

**Baustein**  
**Kulinarischer Tourismus**  
**Werdenberg**



**Schlussbericht**

## **Inhalt**

---

1. Rückblick Projekt
2. Projektfinanzierung
3. Zielerreichung des Projektes
4. Auswirkungen des Projektes (aus Sicht des Projektträgers)

### **1. Rückblick Projekt**

---

Im Baustein Kulinarischer Tourismus hat sich die Arbeitsgruppe grob zusammengefasst mit den lebenswichtigen Dingen wie Nahrungsaufnahme und Erholung befasst. Der Stellenwert der Lebensmittel soll durch die Förderung regionaler Spezialitäten wieder vermehrt bewusst gemacht werden. Durch die Kombination mit touristischen Attraktivitäten soll der einheimischen Bevölkerung und Gästen Genuss und Erholung vermittelt werden.

Zuerst wurde eine Bestandaufnahme an interessierten Produzenten, Verarbeitungsbetrieben und Gastronomen gemacht, damit war der Grundstock für eine vernetzte Zusammenarbeit gelegt.

Bei jeder sich bietenden Möglichkeit wurde auf den Stellenwert und die Köstlichkeiten der regionalen Produkte hingewiesen – es wurde immer klarer, die Region hat diesbezüglich sehr viel zu bieten!

Durch die Gründung der Werdenberger Bäuerinnen Apérogruppe wird dieser Prozess laufend weitergeführt und das Anliegen kann einem immer grösser werdenden Kreis vorgestellt werden.

In der Projektmitte wurde zuerst mit ein paar wenigen kombinierten Angeboten der Versuch gemacht, das Kulinarische mit dem Tourismus zu verbinden.

Die Entwicklung bis zum Projektende hat stattgefunden, die Angebote sind vielfältiger und spannender geworden. Sie reichen von sportlichen Aktivitäten über Angebote für geschichtsinteressierte Personen bis zu Anlässen im agrotouristischen Bereich.

Die Mitglieder der Arbeitsgruppe gaben immer wieder neue Impulse, einerseits für neue Angebote, andererseits für Vernetzungen mit bestehenden Sachen. Die Arbeit war sehr spannend, aber es ist und bleibt eine Arbeit der kleinen Schritte – ganz nach dem Motto „Der Weg ist das Ziel“! Umso grösser ist die Freude, dass die Arbeit auch nach dem offiziellen Projektende weitergeführt werden kann.

## 2. Projektfinanzierung

<b>Gesamtübersicht</b>	<b>Gesamtbudget</b>	<b>Effektive Kosten 2002 - 2006</b>	<b>Abweichung</b>
Finanzierungszusicherung Bund und Kanton	Fr. 190'000		
Bestandesaufnahme, Konzept, Grundlagen		Fr. 24'045.25	
Events und Angebotsgestaltung		Fr. 79'598.00	
Öffentlichkeitsarbeit, Drucksachen, Werbung, PR		Fr. 78'150.60	
Sitzungsgeld Arbeitsgruppe (inkl. allg. Teil Projektleitung); Spesen		Fr. 22'993.05	
	<b>Fr. 190'000.00</b>	<b>Fr. 204'786.90</b>	<b>Fr. 14'786.90</b>

## 3. Zielerreichung des Projektes

### Zielsetzungen des Projektes aus Sicht des Projektträgers

Auf Grund der Vorstudie hat sich die Projektleitung zusammen mit der Arbeitsgruppe folgende Ziele gesetzt:

- Bekanntmachung und Absatzförderung regionaler Produkte und Gerichte sowie der Art und Weise ihrer Herstellung
- Förderung der branchenübergreifenden Zusammenarbeit zwischen Landwirtschaft, Gewerbe, Gastronomie und Tourismus

- Entwicklung des „Kulinarischen Tourismus“ als Teil eines regionalen, nachhaltigen und eigenständigen Tourismusangebots
- Nutzung bestehender Potenziale
- Stärkung des regionalen Selbstbewusstseins, erhalten und fördern traditioneller Gerichte und Spezialitäten

### **Erreichung der Zielsetzungen aus Sicht des Projektträgers**

Die Erreichung der Ziele sieht aus der Sicht der verantwortlichen Personen wie folgt aus:

- Das Interesse und das Bewusstsein für regionalen Produkte und Gerichte haben während der Projektdauer stetig zugenommen. Die Nachfrage nach regionalen Apéros und regionalen (essbaren) Geschenken ist gewachsen. Bei regionalen und lokalen Messen oder Anlässen werden Informationen über regionale Produkte beachtet und degustiert. In Zusammenarbeit mit dem Culinarium gelingt es, Produkte über die regionale Grenze zu vermarkten oder via die Gastronomie, einheimische Produkte schmackhaft zu machen.
- Der Austausch und die Zusammenarbeit zwischen Landwirtschaft, Gewerbe, Gastronomie und Tourismus wird vermehrt gepflegt und neue übergreifende Angebote werden stetig entwickelt.
- Mit den Kulinarischen Touren wurde für die nächsten drei Jahre ein Angebot geschaffen, das Einheimischen und Gästen aus anderen Regionen die Schönheiten und die kulinarischen Gaumenfreuden der Region Werdenberg näher bringen sollen.
- Die bestehenden Potenziale wurden von Anfang an genutzt und bei der Entwicklung von neuen Angeboten stets erste Priorität eingeräumt.
- Allgemein kann eine Sensibilisierung für regionale Produkte der Bevölkerung festgestellt werden, wenn auch mit kleinen Schritten!

### **Auswirkungen des Projektes auf den Arbeitsmarkt**

Durch die Gründung der Werdenberger Bäuerinnen Apérogruppe ist es gelungen, für einige Bäuerinnen eine neue Zuerwerbsmöglichkeit zu schaffen.

Durch die stetige Sensibilisierung der Bevölkerung für einheimische Produkte ist die Nachfrage bei den Produzenten und Verarbeitern tendenziell steigend, was somit keine Kürzung von Arbeitsplätzen zur Folge hat.

### **Ein Projekt mit Modellcharakter**

Insofern haben die Angebote Modellcharakter, da sie immer direkt zusammen mit den beteiligten und betroffenen Personen aus der Basis entwickelt worden sind – es sind keine Kopien aus anderen Regionen.

Die Vernetzung mit bereits bestehenden Projekten und Institutionen, z. B. Culinarium wurde bei allen Angeboten im Auge behalten und bewusst gefördert.

### **Innovation des Projektes**

Es wurden neue Angebote entwickelt:

- Werdenberger Bäuerinnen Apérogruppe
- Angebotskombinationen (sanfter Tourismus kombiniert mit Kulinarischem) in Zusammenarbeit mit dem Baustein Naturpark
- Zusammenarbeit mit anderen Institutionen – z. B. Tourismus, Schule, Gschengg-Trüggli, Culinarium

### **Kooperation zwischen Wirtschaftszweigen durch das Projekt**

Der Austausch unter den Produzenten, Verarbeitungsbetrieben und Gastronomen wurde mit diversen Anlässen gefördert und gepflegt. Durch die Zusammenarbeit mit bereits bestehenden Organisationen wie z. B. den Verein Ribelmais oder Culinarium und die wiederholte Information der Bevölkerung über regionale Produkte und Angebote konnte der Absatz trotz Preisdruck mindestens gehalten, aber auch erhöht werden. Zum Teil sind auch neue Interessengruppen entstanden, z.B. für die Erhaltung von Surchäs.

### **Zusammenarbeit in der Arbeitsgruppe**

Die Arbeitsgruppe hat sich aus Vertretungen der Bereiche Tourismus, Gastronomie, Produzenten und Verarbeitern zusammengesetzt. So konnten die verschiedenen Sichtweisen

und Bedürfnisse eingebracht und berücksichtigt werden. Eigeninteressen mussten zu Gunsten der allgemeinen Interessen in den Hintergrund treten. Die Zusammensetzung hat sich für die Projektdauer bewährt.

### **Zusammenarbeit mit Institutionen, Region, Kanton, Bund**

Diese Zusammenarbeit war von Anfang an sehr wichtig, ein Alleingang hätte zuviel Energie gekostet. Nur durch die Vernetzung der Institutionen mit den bereits vorhandenen Angeboten ist effizient und bringt alle jeweils wieder einen Schritt vorwärts.

Auf Kantonsebene wurden vor allem über das Erziehungsdepartement Kontakte zu den Didaktischen Zentren geknüpft, damit auch die Sensibilisierung bereits im Schulalter stattfinden kann.

## **4. Auswirkungen des Projektes** \_\_\_\_\_

### **Beiträge des Projektes zur Entwicklung der Region**

An erster Stelle steht die Sensibilisierung der Bevölkerung auf die Vorteile der regionalen und saisonalen Nahrungsmittel. Die Kombinationen von Spass, Entdecken von neuen, interessanten Angeboten und Kulinarischem mit konsequent regionalen Produkten gibt Denkanstösse für das eigene Handeln im Alltag. Durch den Einbezug von Schulklassen soll der Bewusstmachungsprozess bereits bei den Kindern geschult werden.

Durch verschiedene Anlässe wurde die Lebensmittelkette vom Produzent über den Verarbeitungsbetrieb und den Gastronom zum Konsument bewusst sichtbar gemacht. Die Auswahl bei den Gastronomen und in den Läden wird gekennzeichnet und dadurch kann der Konsument bewusste Entscheidungen treffen.

### **Erfolge / Ergebnisse des Projektes**

Die wichtigsten Erfolge / Ergebnisse sind aus unserer Sicht:

- Die Werdenberger Bäuerinnen Apérogruppe hat sich im März 2004 entschieden, einen eigenständigen Verein zu gründen (Jahresbericht 2005 liegt bei).

- Durch Teilnahme an Messen (z.B. WIGA) und Ausstellungen (Tag der Landwirtschaft/Kantonsjubiläum) wurde die Bevölkerung immer wieder auf die Aktivitäten des Kulinarischen Tourismus aufmerksam gemacht.
- Für Angebote während der Genusswoche (semaine de gout) wurde im Führerschweizweit Werbung gemacht.
- Zusammen mit dem Tourist Info konnten die Angebote professionalisiert werden, z.B. können Angebote neu zentral gebucht werden.
- Das Netzwerk in der Region ist vergrössert und verstärkt worden, es konnten viele wertvolle Kontakte geknüpft werden.
- Mit dem Werkstattkoffer zum Thema „Ernährung und Bewegung“ bleibt ein Angebot für die Schulen bestehen.

### **Misserfolge / Probleme / Hürden des Projektes**

Bestimmt sind auch Hürden und Misserfolge zu verzeichnen:

- Die Basis, sprich Konsumenten, konnte trotz den vielfältigen Bemühungen noch nicht im erhofften Mass sensibilisiert und mobilisiert werden – das angrenzende Ausland mit den tieferen Preisen ist ein sehr grosser Konkurrent!
- Aber auch bei den Gastronomen und Verarbeitungsbetrieben dürften die Resonanz und das Interesse grösser sein.
- Ein Sensibilisierungsprozess verläuft sehr langsam und dauert Jahre. Nur fortwährende Aktivitäten bringen längerfristig nachhaltigen Erfolg.

### **Strukturwandel in der Region durch das Projekt**

Die folgenden Punkte tragen bis zu einem gewissen Grad zu einem verlangsamten Strukturwandel bei:

- Die diversen Aktivitäten der Bäuerinnen helfen mit, einen Zuerwerb zu erwirtschaften.
- Der Zusammenhalt der Region ist durch das Projekt gestärkt worden, der Austausch innerhalb der sechs Gemeinden ist verbessert worden.

- Der Verein Persönlichkeit Werdenberg bleibt bestehen und sichert dadurch die Interessen und den Fortbestand des Ideengutes.

### **Beitrag zur Stärkung regionaler Potentiale durch das Projekt**

Das Hauptaugenmerk in unserem Baustein war immer auf das Nahrungsmittel gerichtet - zur Hauptsache in Kombination mit einer touristischen Aktivität.

- Der Produzent gibt Einblick in die Urproduktion der Nahrungsmittel und sorgt dadurch für ein besseres Wissen und Verständnis bei den Konsumenten.
- Die regionalen Produkte werden bei den diversen Anlässen der Apérogruppe oder bei den Gastronomen in professioneller Weise den Konsumenten näher gebracht.
- Essbare Geschenke sind sehr beliebt und bringen dem Beschenkten nicht nur das Nahrungsmittel, sondern auch die Region in das Wohnzimmer.
- Nahrungsmittel aus der Region sind auch Botschafter in anderen Landesteilen der Schweiz, z. B. als Regiomodul Culinarium.

### **Auf andere ländliche Regionen übertragbare Ergebnisse**

Eine Übertragung der Ergebnisse auf andere ländliche Regionen wäre durchaus möglich – und ist auch bereits geschehen. Regionale Produkte sollten ja auch in jeder Region der Schweiz einen besonderen Stellenwert erhalten. Allerdings müssen die Bedürfnisse immer von der Basis her formuliert werden und daher entstehen immer wieder neue individuelle Angebote.

### **Fortsetzung des Projektes ohne Bundeshilfe**

Der Baustein Kulinarischer Tourismus hat eine Fortsetzung der Aufgaben ohne Bundeshilfe erarbeitet. In Zusammenarbeit mit der Landwirtschaftlichen Schule Salez, dem Trägerverein Culinarium und der Regionalplanung Werdenberg konnte eine Weiterführung des Bausteins sichergestellt werden. Als Sponsor konnte zusätzlich die Förderstiftung Casino Bad Ragaz gewonnen werden. Der Betrieb der Nachfolgeorganisation ist auf drei Jahre ausgelegt und wird dann wieder neu beurteilt.

## Was ändert sich bei der Fortsetzung des Projektes

Die Arbeitsgruppe hat sich verkleinert und neu zusammengesetzt – neue Mitglieder bringen wieder neue Ideen!

Der Eigenwirtschaftlichkeit muss ein wesentlich grösseres Augenmerk geschenkt werden, da die Finanzierung von Projekten durch Sponsoren jeweils vorgängig sichergestellt werden muss.

Seit 2007 ist die Culinarium-Botschafterin der Region St. Galler Rheintal auch für das Werdenberg zuständig und hat in dieser Funktion Einsitz in der neuen Arbeitsgruppe. Die überregionale Zusammenarbeit gewinnt damit an zusätzlicher Bedeutung und die gute Zusammenarbeit mit dem Rheintal wird nun auch in diesem Bereich fortgesetzt.

Buchs, Ende März 2007

Rudolf Lippuner  
Präsident  
Persönlichkeit Werdenberg

Walter Müller  
Leiter Baustein  
Kulinarischer Tourismus Werdenberg