestaurant
49419 Wagenfeld
www.tierparkrestaurant-ströhen.de

Dümmerhotel Strandlust
49459 Lembruch
www.duemmerhotel.de/

Gasthaus Märtens
27249 Mellingshausen
www.hotel-maertens.de

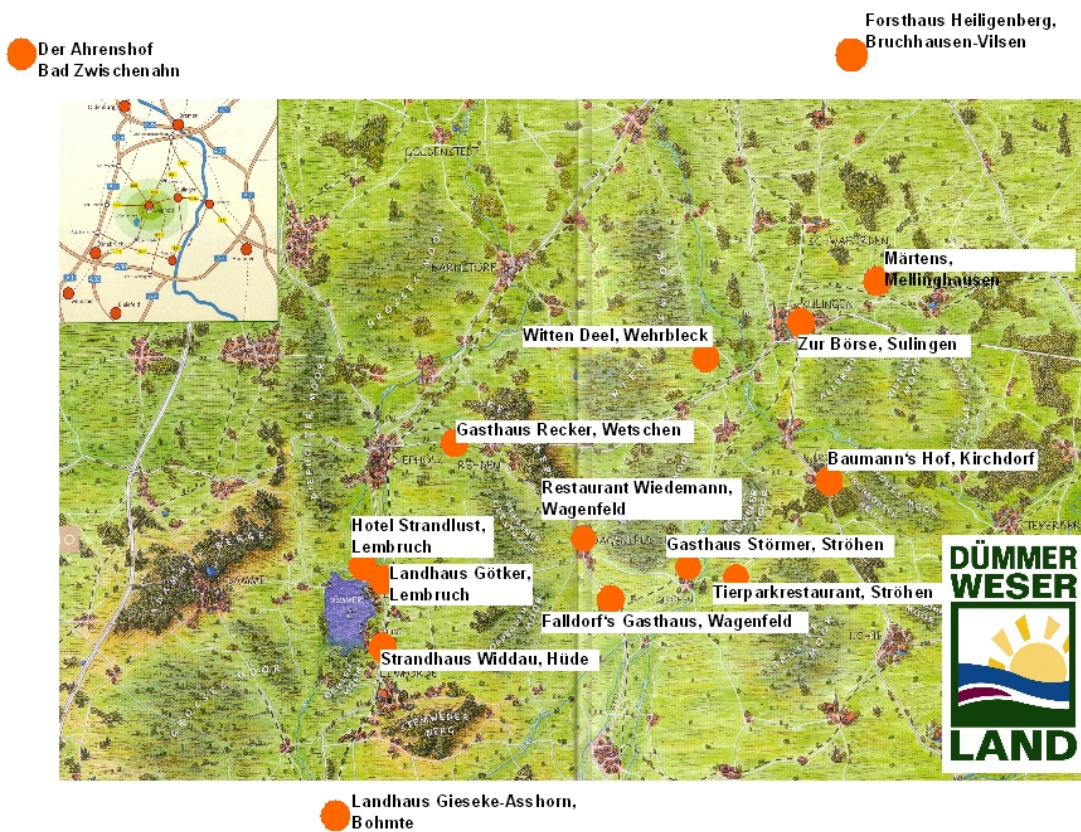
Landhaus Götter
49459 Lembruch
www.landhaus-goetker.de

Witten Deel
27259 Wehrbleck
www.witten-deel.de

Falldorf's Gasthaus
49419 Wagenfeld
Fax 05444 - 5958

Hotel Wiedemann
49419 Wagenfeld
www.hotel-wiedemann.de

Störmers Gasthaus
49419 Ströhen
www.stoermer.gasthaus.de



Organisiert und koordiniert wurden die Aktionswochen von der LEB-Dienstleistungsagentur für Regionalvermarktung. Unterstützt wurde sie darüber hinaus durch die DümmerWeser-Land-Touristik und das Slow Food Convivium Diepholz.

Die Aktion war auch eingebunden in das Netzwerk des „Tag der Regionen“ in Niedersachsen.

3. Das kulinarisch-kulturelle Programm für die Gäste

Den an den „Gastronomischen Schnuckenwochen“ beteiligten Gästen wurde ein „Genuss mit allen Sinnen“ geboten, bei dem sie gleichzeitig mehr über die Diepholzer Moorschnucke und ihren Lebensraum, die Diepholzer Moorniederung erfahren konnten. Kulturelle Veranstaltungen und Angebote stellten einen zusätzlich Anreiz für die Gäste während der Aktionswochen dar.

Kochkurs

Im Hotel Wiedemann nahmen 12 Gäste an einem Kochkurs rund um die Diepholzer Moorschnucke teil und lernten beim Zubereiten von Kürbissuppe mit Schinken von der Diepholzer Moorschnucke, Moorschnucken Mousakka, Moorschnuckenrücken mit Kräuterkruste und Moorschnuckenkeule einfache Tipps und Tricks um Umgang mit der Spezialität der Region, die auch am heimischen Herd nachzukochen sind.



Rehdener Herbstmarkt

Vom 05 - 07. Oktober war erstmals die Diepholzer Moorschnucke auf dem Rehdener Herbstmarkt vertreten. Der Rehdener Herbstmarkt ist ein Volksfest im Herzen der Diepholzer Moorniederung in unmittelbarer Nähe zum Rehdener Geestmoor, einem Feuchtgebiet internationaler Bedeutung, in dem die Moorschnuckenherde der Schäferei Ulenhof die Aufgaben der Landschaftspflege übernimmt. Bei dieser Aktion wurden einem breiten Publikum kulinarische Eindrücke und Informationen rund um die Diepholzer Moorschnucke vermittelt. Das Kochmobil „regional+gut“ bot Bratwurst und Eintopf auch in kleinen Probiergrößen und Moorschnuckenprodukte von der Schäferei Ulenhof an und stand für weitergehende Informationen zur Verfügung.



Zum Mittagessen am Sonntag gab es auch im Festzelt Moorschnuckengulasch.

Auf diesem Wege konnte ein anderes Publikum erreicht und informiert werden als dies in den Gaststätten der Fall ist. Interessierte Nachfragen am Stand gab es so immer wieder zum nahegelegenen und vielen Besuchern trotzdem nicht bekannten Moor und der Aufgabe der Moorschnucke. Durch die kleinen Probiergrößen konnten auch Hemmungen gegenüber den Moorschnuckengerichten genommen und ein breites Interesse geweckt werden.

Kulturprogramm

Im Zuge der "Gastronomischen Schnuckenwochen 2007" wurde in der Diepholzer Moorniederung nicht nur kulinarisch einiges angeboten - es wurde auch kulturell Spannendes präsentiert. Fünf Teilnehmer boten, passend zur Struktur ihres Hauses, ein kulturelles Programm an, bei dem ein Diepholzer Moorschnuckenmenü serviert wurde.

Die Dinner-Show „Ein gefährliches Spiel“ läutete am 22. September 2007 beim Gasthaus Märtens (Mellinghausen) die dortigen Schnuckenwochen mit einer Mischung aus exquisiter Küche und spritziger Unterhaltung ein.

Im Baumann`s Hof (Kirchdorf) erzählte Jan Teerling von der Schäferei Teerling am 06. Oktober 2007 zwischen einem 4-Gänge Menü Geschichten rund ums Schaf. Die Gäste bekamen sowohl Hintergründiges zur Diepholzer Moorschnucke als auch literarische Auszüge aus Schäfergeschichten zu hören.

Ebenfalls am 6. Oktober konnte im Hotel zur Börse (Sulingen) eine Kreation aus Entenbrust und zweierlei von der Diepholzer Moorschnucke genossen werden, untermalt durch den Soloflötist Dorin Predescu (ehemals Philharmonie Magdeburg).

Musikalisch begleitet wurde auch das Menü am 12. Oktober bei Witten Deel - durch die plattdeutschen Lieder aus dem Moor von Werner Quell. Der Liedermacher vertont bekannte und unbekannte Gedichte aus dem Moor und vermittelt so die Eigenheit dieser Landschaft auf besondere Weise.

Als Ausklang der Schnuckenwochen fand am 19. Oktober in Störmers Gasthaus (Ströhen) ein Irsicher Abend statt. Die Musik der Folkband „The New Foggy Few“ ist geprägt von der Weite und melancholischen Stimmung der Moore Irlands. Auf dem Büffet waren Gerichte der Irischen Küche, zubereitet mit regionalen Spezialität der Diepholzer Moorschnucke zu finden.

Spezielle Angebote

Einen besonderen Anreiz, Gerichte von der Diepholzer Moorschnucke zu probieren, bot das Tierparkrestaurant in Ströhen an. Über den Aktionszeitraum wurde beim Verzehr eines Schnuckengerichtes eine Eintrittsermäßigung auf den benachbarten überregional bekannten Tierpark und das Arabergestüt Ismer gewährt.

Speziell ein Angebot für alle, die sich erstmal „vorsichtig“ den Speisen und dem Geschmack der Diepholzer Moorschnucke näher wollten, stellte der Sonntagsbrunch „Schnucke trifft Fisch...“ am 07. Oktober im Dämmerhotel Strandlust (Lembruch) dar. Es wurden auf einem Büffet regionale Spezialitäten vom Dümmer und der Diepholzer Moorniederung geboten. Das Angebot wurde gut angenommen und auch die Diepholzer Moorschnucke reichlich probiert.

4. Öffentlichkeitsarbeit für die „Gastronomischen Schnuckenwochen“

Von der LEB-Dienstleistungsagentur wurden zu den Schnuckenwochen rund **8 Presseinformationen** verfasst und **3 Pressegespräche** geführt. Durch gezielte Anschreiben an die Redaktionen der Zeitungen, die räumlich an die Diepholzer Moorniederung angrenzen, wurde der Bezug zu Ihrem Erscheinungsgebiet verdeutlicht, um auch dort eine stärkere Veröffentlichung zu bewirken. Daraus resultierte im Vorfeld und auch begleitend zu den Schnuckenwochen eine umfangreiche Presseberichterstattung. Es wurde in ca. **20 Artikeln** sowohl über die Aktion selber als auch über die Moorschnucke im Speziellen berichtet (nicht berücksichtigt werden konnten mögliche Berichterstattungen kleiner Nachrichtenmedien wie z.B: touristische Broschüren, wenn die LEB keinen Rücklauf erhalten hat). Die Berichterstattung in den Zeitungen war eng an das Schalten der Anzeigen gekoppelt.

Neben der Tagespresse informierten auch **3 Fachmagazine** über die Aktion und das Produkt Diepholzer Moorschnucke (Schlossallee Nordwest, Die Küche, Allgemeine Hotel- und Gaststättenzeitschrift). Dazu erfolgte eine enge redaktionelle Betreuung von Seiten der LEB.

Am Starttag der Schnuckenwochen, Freitag den 28.09.07, sendete das **Nordwestradio** einen Bericht über die Gastronomieaktion und die Besonderheiten der Moorschnucke. Eine kurze Nachrichtenversion wurde auch auf Radio Bremen an diesem Tage mehrfach ausgestrahlt.



Schnuckenwochen 2007

2 Wochen im Zeichen der Diepholzer Moorschnucke

Osnabrück lebt – Im Nordwesten der Region finden in diesem Jahr wieder vom 28. 9. bis zum 14. 10. die Schnuckenwochen statt. Zahlreiche Restaurants der Landkreise Ammerland, Diepholz und Osnabrück präsentieren delikate Gerichte von der Diepholzer Moorschnucke.

Die Moorschnucke ist ein in der Diepholzer Moorniederung heimisches Schaf, das wegen seines nachschäbigen Fetts als „Schnucke“ bezeichnet wird. Ob als Lammbratwurst, klassischer Braten oder in ausgefallener Kombination von Moorschnuckenschnitzel mit Feinsauce und Moornessig. Das Fleisch der Diepholzer Moorschnucke ist etwas Besonderes. Davon sind die Küchenchefs der beteiligten Restaurants überzeugt und zeigen mit ihrer Kreativität, was sich alles aus der heimischen Moorschnucke zubereiten lässt – man hat die Wahl zwischen bis zu 13 verschiedenen Moorschnuckengerichten.

Das Fleisch der Moorschnucke besticht durch seinen zarten, würzigen Geschmack, seine dunkle Farbe und den geringen Fettgehalt. Die Tiere werden in Haltungsbedingungen gehalten, die den Naturschutz leisten.

Und die wo Diepholzer Moorschnucke draußt, ist auch Diepholzer Moorschnucke drin. Dafür garantiert die von der Diepholzer Moorniederung gehalten. Schäfer und Kühe tragen somit gemeinsam zum Erhalt einer vom Aussterben bedrohten Rasse bei, die wertvolle Arbeit für den Naturschutz leisten.

Im Reihemer Gestirnwort trafen sich Mathias Dreyer (Schäfer Ulenhof, altend), Frank Eberke (Casthau Falldorf), Jan Teerling (Schäfer Teerling), Marion Speckmann (Witten Doel), Georg Gensberg (Schäfer Ulenhof), Albert Wiedemann (Hotel Wiedemann), Guido Striewisch (Baanans' Hof), Christian Kemming (Hotel zur Biese), Sebastian Kantor (Dämmerhotel Strandlust) und Norbert Hollatz (Casthau Recker).

der EU verliehene Anerkennung „geschützte Ursprungsbezeichnung“ (g.U.).

Mehr zu den „Gastronomischen Schnuckenwochen“, den teilnehmenden Restaurants, Rezepten und weiteren Veranstaltungen rund um die Moorschnucke erfahren Sie unter www.schnuckenwochen.de oder unter Tel. 0 42 71/78 1443.

Geworben wurde für die Veranstaltung v.a. mit **Anzeigen** (halb- oder viertelseitigen Formate) in 7 verschiedenen Zeitungen an 10 Erscheinungstagen (Kreiszeitung im Landkreis Diepholz, Oldenburgische Volkszeitung, Nordwest-Zeitung, Weserkurier (Ausgabe: Regionale Rundschau / Syker Kurier), Die Wochenpost, Klönsnack-Magazin, Osnabrücker Nachrichten am Sonntag) und einem regionalen Lifestyle Magazin mit vierteljährlicher Ausgabe.)



Im Aktionsgebiet wurde darüber hinaus mit **Flyern (Auflage 20.000)** für die Schnuckenwochen Aufmerksamkeit geschaffen. Die Flyer wurden sowohl an öffentlichen Stellen ausgelegt, über Tourismusorganisationen verteilt, an regionalen Veranstaltungen ausgelegt als auch durch die gastronomischen Betriebe im Vorfeld des Aktionszeitraumes den Gästen überreicht.



Zur weitergehenden Information wurde bei jeder Veröffentlichung auf den **Internetauftritt www.schnuckenwochen.de** verwiesen, der immer wieder aktualisiert wurde (Auszüge s. Anhang). Im Zeitraum von 3 Monaten (August, September, Oktober) informierten sich ca. 4.200 Personen auf den Internetseiten, wobei durchschnittlich 13 einzelne Zugriffe erfolgten (ca. 55.000 Klicks). Schwerpunkt bildete dabei die Seite der Teilnehmer, gefolgt von Aktuelles, Gerichte/Speisekarten und Terminen. Diese hohe Besucherzahl verdeutlicht, wie wichtig aktuelle Informationen auf den Internetseiten während der Aktionszeit sind.

Für weitere Werbemaßnahmen, auch über den Aktionszeitraum der Schnuckenwochen 2007 hinaus, wurde ein fünfminütiger **Informationsfilm** erstellt, der sowohl die Besonderheiten der Diepholzer Moorschnucke als Landschaftspfleger und Delikatesse als auch die Gastronomiebetriebe die Diepholzer Moorschnucke zubereiten darstellt. Dieser Film kann auch künftig als Werbemittel auf Messen, Veranstaltungen etc. eingesetzt werden und auch auf der Internetseite der AG Diepholzer Moorschnucke und der Schnuckenwochen angesehen werden (siehe Anlage).

5. Ergebnisse der Schnuckenwochen

Auszeichnung „natürlich regional!2007“

Die Arbeit der Arbeitsgemeinschaft Diepholzer Moorschnucke der vergangenen Jahre wurde durch den 3. Preis beim bundesweiten Wettbewerb für Regionalinitiativen „natürlich regional! 2007“ vom Deutschen Verband für Landschaftspflege gewürdigt. Die Preisverleihung wurde durch Schirmherrn Bundeslandwirtschaftsminister Horst Seehofer am 17. Oktober in Berlin vorgenommen. In der Laudatio wurde besonders die vorbildliche Zusammenarbeit von Schäfern und Gastronomie erwähnt. Während der Schnuckenwochen könne gezeigt werden, wie sich kulinarische Genüsse und Naturschutz verbinden lassen. Eine Anerkennung daher auch für die Gastronomischen Schnuckenwochen der beiden zurückliegenden Jahre.



Aus Anlass dieser Preisverleihung wurde auch überregional über die Diepholzer Moorschnucke berichtet, so sendete der NDR in der Sendung 19:30 Hallo Niedersachsen einen Fernsehbeitrag und der Norddeutsche Rundfunk einen Radiobericht über die Moorschnucke.

Gastronomische Schnuckenwochen 2007

Alle 15 teilnehmenden Restaurants haben in der Aktionszeit die Diepholzer Moorschnucke in den Mittelpunkt ihrer Speisekarte gerückt und damit einen exponierten Platz für ein regionales Produkt geschaffen.

In diesem Jahr wurde eine **große Spannweite** der Resonanz bei den einzelnen Betrieben besonders deutlich.

- Die Schnuckenkarten wiesen eine Vielfalt von 3 bis 13 verschiedenen Moorschnuckengerichten auf.
- Einige Veranstaltungen hat wenig Zulauf andere wiederum waren überfüllt
- Die Nachfrage nach Diepholzer Moorschnuckengerichten reichte von sehr groß bis dahin gehend, dass während des Aktionszeitraumes keine erhöhte Nachfrage festgestellt wurde (dieser Betrieb bietet das ganze Jahr Schnuckengerichte an)

Rechnet man die während dem 17-tägigen Aktionszeitraum von den Schäfereien getätigten Verkäufe in Portionen um, kann man davon ausgehen, dass ca. **5.000 Gäste** Diepholzer Moorschnucke auf dem Teller hatten. Damit bleibt die Zahl der verkauften Essen hinter denen des Vorjahres zurück und liegt ungefähr bei der Zahl von 2005.

Ein Grund hierfür ist zum einen in der etwas geringeren Teilnehmerzahl (15 statt 17) zu sehen, deren Bestellmengen in die Auswertung eingeflossen sind. Zum anderen fanden 2007 eher kleinere kulturelle Veranstaltungen statt, die sich leichter in die Struktur der einzelnen Betriebe integrieren ließen. Die meisten Essen wurden im a la carte - Geschäft verkauft. Im Vorjahr dagegen fanden mehrere große Events statt, bei denen alle Gäste Diepholzer Moorschnucke serviert bekommen haben.

Auch wenn der Absatz an Moorschnucken während der Schnuckenwochen nicht erhöht werden konnte, macht sich die intensive Öffentlichkeitsarbeit in diesem Aktionszeitraum bemerkbar.

Gastronomen berichteten, dass Gäste noch **nach dem Aktionszeitraum** häufig nach Schnuckengerichten gefragt haben, was von einigen Häusern auch bedient werden konnte. Diese Lieferungen wurden in die oben genannten Zahlen jedoch nicht eingerechnet.

Des Weiteren wurde berichtet, dass mittlerweile **viel häufiger für Gruppenveranstaltungen, Familienfeiern etc.** Gerichte der Moorschnucke nachgefragt werden, was vor einiger Zeit noch undenkbar war. Dadurch erfolgt eine Abnahme der Tiere auch über den Aktionszeitraum hinaus. Die Gastronomen können dafür gezielt Fleisch bestellen, was sowohl die Planung der Schlachtung als auch die Preiskalkulation außerhalb des Aktionszeitraumes wesentlich erleichtert.

Auf der Internetseite der Arbeitsgemeinschaft Moorschnucke ist festzustellen, dass zurzeit insgesamt 21 Gastronomiebetriebe im Herbst oder auch ganzjährig ihren Gästen Diepholzer Moorschnucke anbieten. Nicht alle davon nehmen an den Gastronomischen Schnuckenwochen teil und profitieren dennoch vom zunehmenden Bekanntheitsgrad und der Informationsarbeit rund um die Diepholzer Moorschnucke. Die Aktion hat also auch **positive Auswirkungen auf andere Gastronomen** der Region.

Deutlich wurde in der Nachbesprechung, dass die Gastronomen **verstärkt Einzelteile nachfragen** und selten das ganze Tier verarbeiten. Dies bedarf in der Zukunft eines besseren Managements bei den Schäferereien. Um vermehrt das Fleisch der ganzen Moorschnucke zu verarbeiten, wurde z.B. vorgeschlagen im nächsten Jahr aus den wenig verwendeten Fleischteilen ein Gericht zu kreieren, das dann bei allen Gastronomen angeboten wird. Die Rezeptur kann im Vorfeld von einigen Köchen zusammen entwickelt werden und so mit einer ganz speziellen Moorschnuckenreation geworben werden.

Insgesamt haben die Gastronomen viel positive Resonanz auf die angebotenen Schnuckengerichte und die Teilnahme an den Aktionswochen bekommen. Die Abschlussrunde der Beteiligten war sich einig: Diese gezielten Schnuckenwochen im Herbst macht die Moorschnucke verstärkt zum Gesprächsthema. Es wird immer bekannter, dass die Diepholzer Moorschnucke etwas Einmaliges ist, die Region repräsentiert und sehr schmackhaft ist. Auch Gastronomen, die ganzjährig Diepholzer Moorschnuckengerichte auf der Karte haben, sehen diese intensive Zeit der Öffentlichkeitsarbeit als entscheidend für das Marketing der Diepholzer Moorschnucke an.

Eine Kontinuität der Aktion halten alle für ausschlaggebend und so soll es auch 2008 wieder die Gastronomischen Schnuckenwochen geben – wiederum organisiert durch die LEB-Dienstleistungsagentur.