



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement für
Wirtschaft, Bildung und Forschung WBF
Bundesamt für Landwirtschaft BLW

Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete (SAB)
Groupement suisse pour les régions de montagne (SAB)
Gruppo svizzero per le regioni di montagna (SAB)
Grupa svizera per las regiuns da muntogna (SAB)

3001 Bern / Seilerstrasse 4 / Postfach / Tel. 031/ 382 10 10 / Fax 031/ 382 10 16
www.sab.ch info@sab.ch Postkonto 50-6480-3



75 Jahre Berggebietsentwicklung

Wo stehen wir in Bezug auf die Stärkung von nachhaltigen Ernährungssystemen und Wertschöpfungsketten?

Donnerstag, 18. Oktober 2018, 18.00 bis 21.00 Uhr
Aula Hagen, Altdorf



Janosch Hugli © Netzwerk Schweizer Pärke

Die Teilnahme an der Tagung ist kostenlos

Ausgangslage

Konsumentinnen und Konsumenten suchen vermehrt nach Authentizität und Bodenständigkeit. Regionale Produkte treffen daher den Nerv der Zeit. Kreative und innovative Angebote, die zur Stärkung von regionalen Wertschöpfungsketten beitragen, erfreuen sich einer immer grösseren Nachfrage.

Bei regionalen Wertschöpfungsketten wird der überwiegende Teil der Tätigkeiten entlang der Wertschöpfungskette in der Region erbracht, womit auch ein grosser Teil der Wertschöpfung dort verbleibt. Innerregionale Kooperationen verschiedener Akteure entlang der Wertschöpfungskette sind oftmals erfolgsversprechend, denn sie haben einen Multiplikatoreneffekt. Insbesondere die Verbindung von Tourismus und regionalen Produkten bietet vielversprechende Potenziale, die durch eine Zusammenarbeit aktiviert werden können. So finden die Konsumentinnen und Konsumenten, was sie suchen. Gleichzeitig profitieren nicht nur die Landwirtschaft, die Verarbeitung und der Handel mit Lebensmitteln sowie die Gastronomie, sondern auch die Umwelt, denn regionale Wertschöpfungsketten fördern die Pflege der Kulturlandschaft und sind mit kurzen Transportwegen verbunden.

An der Tagung zum Thema Ernährungssysteme, die im Rahmen der Veranstaltungsreihe zum internationalen Tag der Berge 2018 stattfindet und von der Schweizerischen Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete (SAB) in Zusammenarbeit mit dem Bundesamt für Landwirtschaft organisiert wird, sollen die Chancen, Risiken und Herausforderungen von regionalen Wertschöpfungsketten aus verschiedenen Blickwinkeln diskutiert werden.

Zielsetzung der Tagung

Die Tagung verfolgt folgende Ziele:

- Stellenwert der regionalen Wertschöpfung im Alpenraum darstellen
- Chancen für eine nachhaltige Stärkung der Zusammenarbeit für die Land- und Ernährungswirtschaft entlang der ganzen Agrarwertschöpfungskette aufzeigen
- Potenziale einer verstärkten Zusammenarbeit zwischen den Bereichen «Regionalprodukten und Tourismus» beleuchten
- Chancen sowie mögliche Risiken und Herausforderungen regionaler Wertschöpfungsketten erörtern
- Wichtige Akteure im Bereich der «Förderung und Entwicklung von Regionalprodukten und Tourismus», des Handels und der Verarbeitung von Produkten zusammenführen und vernetzen

Zielpublikum

Die Veranstaltung richtet sich an Personen der gesamten Wertschöpfungskette von Regionalprodukten, von der Produktion über die Verarbeitung und den Handel bis den Konsumentinnen und Konsumenten. Dazu gehören insbesondere Fachleute

- der Landwirtschaft
- des Handels und der Verarbeitung
- der Tourismuswirtschaft
- von Fachbüros und Fachverbänden
- der Verwaltung des Bundes, der Kantone, der Regionen und der Gemeinden
- sowie Medienschaffende und interessierte Bürgerinnen und Bürger

Programm

ab 17.30 Anmeldung und Empfang

18.00 **Begrüssung und Einführung ins Tagungsthema**

Thomas Egger, Nationalrat und Direktor der SAB

Das Südtiroler «Eggentaler Kistl» als Beispiel für lokale Wirtschaftskreisläufe im Alpenraum.

Christian Fischer, Prof. für Agrar- und Ernährungswirtschaft, Fakultät für Naturwissenschaften und Technik, Freie Universität Bozen

Tourismus: eine Chance für regionale Produkte!

Beat Wälti, Leiter Sales & Marketing Luzern Tourismus AG

Gefragte Dienstleistungen – professionell vermittelt

Pia Marty, Präsidentin Haushaltsservice der Urner Bäuerinnen GmbH

19.00 **Podiumsgespräch unter Einbezug des Publikums:**

Wie kann die regionale Wertschöpfungskette der Land- und Ernährungswirtschaft gefördert werden?

Chancen, Gefahren und Herausforderungen

– *Bernard Belk, Leiter Direktionsbereich Direktzahlungen und Ländliche Entwicklung Bundesamt für Landwirtschaft BLW*

– *Christian Fischer, Prof. für Agrar- und Ernährungswirtschaft, Fakultät für Naturwissenschaften und Technik, Freie Universität Bozen*

– *Maurus Stöckli, Geschäftsführer Uri Tourismus AG*

– *Jasmine Said Bucher, Geschäftsführerin Alpinavera*

– *Wendel Loretz, Präsident Bauernverband Uri*

Moderation: *Thomas Egger, Nationalrat und Direktor der SAB*

Tagungssynthese

Daniel Baumgartner, Bundesamt für Landwirtschaft BLW

20.00 **«Apéro riche» der Urner Bäuerinnen offeriert durch das BLW**

Praktische Hinweise

Die Teilnahme an der Tagung ist kostenlos. Die Tagung wird nicht simultan übersetzt. Aus praktischen Gründen bitten wir um Anmeldung bis spätestens am 1. Oktober 2018. Die Tagung wird nur ab einer Teilnehmerzahl von mindestens 30 Personen durchgeführt. Andernfalls behalten wir uns vor, die Veranstaltung kurzfristig abzusagen.

Tagungsort

Aula Haagen, Bahnhofstrasse 34, 6460 Altdorf

Tagungsreihe 75 Jahre Berggebietsentwicklung

Im Rahmen ihres 75-jährigen Jubiläums organisiert die SAB in Zusammenarbeit mit dem Bundesamt für Landwirtschaft, dem Bundesamt für Raumentwicklung und der Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit insgesamt drei dezentrale Tagungen zu unterschiedlichen Themen, die für die Berggebiete von besonderer Relevanz sind.

Am **16. Oktober 2018** findet in Chur eine Tagung zum Thema «**integriertes Wassermanagement**» statt. Am Anlass werden mögliche Strategien für den Umgang mit unterschiedlichen Nutzungsinteressen und den daraus entstehenden Zielkonflikten diskutiert. Aufgrund veränderter Umwelt- und Klimabedingungen sowie steigender Nachfrage nach Wasser werden sich solche Konflikte in Zukunft noch verschärfen. Deshalb ist proaktives Handeln gefragt.

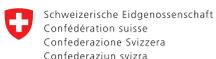
Am **15. November 2018** findet in Le Locle eine Tagung zum Themenbereich «**grenzüberschreitende Pendlermobilität**» statt. Diese befasst sich mit den Möglichkeiten eines ökonomisch, ökologisch und sozial verantwortbaren Pendlerverkehrs. Neben dem aktuellen Umgang mit der Problematik sowohl aus Schweizer wie auch aus Französischer Sicht stehen die Chancen und Potenziale der Pendlermobilität sowie nachhaltige grenzüberschreitende Mobilitätslösungen im Vordergrund.

Am internationalen Tag der Berge, dem **11. Dezember 2018**, wird im Rahmen eines Abendanlasses in Bern eine **Synthese der drei dezentralen Anlässe** präsentiert und die Thematik in einer internationalen Dimension beleuchtet.

Weitere Informationen unter:

www.sab.ch/tagungsreihe-75-jahre-berggebietsentwicklung

In Zusammenarbeit mit:



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Bundesamt für Raumentwicklung ARE



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement für
Wirtschaft, Bildung und Forschung WBF
Bundesamt für Landwirtschaft BLW



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement für auswärtige Angelegenheiten EDA
Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit DEZA



Das Südtiroler "Eggentaler Kistl" als Beispiel für lokale Wirtschaftskreisläufe

Inhalt

Wertschöpfungsketten und Wirtschaftskreisläufe

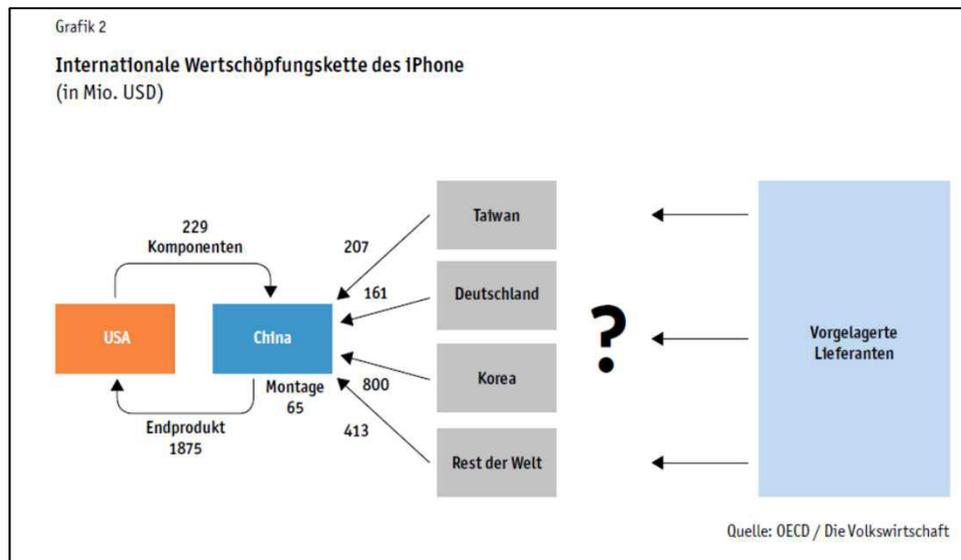
Europäischer Sozialfonds (ESF) Projekt
"Eggentaler Kistl"

Fazit



Wertschöpfungsketten

Einkommen und Beschäftigung



Aus der Heimat, für die Heimat



- ▶ **Ursprung:** Reaktion auf Globalisierung und technologischer Wandel
- ▶ **Ziel:** traditionelles und bekanntes zu erhalten und zu fördern (Lebensmittel, Handwerk)
- ▶ **Hoffnung:** höhere Nachhaltigkeit, insbesondere in ökologischer Hinsicht
- ▶ **Probleme:**
 - genaue Abgrenzung einer Region
 - Rohstoffherkunft bei verarbeiteten Produkten
 - Qualitäts- und Herkunftskontrolle

Tatsächliche Bedeutung

Wertschöpfung

- ▶ **Kommerziell:**
 - Kleinaufträge
 - Beschäftigung (dezentral)
 - Alternativerzeugnisse
- ▶ **Ideell / gesellschaftlich:**
 - Kultur / Identität
 - Sinnhafte Zeitnutzung
 - Kontakte / Networking
 - Lernen / Wissen / Fähigkeiten / Erfahrungen
- ▶ **Sanftere Umweltnutzung**



Kapitalgeber

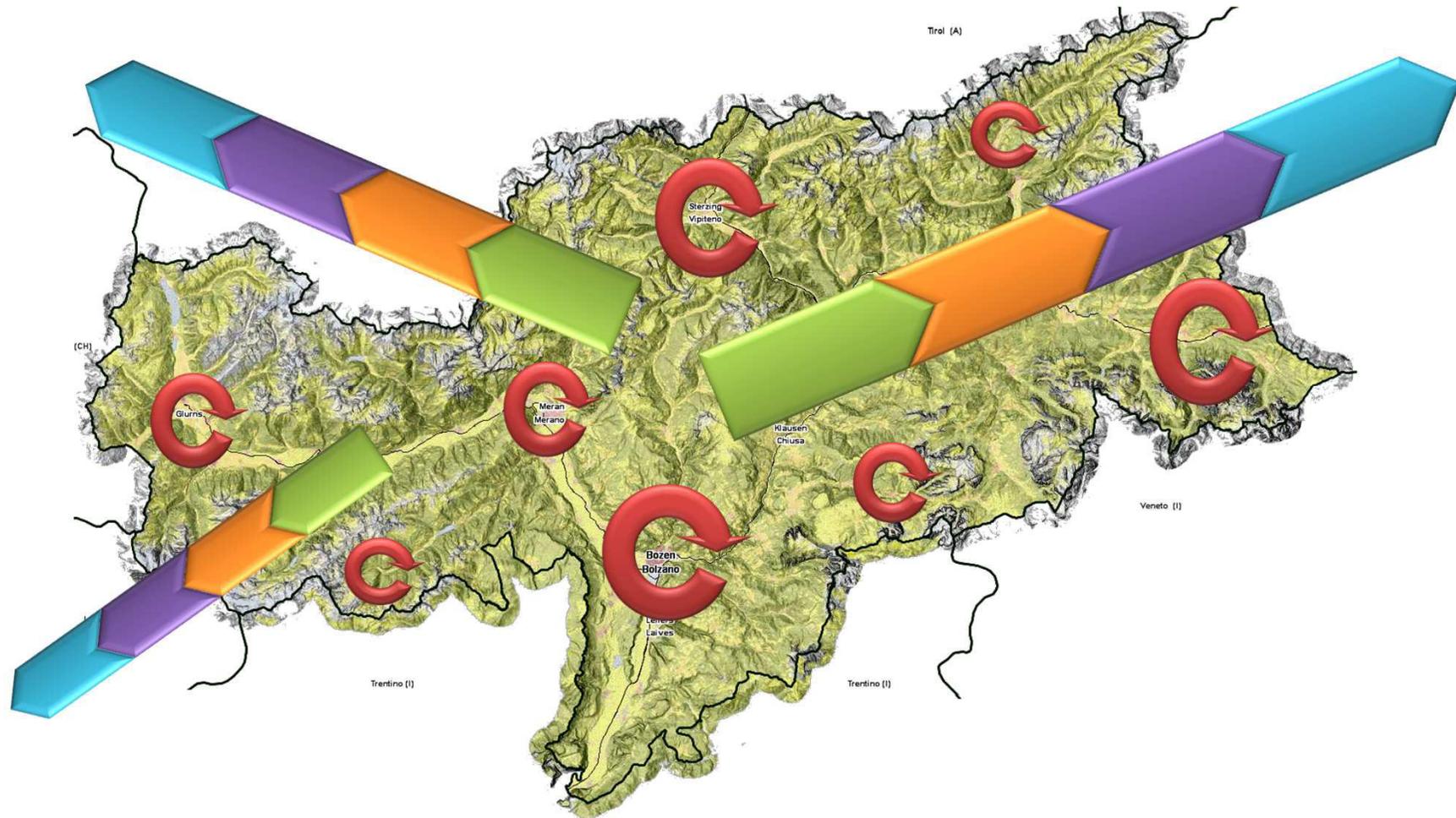
- ▶ **Öffentliche Hand**
- ▶ **Private Sponsoren:**
 - Spenden, Zuwendungen
 - Crowdfunding

Teilhhaber

- ▶ **Kleinbetriebe**
- ▶ **Freiwillige:**
 - Junge
 - Senioren
 - Hausfrauen / -männer
 - Arbeits-suchende
 - Migranten
 - Andere soziale Randgruppen

Wertschöpfungsketten und Wirtschaftskreisläufe

Real existierende Koexistenz



Säulen der Agrarkreislaufentwicklung



Inhalt

Wertschöpfungsketten und
Wirtschaftskreisläufe

**Europäischer Sozialfonds (ESF) Projekt
"Eggentaler Kistl"**

Fazit



Das Eggental

Geographische Übersicht





Das Eggenberger Kistl als Beispiel für lokale Wirtschaftskreisläufe - C. Fischer



 Kistl
eggentaler
DIREKT VOM BAUERN

ESF-Projekt "Eggentaler Kistl"

Gemeindeübergreifende Initiative



- ▶ **Verbesserte Direktvermarktungsmöglichkeiten** durch Verkauf über lokale Lebensmittelhändler und über das Internet.
- ▶ **Verbesserte Nahversorgung** der Bevölkerung durch Stärkung von lokalen Kreisläufen.
- ▶ Verbindung von traditionellen Aktivitäten (landwirtschaftliche Produktion) mit **innovativen** Vermarktungsstrukturen.

ESF-Projekt "Eggentaler Kistl"

Eckdaten

1. **Zeitraum:** Jänner bis Dezember 2013.
2. **Budget:** 85.000 € (finanziert vom Europäischen Sozialfonds).
3. **Projekttitel:** Schaffung eines innovativen Beschäftigungsnetzwerk für ländliche Arbeitsmarktrandgruppen und Stärkung der gemeinschaftlichen bäuerlichen Direktvermarktungsfähigkeit am Beispiel der Eggentaler Regio-Kiste.
4. **Programm:** II.e.3 – Unternehmensgründungen und Unternehmergeist fördern, insbesondere in den Bereichen der neuen Einrichtungen, der Non-profit-Organisationen, der innovativen Dienstleistungen, des Unternehmergeistes von Frauen, sowie in den KMU, die eines Generationswechsels bedürfen.

EUROPÄISCHER SOZIALFONDS - FONDO SOCIALE EUROPEO

AUTONOME PROVINZ
BOZEN - SÜDTIROL
Abteilung 39
Europa-Angelegenheiten
ESF-Amt



PROVINCIA AUTONOMA
DI BOLZANO - ALTO ADIGE
Ripartizione 39
Affari comunitari
Ufficio FSE



MINISTERO DEL LAVORO
E DELLE POLITICHE SOCIALI
Direzione Generale per le Politiche
per l'Orientamento e la Formazione

ESF-Projekt "Eggentaler Kistl"

Projektteam

- ▶ Freie Universität Bozen (Projektkoordination)
- ▶ Gemeinden Deutschnofen, Karneid, Welschnofen (Landwirtschaftsreferenten)
- ▶ Südtiroler Bäuerinnenorganisation (Ortsgruppen aller Gemeinden)
- ▶ Südtiroler Bauernjugend (Ortsgruppen aller Gemeinden)



Konkrete Kosten und Ergebnisse

70.000 €
1000 Stunden

Tatsächliche Ausgaben: 68.483 €;
Abgerechnete Stunden: 1092

- ▶ **Struktur** (Förderverein, 15 Gründungsmitglieder, wachsend)
- ▶ **Konzept und Umsetzung** (Partner, Markteinführung)
- ▶ **Marke und Logo**
- ▶ **Website**, Webstore (deaktiviert) und Verlinkungen im Internet.
- ▶ **Werbematerialien** (Holzkisten, Papiertüten, Prospekte, Aufkleber, etc.)

ESF-Projekt "Eggentaler Kistl"

Struktur: Förderverein "Eggentaler Qualitätsprodukte"

- ▶ **Gründungssitzung:** 11. September 2013
- ▶ **Gründungsmitglieder:** 15 Landwirte
- ▶ **Zweck:** Der Förderverein möchte einen Beitrag leisten zur Verbesserung der Wertschöpfung der land- und ernährungswirtschaftlichen Produktion und Vermarktung, zur Erhaltung und Schaffung von land- und ernährungswirtschaftlichen Arbeitsplätzen, zur Entwicklung einer kulinarischen Identität und des Ausbaus der ländlichen Nahversorgung im Eggental.

ESF-Projekt "Eggentaler Kistl"

Struktur: Teilnehmende Höfe

Nr.	Name	Vorname	Hof	Gemeinde	Produkte
1	Köhl	Konrad	Lehrnerhof	Deutschnofen	Käse
2	Stocker	Alois	Becherhof	Deutschnofen	Joghurt
3	Thaler	Alois	Badstuber	Deutschnofen	Eier
4	Plank	Christina	Strickerhof	Deutschnofen	Himbeeren, Johannisbeeren
5	Herbst	Bernhard	Sattlerhof	Deutschnofen	Fruchtaufstriche
6	Zöschg	Judith	Liaglerhof	Deutschnofen	Gemüse
7	Schroffenegger	Elisabeth	Hochklaus/ Unterstrobl	Karneid	Äpfel, Trauben, Kastanien, Gemüse
8	Dejori	Barbara	Kolleggerstall	Karneid	Erdmandeln, etc.
9	Gojer	Florian	Vorderstroblhof	Karneid	Wein
10	Pixner	Gotthard	Innerplatzerhof	Steinegg	Speck, Würste
11	Lunger	Rosa	Gschloarhof	Steinegg	Heufiguren, Blumentöpfe
12	Lantschner	Rosmarie	Wieserhof	Steinegg	Filzpatschen, Filzhüte
13	Lunger	Albert	Obersohlerhof	Gummer	Krautrüben, Kartoffeln
14	Vieider	Andreas	Scholerhof	Gummer	Kirschen, Marillen, Pfirsiche, Zwetschgen
15	Gall	Josef	Kronlechnerhof	Welschnofen	Kürbis, Gemüse
16	Kaufmann	Georg	Matzhof	Welschnofen	Fruchtaufstriche, Sirup

ESF-Projekt "Eggentaler Kistl"

Konzept & Umsetzung

Kaufen im Laden

- ▶ Bei ausgewählten Lebensmittelhändlern im Tal in speziell gekennzeichneten Regalen
- ▶ Produkte in speziellen Papiertüten oder eigenen Holzkisten verpackt



Kaufen direkt am Hof

- ▶ Das Internetportal listet alle aktuell verfügbaren Produkte
- ▶ Bestellung über das Portal oder per Telefon und Abholung direkt am Hof
- ▶ Produkte in speziellen Papiertüten oder eigenen Holzkisten verpackt

ESF-Projekt "Eggentaler Kistl"

Umsetzung: Verkaufsstätten



Masoner
Gemischtwaren Despar
Steinegg



Tschager
Supermarket
Welschnofen

Pitschl
Lebensmittel-
geschäft
Birchabruck

ESF-Projekt "Eggentaler Kistl"

Präsentation im Laden



ESF-Projekt "Eggentaler Kistl"

Internetseite:

**www.
eggentaler-
kistl.
it**

630 Besucher /
4300 Seitenabrufe
in den ersten 6 Monaten



ESF-Projekt "Eggentaler Kistl"

Verlinkung im Internet

DOLOMITI eggental
CAREZZA | OBBERGGEN

SÜDTIROL

Eggental entdecken | Bergsommer erleben | Bergwinter erleben | Mit Kindern erleben | **Urlaub planen** | Interaktiv sein

Hofkäseerei Learner
Der Learner Hof liegt auf 1360 m, nicht unweit vom Dorfzentrum Deutschnofen... [mehr »](#)

Näckler Schüttelbrot
Den Bäckereibetrieb Näckler gibt es nun bereits in der dritten Generation... [mehr »](#)

Ebenhof
Seit 2007 stellt der Ebenhof in Steinegg Käse und andere Milchprodukte aus der eigenen Rohmilch her... [mehr »](#)

Hagneralm
Auf der Hagneralm in Welschnofen gibt es eine Almkäserei, die von April bis Mitte Oktober die gesamte anfallende Milch selbst verarbeitet... [mehr »](#)

Innerplatzlerhof
Der Innerplatzlerhof in Steinegg bietet verschiedene Produkte vom Bergbauernhof aus eigener Herstellung an ... [mehr »](#)

Eggentaler Kistl
Das Eggentaler Kistl ist ein Projekt der Eggentaler Bauern und vermarktet die eigenen Qualitätsprodukte des Tals ... [mehr »](#)

Cooking & Biking

COOKING AND BIKING | REZEPTE | ON TOUR | BIKEN | NEWS | HOTELS | ANGEBOTE

Krauti Bike

News

Krauti's Bike & Gourmet News

Neuigkeiten zum Fahrrad und gutem Essen aus aller Welt...

Donnerstag, 12. Dezember 2013

Eggentaler Kistl ist gestartet

Seit dem Sommer 2013 wurde an dem Projekt „Eggentaler Kistl“ gearbeitet, nun ist es soweit die ersten Produkte sind in vielen Lebensmittelgeschäften des Eggentales erhältlich! Ob in Deutschnofen, Steinegg oder in Welschnofen führen die Geschäfte nun auch Produkte der Einheimischen Bauern! Auch der Cooking and Biking Partnerbetrieb Matzhof ist einer dieser regionalen Lieferanten!

Wie kann ich nun diese landwirtschaftlichen Produkte bestellen?

Ganz einfach!

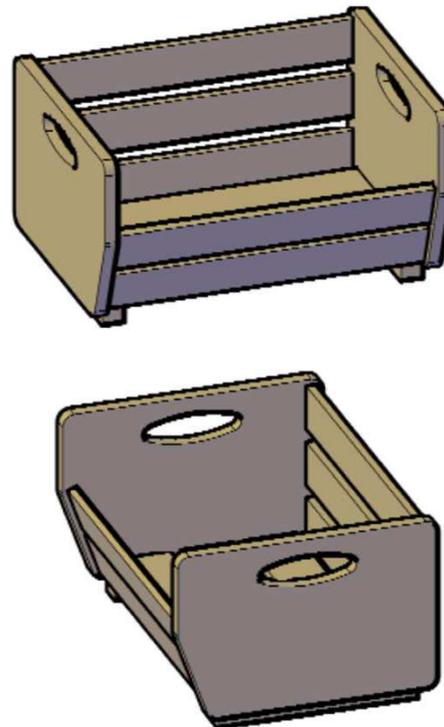
ANGEBOTE

ESF-Projekt "Eggentaler Kistl" Werbematerialien

Papiertüten
(3000 Stück)



Holzkisten als
Geschenkverpackung



Plexiglas Mitgliedsschild
(20 x 15 cm)



Regalkennzeichner
Aufkleber
Schürzen

Licht und Schatten

- ▶ **Gemeinschaftslogo & Verbundvorteile für alle Mitglieder:**
 - Zum Beispiel "Großaufträge": 400 Tüten und 30 Kisten für die Mitgliederversammlung der lokalen Raiffeisenkassen
 - Weitere zahlreiche Angebote für Stände in lokalen Events (z.B. Sommerfeste, Weihnachtsmärkte, etc.)
- ▶ **Zugang zu neuen Vertriebsstätten, und Vertriebsergänzung (nicht Konkurrenz) zu bestehenden Bauernmärkten und Hofläden für alle Mitglieder, auch schon etablierte Direktvermarkter**
- ▶ **"Einschlafen" der Aktivitäten nach einigen Jahren** (geringe Käufe der lokalen Bevölkerung, kritische Händler, inaktive Bauern)
- ▶ **Auflösung des Fördervereins im April 2018**

Inhalt

Wertschöpfungsketten und
Wirtschaftskreisläufe

Europäischer Sozialfonds (ESF) Projekt
"Eggentaler Kistl"

Fazit

Oktober 2018

Das Eggentaler Kistl als Beispiel für lokale Wirtschaftskreisläufe - C. Fischer

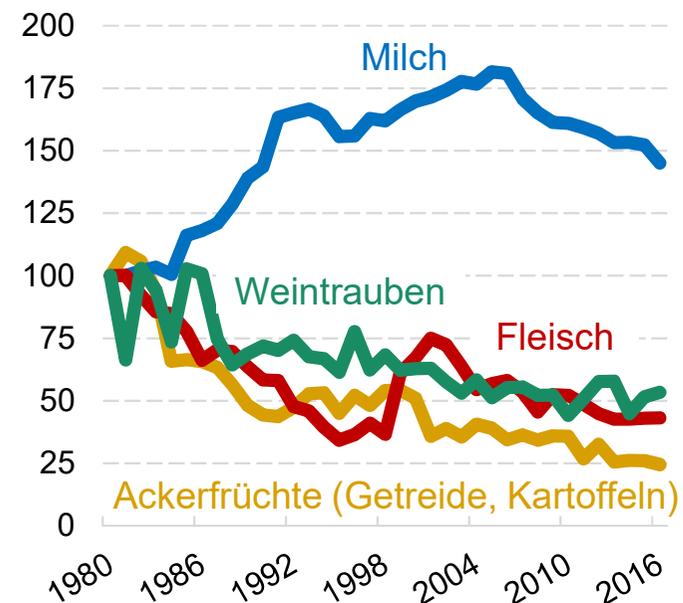


Fazit

Bauer der Zukunft nicht notwendigerweise mehr Lebensmittelproduzent

- ▶ Interesse von (Berg-)bauern an Lebensmittelproduktion lässt nach: zu reglementiert, mühselig, unsicher, kompliziert
- ▶ Einkommens- und Beschäftigungsalternativen steigen: Energieproduktion, Agrotourismus (UaB), Öffentliche Aufträge (Landschaftspflege), Soziale Landwirtschaft, etc.

Pro-Kopf Produktion (indiziert) der Südtiroler (Berg-)landwirtschaft



Quelle: ASTAT



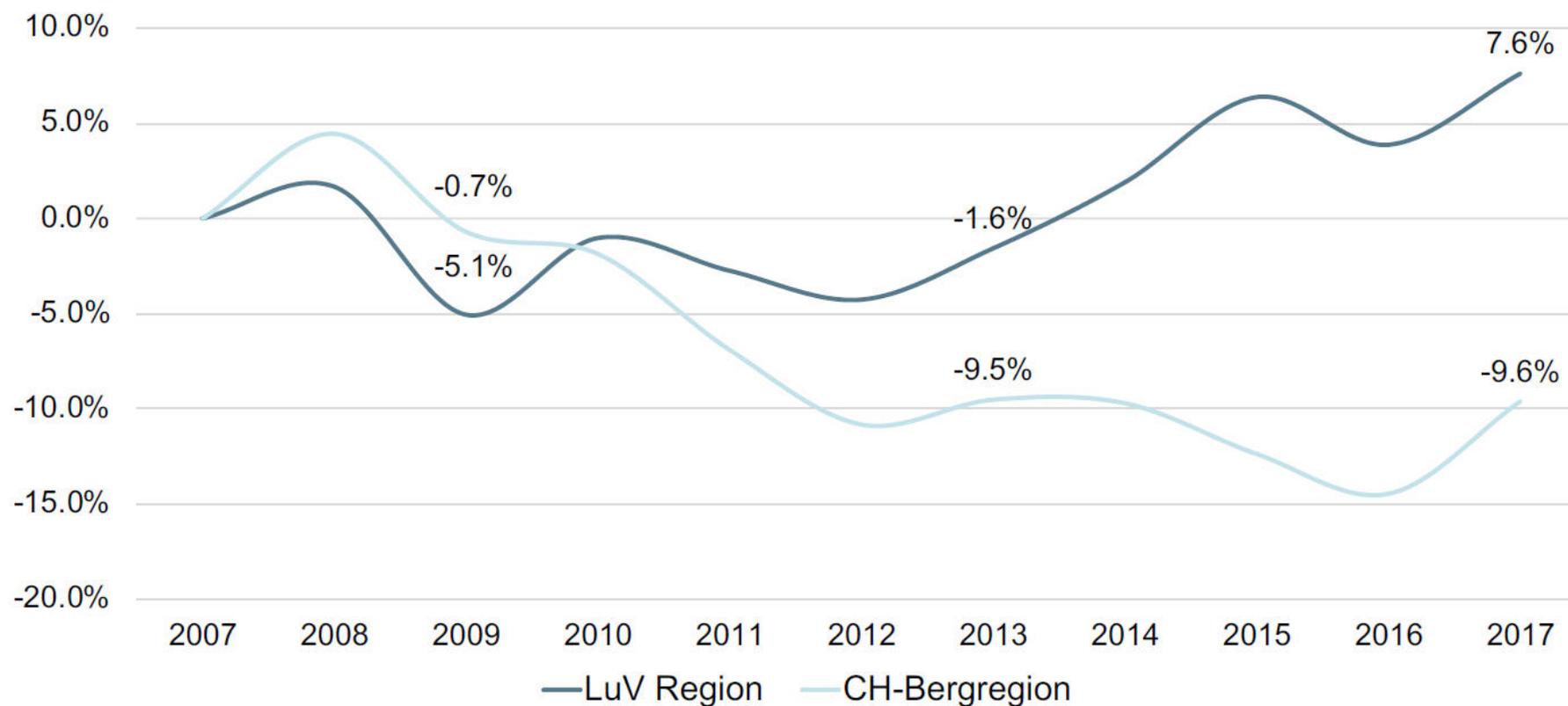
Das Südtiroler "Eggentaler Kistl" als Beispiel für lokale Wirtschaftskreisläufe

TOURISMUS EINE CHANCE FÜR REGIONALE PRODUKTE!

LUZERN 
FACEBOOK
DIE STADT. DER SEE. DIE BERGE.



ENTWICKLUNG LOGIERNÄCHTE



TOURISMUS MONITOR SCHWEIZ ERGEBNISSE

LUZERN 
FACEBOOK
DIE STADT. DER SEE. DIE BERGE.

Freizeit und Übernachtungstourismus

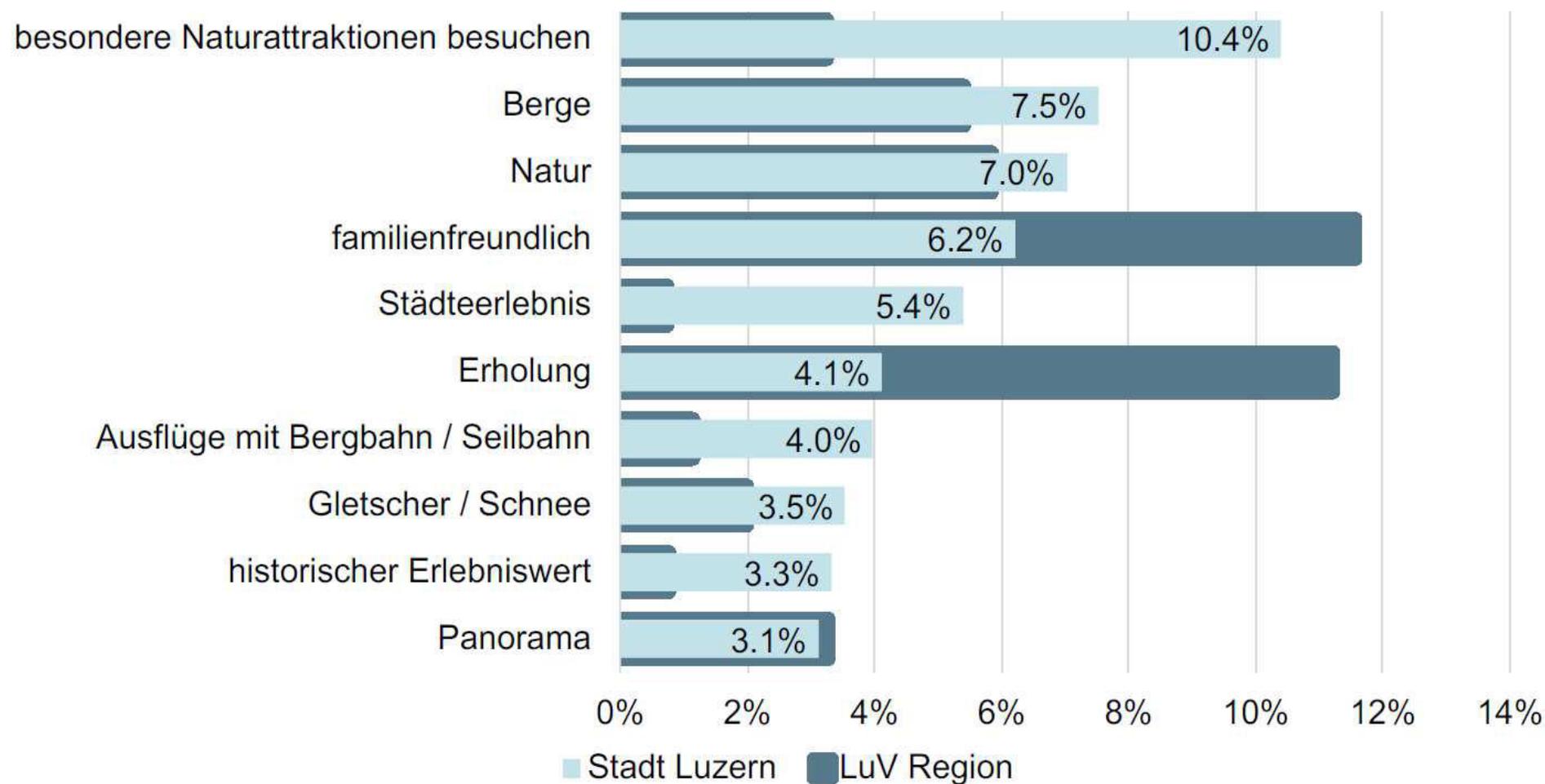
**Grösste nationale Gästebefragung mit
n = 21'000 befragten Gästen**

in 700 Schweizer Destinationen, an touristisch neutralen Orten

Befragungszeitraum: Tourismusjahr 2017



HAUPTREISEGRÜNDE



TOP 10 AKTIVITÄTEN

LuV Region.

1. Bergbahnen (49%) =
2. Wandern (48%) +1
3. Schiff (32%) +4
4. Schwimmen / baden (30%)
5. Naturattraktionen (28%) +1
6. Regionale Spezialitäten (22%) -1
7. Shopping (22%) +2
8. Historische Attraktionen (19%) =
9. Kirchen & Kathedralen (15%)
10. Tierbeobachtung (14%)

Stadt Luzern.

1. Bergbahnen (50%) +1
2. Schiff (45%) +3
3. Naturattraktionen (45%) +1
4. Historische Attraktionen (41%) -1
5. Shopping (42%) +1
6. Wandern (40%) -5
7. Panoramazüge (32%)
8. Kirchen & Kathedralen (29%)
9. Regionale Spezialitäten (28%) -2
10. Museen & Ausstellungen (25%) =

+ / - Veränderung in der Rangfolge 2017/2013

TOP 10 SCHWÄCHEN

LuV Region.

1. Teuer, Preis-Leistung (14%) =
2. Bietet zu wenig / langweilig (8%) +6
3. Schwierig erreichbar / nicht zentral (7%) +3
4. Öffentlicher Verkehr (5%) +5
5. Wenig Shoppingmöglichkeiten (5%) +9
6. Wintersport / Schneeverhältnis (5%) -4
7. Gastronomie: Qualität (4%) +9
8. Zu viele Touristen / touristisch (4%) +5
9. Zu viel Verkehr (3%) +9
10. Unterkunft: Qualität, Buchung (3%) -7

Stadt Luzern.

1. Teuer, Preis-Leistung (52%) =
2. Zu touristisch (14%)
3. Gastronomie (9%) +3
4. Zu viel Verkehr (9%) +6
5. Unterkünfte (6%) =
6. Bietet zu wenig / langweilig (5%) +5
7. Öffentlicher Verkehr (4%) +1
8. Klima / Wetter (3%) -6
9. Unfreundlich (3%) -5
10. Lärmig, chaotisch, hektisch (3%) +14

+ / - Veränderung in der Rangfolge 2017/2013

EINIGE GÄSTESTIMMEN

- Not much local fare
- Not a huge variety
- It hard to find local food
- Limited and touristic
- Not much variety
- Nothing unique
- There was more local food missing
- There are not many places with traditional food
- Too much Italian cuisine. Too little regional

- Mehr internationale oder lokale Küche
- Ein weiterer wichtiger Hauptreisegrund ist die Authentizität. Damit meinen die Gäste gemäss offenen Nennungen einerseits die Natur, Orte mit einem gut erhaltenen Erscheinungsbild (Geschichte, Architektur), die lokale Küche und die Freundlichkeit der Leute.
- Die Gastronomie ist aber ebenfalls von allen drei Herkunftsregionen eine der meist genannten Schwächen.
- Am häufigsten kritisiert wird der Preis gefolgt von der Auswahl des Angebots. Entweder wünschen die Gäste mehr internationale Küche (Halal, asiatische Küche) oder mehr lokale Speisen.

FAZIT UND CHANCEN

- Die wachsende Sehnsucht nach authentischen Erlebnissen und echten Werten ist eine Chance. Weniger vom gleichen und ähnlichem sondern echte Werte/Erlebnisse und Produkte.
- Die Bedeutung der Nachhaltigkeit steigt.
- Die Bedeutung von regionalen Produkten in diesem Kontext steigt stetig. Lokale und regionale Produkte werden gezielt nachgefragt.
- Der Angebotsgestaltung kommt eine bedeutende Rolle zu (Saisonalität, Kooperationen, auf Kunden zugeschnittene Erlebnisse, Kombination vom Produkt mit dem Erlebnis, etc.)
- Gezielte Vermarktung des Produktes...aber auch die Geschichte dahinter zählt.
- Online suchen / gefunden werden und Offline erleben.
- Gemeinsam ist es einfacher.

EINIGE PRAXISBEISPIELE



Grand Tour of Switzerland.





GRAND TOUR OF SWITZERLAND



- An 25 Verkaufsstellen entlang der Route sind die Boxen erhältlich
- Gefüllt sind diese mit regionalen und lokalen Spezialitäten.
- Kosten
 - Snack Box (ohne Inhalt) CHF 25.-
 - Füllung für 2 Personen CHF 20.-

ÄCHT SCHWYZ

LUZERN 
FACEBOOK
DIE STADT. DER SEE. DIE BERGE.



- Ziel die Region Schwyz über die Kulinarik kennenzulernen.
- Breites Angebot an traditionellen oder modern interpretierten Schwyzer Gerichten.
- Kooperation von Gastronomiebetrieben, welches das entsprechende kulinarische Angebot anbieten.
- Online sind die Gerichte, Betriebe und sogar die Rezepte zum Nachkochen verfügbar.
- Kommerzialisierung durch in den Betrieben einlösbare «ächt Schwyz» Gutscheinen.

TASTE MY SWISS CITY



- Angebot im städtischen Umfeld
- So schmecken Schweizer Städte, wenn man Empfehlungen von Einheimischen folgt
- Dine-Around mit lokalen / regionalen Produkten
- Vermarktung und Buchung Online

ECHT ENTLEBUCH



- UNESCO Biosphäre Entlebuch
- Labeling als Auszeichnung für regionale, qualitativ hochstehende Produkte und Unterstützung bei der Vermarktung
- Ziel: Kooperationen unterschiedlicher Branchen fördern, regionale Wertschöpfung erhöhen und die Regionalität, Spezialität und Qualität wird als Chance genutzt.
- Echt Entlebuch ist bei der Dachmarken-Organisation «Das Beste aus der Region» angeschlossen und hat die nationalen Richtlinien für Regionalprodukte ratifiziert.



HAUSHALTSERVICE

DER URNER BÄUERINNEN

Gefragte Dienstleistungen – professionell vermittelt

SAB Tagung

Wo stehen wir in Bezug auf die Stärkung von nachhaltigen Ernährungssystemen und Wertschöpfungsketten
18. Oktober 2018, Altdorf

Pia Marty

Geschäftsleiterin des Haushaltsservice
der Urner Bäuerinnen

Unsere Palette an Dienstleistungen ist umfangreich!



Einsätze im Haushalt,
Reinigungsarbeiten,
Betreuung von Kindern
und Betagten etc.



Catering:
Apéro, Brunch,
Kochen etc.

