

FONDATION
POUR LA PROMOTION DU
GOÛT

Kulinarik Destination Schweiz

Die Schweiz zur national und international anerkannten Kulinarik Destination machen.

*Einreichung des Antrags auf Projektfinanzierung bei Innotour.
Präsentation für die Partnerregionen*

VERTRAULICHES DOKUMENT

Carte gastronomique
SUISSSE
Gastronomic Map of
SWITZERLAND

Gastronomische Karte
DER
SCHWEIZ
Carta gastronomica della
SVIZZERA

1. Projekt Kulinarik Destination Schweiz: Der Kontext

- Wichtigste Erkenntnisse, die auf der Grundlage der verschiedenen Projekte der Stiftung zur Förderung des Geschmacks (Fondation pour la Promotion du Goût) gewonnen wurden
- Kulinarik Tourismus: hoher Mehrwert für den Tourismus und die Schweizer Wirtschaft
- Der Ursprung des Projekts: Das Manifest "Im Herzen der Alpen, die Genuss-Schweiz".

2. Projekt Kulinarik Destination Schweiz : Die Eigenschaften

- Vision und Ziele
- Hauptakteure
- Ablauf des Projekts entlang der wichtigsten Arbeitsschwerpunkte
- Rolle und Beitrag der Tourismusregionen
- Zeitplan, Budget und Finanzierung
- Organisation
- Kompetenzen des operativen Büros
- Bereits bestätigte Unterstützung

3. Projekt Kulinarik Destination Schweiz : Der Projektträger

- Vorstellung des Projektträgers und seiner Partner: Aufgaben und Ziele der Stiftung zur Förderung des Geschmacks.
- Die Mitglieder des Stiftungsrats
- Grosse Erfahrung in der Leitung von Projekten im Zusammenhang mit der Förderung des Geschmacks/ der Kulinarik: Fokus auf 5 wichtige Projekte, die von der Stiftung getragen werden

1. PROJEKT KULINARIK DESTINATION SCHWEIZ : DER KONTEXT



Grafik generiert mit Chat GPT

1. PROJEKT KULINARIK DESTINATION SCHWEIZ : DER KONTEXT

WICHTIGSTE ERKENNTNISSE

Basierend auf den Erfahrungen aus den von der Stiftung zur Förderung des Geschmacks ausgetragenen Projekten (Beschreibung der Hauptprojekte am Ende dieser Präsentation), stellen wir fest:

- Ein wachsendes **Interesse** der Schweizer Tourismusakteure an der Entwicklung einer Tourismuswirtschaft rund um die Kulinarik;
- Ein exponentieller **Wille**, sich auf nationaler Ebene um **eine Thematik von gemeinsamem Interesse** herum **zusammenzuschliessen**;
- Dass der Kulinarik Tourismus perfekt zu den neuen **Trends** in Bezug auf **Nachhaltigkeit, kurze Wege** und **Storytelling** passt, die für die Besucher von heute unerlässlich sind;
- Dass die Akteure der Kulinarik in der Schweiz ein grosses Bedürfnis haben, ihre Aktivitäten zu **diversifizieren**, um dem aktuellen, **komplexen** und **evolutiven Markt** gerecht zu werden;
- Dass die Akteure der Kulinarik in der Schweiz Unterstützung und **Instrumente** benötigen, die ihnen eine bessere **Anpassungsfähigkeit** und **Personalisierung** ihres Angebots ermöglichen;
- Es fehlt eine **landesweite Koordination** der Projekte, die mit dem Thema Kulinarik (aber auch mit anderen Themen) verbunden sind, was manchmal zu Frustration, Kannibalisierung von Geldern und Personalressourcen und teilweise zu Unverständnis der lokalen Akteure und anderen Institutionen führt, die mit einer Fülle von mehr oder weniger ähnlichen Projekten konfrontiert sind;
- Dass es **Zeit** braucht, auf Landesebene eine Destination **aufzubauen**, die an eine Thematik geknüpft ist. Es ist viel **Aufbauarbeit** erforderlich, um **langfristig** einen **Mehrwert** bieten zu können.



1. PROJEKT KULINARIK DESTINATION SCHWEIZ : DER KONTEXT

KULINARIK TOURISMUS : HOHER MEHRWERT FÜR DEN TOURISMUS UND DIE SCHWEIZER WIRTSCHAFT

Der Grund für das Projekt:

Strukturierung und Aufwertung eines heute vielfältigen, diffusen und fragmentierten Angebots

- Das [kulinarische Erbe der Schweiz](#) listet 404 einzigartige Produkte auf;
- Die Schweiz hat die höchste Anzahl preisgekrönter Restaurants pro Kopf in Europa ([138 Michelin-Sterne, Stand 2023](#));
- Touristen verbringen während ihres Urlaubs durchschnittlich mehr als **4 Stunden pro Tag am Tisch**, Aperitif ausgenommen (nach Studie von Saporì Ticino) ;
- Jede Region unseres Landes verfügt über ihre eigenen önologischen Spezialitäten, unabhängig von ihrer geografischen Beschaffenheit, ihrer Infrastruktur oder auch ihrer Sprache. Das Thema löscht den "Röstigraben" aus;
- Lokal essen nützt der lokalen Wirtschaft und ist nachhaltiger (*).

Wir haben also alles, um erfolgreich zu sein; aber :

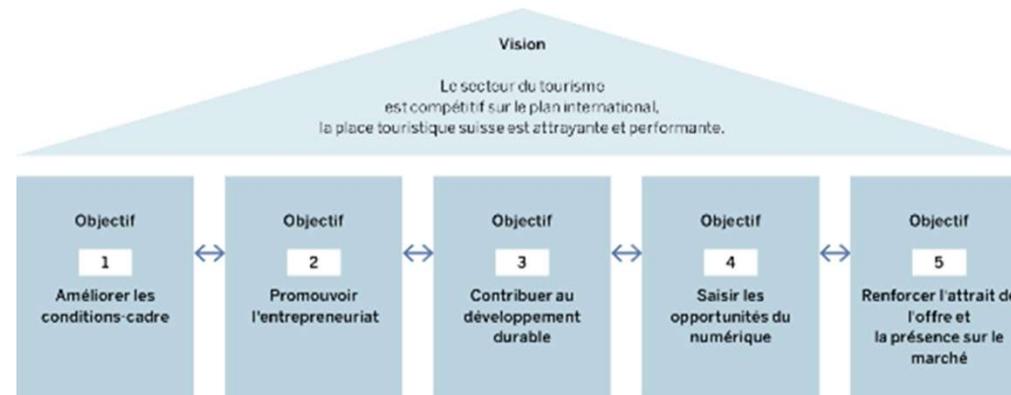
- Die Schweiz ist weltweit für ihren Käse und ihre Schokolade bekannt, aber nicht ausreichend für ihre reichhaltige und qualitativ hochwertige Gastronomie;
- Ihr Angebot ist zu fragmentiert, um eine gute Sichtbarkeit zu garantieren!

1. PROJET KULINARIK DESTINATION SCHWEIZ : DER KONTEXT

KULINARIK TOURISMUS : HOHER MEHRWERT FÜR DEN TOURISMUS UND DIE SCHWEIZER WIRTSCHAFT

Der Kulinarik Tourismus

- lässt sich transversal in jede Tourismusstrategie integrieren
- entspricht somit vollständig den 5 Zielen der eidgenössischen Tourismuspolitik und... wertet die ländlichen Regionen auf!
- passt de facto in alle Arten von Tourismus:
 - ✓ 4 Jahreszeiten !
 - ✓ Leisure & MICE
 - ✓ Swisstainable





1. PROJEKT KULINARIK DESTINATION SCHWEIZ : DER KONTEXT

KULINARIK TOURISMUS : HOHER MEHRWERT FÜR DEN TOURISMUS UND DIE SCHWEIZER WIRTSCHAFT

Darüber hinaus **ermöglicht das Thema Kulinarik:**

- ✓ mehrere Tätigkeitsbereiche für ein gemeinsames Interesse zu mobilisieren
 - ✓ auf nationaler Ebene einen gemeinsamen Nenner zu bieten (jede Region ihre Spezialitäten!)
 - ✓ sich sowohl an ein regionales als auch an ein internationales Publikum zu wenden
 - ✓ humanisierte Infrastrukturen und naturnahe Aktivitäten zu fördern
 - ✓ das Verständnis von Geschichte und Kultur zu fördern
 - ✓ zum Verständnis und zur Aufrechterhaltung von Know-How und Lebensart beitragen!
- = sektorübergreifend
 - = verbindend
 - = breites Publikum, auch Familien!
 - = nachhaltig
 - = bildungsorientiert
 - = Fortdauer

Der Kulinarik Tourismus passt ausserdem perfekt in den Rahmen der Kandidatur transnationales kulinarisches Erbe der Alpenländer bei der UNESCO

= identitätsstiftend

Es besteht also ein echter Bedarf, unser Land, um ein ehrgeiziges Projekt von nationaler Bedeutung herum zu vereinen, welches es ermöglicht, von neuen Trends zu profitieren und gleichzeitig wesentliche Tätigkeitsbereiche unseres Kulturerbes auf die Bühne zu bringen.



1. PROJEKT KULINARIK DESTINATION SCHWEIZ : DER KONTEXT

KULINARIK TOURISMUS : HOHER MEHRWERT FÜR DEN TOURISMUS UND DIE SCHWEIZER WIRTSCHAFT

Vision:

Die Schweizer Akteure der Kulinarik zusammenbringen um ein gemeinsames Ziel herum.

Dieses Manifest, verfasst und getragen von der Stiftung zur Förderung des Geschmacks, wurde von einer repräsentativen Anzahl nationaler und regionaler Akteure und Institutionen, die mit dem Thema Kulinarik in Verbindung stehen, unterzeichnet.

Dieses Manifest soll nun in Form eines **konkreten nationalen Projekts materialisiert werden..**

- MANIFEST -

INMITTEN DER ALPEN : DIE GENUSS-SCHWEIZ !

Die Schweiz inmitten der Alpenkette hat mit ihrem biologischen, kulturellen und gastronomischen Erbe einen beträchtlichen Einfluss auf den ganzen europäischen Kontinent.

Die kulturellen Wurzeln jeder menschlichen Bevölkerung sind mit ihrer landwirtschaftlichen Produktion und entsprechenden Ernährungsweise nah verknüpft. Die beste Art, eine Region und ihre Bewohner zu verstehen, besteht darin, gastronomischen Traditionen kennenzulernen und lokale Produkte zu geniessen.

Die Schweiz mit ihren vielfältigen Genuss-Facetten sollte dieses aussergewöhnliche Kulturerbe vermehrt ins Rampenlicht setzen und so eine weltbekannte Destination für kulinarischen Genuss werden.

Dieser erste Schritt setzt den Grundstein zum Aufbau einer Genuss-Schweiz, welche Handwerker unserer Regionen und lokale Produkte in Szene setzt. Das Ziel ist eine umfassende Koordination und Promotion innerhalb der betroffenen Institutionen und Branchen. Die Aufgabe besteht in der Schaffung neuer Perspektiven für Gastronomie und lokales Handwerk, damit der Tourismus von neuen Marktnischen profitieren kann.

Die Coronavirus-Krise erfordert eine Anpassung unseres Geschäftsmodells und dies nicht nur jetzt, sondern besonders auch in Zukunft im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung. Sie bietet unseren Einwohnern die Gelegenheit, Interesse für unsere Regionen hervorzurufen und ermöglicht es ihnen, die besten Botschafter zu bleiben oder zu werden mit der Perspektive eines zukünftigen Aufschwungs des nationalen und internationalen Tourismus.

GEMEINSAM FÜR DAS GENUSS-ERBE INMITTEN DER ALPEN, GEMEINSAM RUND UM DIE GENUSS-SCHWEIZ !

Artikel 1

Wir mobilisieren uns mit dem Ziel, den Genuss- und Weintourismus zu entwickeln und zu fördern; wir mobilisieren uns, damit wir rund um dieses Thema dank gemeinsamem Interesse mehr Synergien und Mittel innerhalb unserer Institutionen generieren können.

Artikel 2

Wir befürworten ein Gesamtkonzept in der Entwicklung der Politik und dem Netz zwischen den verschiedenen Marktteiligen, wie z.B. Produzenten, Köche, Esser, Verarbeiter, Händler, Forscher, Ausbilder, lokalen Animatoren, die Behörden und die Akteure der Tourismus-Branche zugunsten des «Terroris».

Artikel 3

Wir engagieren uns, lokale bestehende wie auch innovative landwirtschaftliche und weinbauliche Produkte für die regionalen Bewohner sowie für Gäste aufzuwerten. Um dies zu erreichen, setzen wir auf Qualität und Biodiversität. Wir bevorzugen authentische saisonale Produkte, die umweltschonend und ethisch angebaut, hergestellt oder vertrieben werden.

Artikel 4

Wir unterstützen die Einführung oder die Aufwertung von Ausbildungsprogrammen für Landwirte, Winzer, Handwerker und Köche wie auch für Akteure der touristischen Branche. Wir vermitteln bewusst die Traditionen und die Kultur unserer Regionen sowie das damit verbundene Know-how.

Artikel 5

Wir fördern die Partnerschaften zwischen dem Tourismus und dem « Terroir » (Region), wir möchten die sektorübergreifende und interregionale Zusammenarbeit unterstützen und aufwerten. Wir kommunizieren und entwickeln touristische Produkte, um das Angebot zu verbessern, u.a. durch Themenrouten oder andere Attraktionen und sportliche, historische sowie kulturelle Aktivitäten oder Aktivitäten im Freien.

UNTERZEICHNER

Folgende Institutionen und Partner engagieren sich mit ihrer Unterschrift, das Manifest zu respektieren:



2. PROJEKT KULINARIK DESTINATION SCHWEIZ: DIE EIGENSCHAFTEN



Grafik generiert mit Chat GPT





2. PROJEKT KULINARIK DESTINATION SCHWEIZ : DIE EIGENSCHAFTEN *VISION UND ZIELE*

Vision: Schweiz = qualitativ hochwertige und koordinierte Kulinarik-Destination, die national und international anerkannt ist.

[Hauptziel]:

Ko-Konstruktion eines Governance-Modells, das für die Akteure des Tourismus und der damit verbundenen Branchen (Weintourismus, Agrotourismus, Gastronomie) relevant ist und die **multisektorale Zusammenarbeit** im Hinblick auf die Förderung eines integrierten, kohärenten und **nachhaltigen Schweizer Tourismusangebots** stimuliert.

[Spezifische Ziele]:

Angebotsdiagnose und Schaffung/ Implementierung eines Werkzeugkastens, der es ermöglicht, eine „Kulinarische Schweiz“ zu entwickeln: Ausbildung, Kommunikation, Vermarktung, verbindende Projekte und Erfahrungen.

2. PROJEKT KULINARIK DESTINATION SCHWEIZ : DIE EIGENSCHAFTEN HAUPTAKTEURE

Das Thema Kulinarik ist breit gefächert und branchenübergreifend und bietet eine innovative Spielweise mit hohem Mehrwert!

Jeder Sektor wird zum Botschafter des einen oder anderen.

Die wichtigsten thematischen Akteure :

- ✓ Tourismus
- ✓ Weinbau/ Weinkultur
- ✓ Regionalprodukte
- ✓ Gastronomie
- ✓ Hotellerie
- ✓ Kultur
- ✓ Touristische Orte/ Sehenswürdigkeiten mit Verbindung zur Kulinarik
- ✓ Spezialisierte TO's, Event-Agenturen

=> Das Projekt hat den Anspruch, die relevanten Akteure vor Ort und Institutionen auf lokaler, regionaler und nationaler Ebene miteinander zu vernetzen.



2. PROJEKT KULINARIK DESTINATION SCHWEIZ : DIE EIGENSCHAFTEN ABLAUF DES PROJEKTS ENTLANG DER WICHTIGSTEN ARBEITSSCHWERPUNKTE

Teil 1: Ko-Konstruktion eines Governance-Modells für die Kulinarische Destination Schweiz.

WP1: Bestandsaufnahme, Diagnose des aktuellen Angebots und Bestandsaufnahme der Ausgangslage (Kartografie der Akteure, Analyse von Netzwerken, Labels, Ausbildungsangeboten, Vermarktungsinstrumenten usw.).

WP2: Partizipative Prozesse und kollektive Intelligenz, um eine gemeinsame Vision zu definieren und Governance-Szenarien vorzuschlagen.

Teil 2: Entwicklung einer Toolbox.

WP3: Begleitung, Professionalisierung und Ausbildung der verschiedenen Akteure, einschließlich des Nachwuchses (pädagogische Innovation).

WP4: Instrumente zur Förderung/Vermarktung durch digitale Medien.

WP5: Föderatives/ verbindendes Projekt, z. B. eine nationale kulinarische "Feinschmeckerroute,, und/oder thematische Rundgänge

2. PROJEKT KULINARIK DESTINATION SCHWEIZ : DIE EIGENSCHAFTEN ROLLE UND BEITRAG DER TOURISMUSREGIONEN

Das Projekt versteht sich als föderativ und will jede Region nach Möglichkeit einbeziehen :

Im Vordergrund steht eine **unterstützende Funktion und der Austausch (Ideen, Erfahrungen)**, insbesondere für:

- Die Koordination mit den betroffenen Anbietern, Institutionen und Mitgliedern innerhalb der Partnerregion ;
- Die Beteiligung an der Entwicklung eines Qualitätskonzepts :
 - ✓ Unterstützung bei der Einführung des Qualitätskonzepts innerhalb der Partnerregion ;
 - ✓ Unterstützung bei der Rekrutierung von Anbietern kulinarischer Erlebnisse in der Partnerregion ;
- Die Kommunikation
 - ✓ B2B (Mitglieder und Institutionen der Region) - die Förderung des Qualitätskonzepts und des Projekts Kulinarik Destination Schweiz im Allgemeinen ;
 - ✓ B2C - Werbung für das Projekt Kullinarik Destination Schweiz über die bestehenden Kanäle ;
- Unterstützung bei der Vermarktung des Angebots entsprechend der Strategie und der eingesetzten Marketinginstrumente.

2. PROJEKT KULINARIK DESTINATION SCHWEIZ : DIE EIGENSCHAFTEN ZEITPLAN, BUDGET UND FINANZIERUNG

Zeitplan

- Einreichung des Projekts bei SECO/Innotour: Anfang März 2024
- Projektstart bei Annahme des Projekts durch SECO/Innotour: ab sofort (Mai 2024).

Dauer des Projekts

4 Jahre (2024-2027)

Geschätztes Gesamtbudget des Projekts

CHF 3 Millionen auf 4 Jahre (respektive CHF 750'000.- pro Jahr für eine Landesweite Auslegung)

Finanzierung

Im Falle einer Annahme des Projekts durch das SECO könnten 70% des Projektbudgets durch den Innotour-Fonds gedeckt werden, was die finanzielle Beteiligung für institutionelle und/oder private Partner beschränken würde.

Zum jetzigen Zeitpunkt erfordert das vorgeschlagene Finanzierungsmodell eine Beteiligung von **CHF 25'000 pro Jahr und Tourismusregion** bei mindestens 7 Regionen, die sich am Projekt beteiligen. Bei mehr als 7 teilnehmenden Regionen kann der Betrag der Beteiligung pro Region sinken.

- > Jede Region kann je nach Wunsch ihre Teilnahmekosten mit ihren verschiedenen institutionellen Akteuren teilen (Promotionsbüros für Wein und/oder regionale Produkte, kantonale Verwaltung, Gastronomie, Hotellerie usw.);
- > Die Aufteilung im Detail auf Leistungen in bar; respektive Dienstleistungen ist möglich und wird von Fall zu Fall geregelt.

2. PROJEKT KULINARIK DESTINATION SCHWEIZ : DIE EIGENSCHAFTEN ORGANISATION

1. Trägerinstitution und Projektverantwortliche/r :

2. **Operatives Büro:**

3. Beirat (3-4 Sitzungen pro Jahr) :

- ✓ Verfolgt und kommentiert den Projektfortschritt.
- ✓ Liefert Inputs

(*) Laufende Gespräche mit:

Conférence des directeurs d'offices de tourisme régionaux de Suisse (CDR/RDK)

- Konferenz der regionalen Tourismusdirektoren in der Schweiz (RDK)
- Centro di Competenze Agroalimentario Ticino
- Culinarium Alpinum Stans
- Ernährungsforum Zürich
- Food Zürich
- Gastrouisse
- Patrimoine Culinaire Suisse
- Regio Garantie
- Schweiz Tourismus
- Swiss Wine Promotion

Fondation pour la Promotion du Goût

**Fondation du Goût, Agrotourismus Schweiz, Institut für
Tourismus Sierre**

Organisationen und Institutionen, die am reibungslosen Ablauf des
Projekts interessiert sind (*)

2. PROJEKT KULINARIK DESTINATION SCHWEIZ : DIE EIGENSCHAFTEN KOMPETENZEN INNERHALB DES OPERATIVEN BÜROS

Ein multidisziplinäres und komplementäres Team, das auf ein gemeinsames Ziel hinarbeitet: :

- ✓ Anne-Sophie Fioretto Geographin, Spezialistin für die Leitung von Tourismusprojekten am Institut für Tourismus (HES-SO Wallis),
- ✓ Jean-Marc Imhof Koordinator Stiftung zur Förderung des Geschmacks, Projektleiter Grands Sites du Goût
- ✓ Jaap Kluyers Diplomiert EHL, Verantwortlicher Qualitätskonzept Swiss Wine Tour, Verantwortlicher Netzwerk Vaud Oenotourisme
- ✓ Landry Pahud Diplomiert HEC, Verantwortlicher Vermarktung von Swiss Wine Tour
- ✓ Roland Schegg Professor, wissenschaftlicher Leiter am Institut für Tourismus und Digitalexperte (HES-SO Wallis)
- ✓ Philipp Steiner Diplomiert HEC, Convention Bureau Genève Tourisme, Lausanne Tourisme, Montreux-Vevey Tourisme, Event Management United Nations, Projektleiter Kulinarische Genussorte
- ✓ Yann Stucki Diplomierter Manager, Crans-Montana Tourismus, Montreux-Vevey Tourismus, Projektleiter Swiss Wine Tour, Projektleiter Vaud Oenotourisme, Koordinator Lausanne Great Wine Capitals

Gesprochene & geschriebene Sprachen:



2. PROJEKT KULINARIK DESTINATION SCHWEIZ : DIE EIGENSCHAFTEN *BEREITS BESTÄTIGTE UNTERSTÜTZUNG*

Im Rahmen der Vorbereitungen für das Dossier zuhanden des SECO haben wir bis heute Unterstützungsschreiben von folgenden Organisationen erhalten:

- Schweiz Tourismus
- Agrotourismus Schweiz
- Hotellerie Suisse
- Swiss Wine Promotion
- Association suisse des AOP-IGP
- GastroVaud
- GraubündenVIVA
- Valposchiavo Turismo

Weitere Unterstützungen befinden sich derzeit in der Diskussionsphase.



3. PROJEKT KULINARIK DESTINATION SCHWEIZ : DER PROJEKTTRÄGER



FONDATION
POURLAPROMOTIONDU
GOÛT



3. PROJEKT KULINARIK DESTINATION SCHWEIZ : DER PROJEKTTRÄGER *ZIELE UND MISSION DES PROJEKTTRÄGERS*

Die Stiftung zur Förderung des Geschmacks (Fondation pour la promotion du Goût) ist eine **gemeinnützige, nicht gewinnorientierte Stiftung**, die folgende Ziele verfolgt:

- die Förderung, Aufwertung und Verteidigung von Qualitätsprodukten mit gutem Geschmack, die die kulinarischen und önologischen Traditionen ihrer Produktionsregionen respektieren;
- die Entwicklung eines frühen Bewusstseins für Geschmack und Geruch bei der jungen Generation ;
- die Organisation der Schweizer Geschmackswoche sowie jede andere Netzwerkaktion, die zur Geschmackserziehung von frühester Kindheit an beiträgt, zur Aufwertung der Schweizer Produzenten der Lebensmittelbiodiversität im Sinne der Bewahrung des Erbes der Lebensmittel.

Unter der Leitung von Josef Zisyadis vereint sie mehrere Projekte unter einem Dach, die diese Ziele umsetzen.

www.fondationgout.ch



3. PROJEKT KULINARIK DESTINATION SCHWEIZ : DER PROJEKTTRÄGER *MITGLIEDER DES STIFTUNGSRATS*



Cramer Robert, Alt-Ständerat (Präsident)



Jaques Martine, Koordinatorin PRE Grand Entremont (Vize-Präsidentin)



Crisci Carlo, Chefkoch



Gobet Philippe, Botschafter der Exzellenz EHL - Meilleur Ouvrier de France Cuisine



Graf Maya, Ständerätin und Biobäuerin



Lisibach Bernadette, Chefköchin im Restaurant Neue Blumenau in Lömmenschwil



Lombardi Filippo, Alt-Ständerat



3. PROJEKT KULINARIK DESTINATION SCHWEIZ : DER PROJEKTTRÄGER

FOKUS AUF DIE WICHTIGSTEN PROJEKTE DER STIFTUNG

Die Stiftung ist aktuell Trägerin von 5 wichtigen Projekten:

- Die Schweizer Genusswoche ;
- Die Kulinarischen Meriten ;
- Die Kulinarischen Genussorte ;
- Die Swiss Wine Tour ;
- Die Genuss Akademie.

Diese fünf Projekte tragen zur Aufwertung des kulinarischen Erbes der Schweiz und damit zur Entwicklung des Kulinarik Tourismus in der Schweiz bei. Sie bieten auch nützliche Instrumente für die Professionalisierung der Akteure der Schweizer Kulinarik.

Durch die Bündelung der Projekte unter einem Dach können Synergien genutzt, Erfahrungen ausgetauscht, die Kommunikation vor Ort optimiert und die Anerkennung der Schweiz als vollwertige Kulinarik-Destination gefördert werden.

Im Folgenden finden Sie eine kurze Beschreibung dieser Projekte.



Projekt 1 : Die Genusswoche



Den Geschmack und die Freude am Essen fördern

- Jeder soll Lust haben, kulinarische Entdeckungen zu machen, innezuhalten und zu probieren, unsere Beziehung zum Essen zu hinterfragen und neugierig gemacht werden auf die Herkunft unserer Nahrung;
- Uns darauf aufmerksam machen, dass Essen eine Zeit ist, in der wir neue Energie tanken und uns etwas Gutes tun.

Die Akteure der Kulinarik zusammenbringen, einen Austausch schaffen.

- Diejenigen, die gerne essen, zusammenzubringen; den Austausch zwischen den Berufen zu fördern, die mit Ernährung ;
- Lust darauf machen, Verbindungen mit der gesamten Gemeinschaft rund um die Ernährung zu knüpfen.

Die Organisation von Veranstaltungen anregen

- Die Organisation von Veranstaltungen anregen, die das Vergnügen am Geschmack in den Mittelpunkt stellen ;
- Die Geselligkeit am Tisch aufwerten und gleichzeitig authentische Produkte in den Vordergrund stellen.

Für Mensch, Tier und den Planeten

Die Schweizer Genusswoche und ihr "Netzwerk der Städte des Genuss Städte" haben sich zum Ziel gesetzt, an der Entwicklung nachhaltiger, inklusiver, widerstandsfähiger, sicherer und vielfältiger Nahrungsmittelsysteme zu arbeiten, um :

- Gesunde und erschwingliche Lebensmittel für alle bereitzustellen und dabei die Grundrechte der Menschen und Tiere zu respektieren;
- Die Lebensmittelverschwendung zu minimieren, die biologische Vielfalt und Qualität der Böden und Gewässer zu erhalten;
- Der Verringerung der Treibhausgasemissionen beizutragen und sich dem Klimawandel anzupassen ;
- Die wichtige Rolle des traditionellen und innovativen Handwerks vom Feld bis auf den Tisch anzuerkennen.



Projekt 1 : Die Genusswoche



Ziele

- die Vielfalt der Geschmäcker und Esskulturen, die es in unserem Land gibt, aufwerten ;
- die Tradition bewahren und kulinarische Innovationen fördern ;
- das handwerkliche Können hervorheben und aufwerten ;
- lokale und nachhaltige Produktionen fördern ;
- junge Menschen für den Geschmack, den Respekt vor Lebensmitteln, die Freude am Kochen und am guten Essen sensibilisieren;
- die Verbraucher auf Saisonalität, Produktionsmethoden und Ernährungssouveränität aufmerksam machen ;
- Förderung der Gesundheit durch eine abwechslungsreiche und ausgewogene Ernährung.

Alle Beteiligten verpflichten sich zu :

- eine Veranstaltung anzubieten, die den Geschmack, die Küche und die Freude am Essen aufwertet ;
- mit authentischen Produkten zu arbeiten, bei denen der Mensch, die Tiere und die Region eine wichtige Rolle spielen ;
- sich zu engagieren, um der Veranstaltung einen pädagogischen Aspekt zu verleihen, der eine oder mehreren der oben genannten Ziele verfolgt (und in einer gewidmeten Charta zum Ausdruck kommt) ;
- den Austausch und die Geselligkeit zu fördern.

www.gout.ch



Projekt 1 : Die Genusswoche



Funktionsweise

Seit 23 Jahren jedes Jahr während 10 Tagen im September in der ganzen Schweiz :

Jedes Jahr wird eine Stadt oder Region nach einer Ausschreibung zur "Schweizer Stadt oder Region des Genusses" ernannt. Sie wird ausgewählt, weil sie zwischen März und Oktober des betreffenden Jahres ein Programm mit Aktivitäten rund um ein zentrales Thema rund um den Genuss und Kulinarik anbietet. Sie ist ein Jahr lang Botschafterin und Symbolstadt/-region des Genusses, mit einem Paten oder einer Patin aus der Gastronomie ihrer Region.

Die Genussstädte seit 2002 :

2002 Morges	2011 Bellinzona	2019 Montreux
2003 Sion	2012 Lausanne	2020 Heidiland
2004 Rapperswil - Jona	2013 ViaStoria	2021 Genève
2005 Bulle	2014 Moutier	2022 Basel
2007 Grandson	2015 Locarno	2023 Fribourg
2008 St-Gallen	2016 Liestal	2024 Valposchiavo
2009 Delémont	2017 Neuchâtel	
2010 Onex & Luzern	2018 Lugano	



Projekt 2 : Die Kulinarischen Meriten



Ziel

- Die hervorragende Qualität der Schweizer Gastronomie und insbesondere die Berufe Chefkoch und Konditor-Confiseur aufzuwerten.

Massnahmen

- Jährlicher nationaler Wettbewerb
- Verleihung eines prestigeträchtigen Preises an
 - 4 Köche
 - 2 Konditoren-Confiseure

deren Leistungen ihren Beruf ehren oder geehrt haben, indem sie authentische Produkte des kulinarischen Erbes der Schweiz respektieren.

www.kulinarischemeriten.ch

Projekt 3 : Die Kulinarischen Genussorte



Konzept

- Netzwerk von Gebieten, die über ein für ihre Region symbolträchtiges Produkt oder Verfahren ihr kulinarisches Erbe und ihre regionalen Produkte in den Mittelpunkt ihres touristischen Angebots stellen wollen ;
- Sektorübergreifende Interessenvereinigung (Landwirtschaft, Tourismus, Gastronomie) ;
- Aktuell sind 15 Regionen Mitglied und 5 Regionen im Beitrittsprozess;
- Ziele :
 - ✓ Positionierung der Destination auf der Karte der kulinarischen Schweiz ;
 - ✓ Teil einer nationalen Einheit sein, die sich aktiv für ihr Terroir und ihre Produzenten einsetzt;
 - ✓ Die thematische Kommunikation auf nationaler Ebene verstärken (Skaleneffekt durch das Netzwerk) ;
 - ✓ Die Strukturierung eines sanften Tourismus (slow/nachhaltig) in seiner Destination durch den Austausch zwischen Konsumenten und Produzenten rund um die lokale Gastronomie aufwerten.

Aktuelles und zukünftiges Panorama

Projekt 3 : Die Kulinarischen Genussorte



Grands Sites actuels

1. Le Val-de-Travers et son Absinthe
2. La région de Grandson et ses Truffes
3. Lavaux et son Chasselas
4. Le Chablais et son Sel des Alpes
5. Le Grand Entremont et son Raclette du Valais AOP
6. L'Ajoie et sa Damassine AOP
7. Bellelay, les Franches-Montagnes et leur Tête de Moine AOP
8. Le Tessin et son Merlot
9. Valposchiavo et son agriculture 100% nature
10. Morges et sa Noix
11. Bâle-Ville et ses Lächerli
12. Le Liechtenstein, Werdenberg et leur Ribelmals AOP
13. Le Val d'Hérens et sa Race d'Hérens
14. La Suisse centrale et son Sbrinz AOP
15. Fully et sa Petite Arvine

Grands Sites en discussion

16. Bâle-Campagne, ses pruneaux et ses cerises
17. La région de Gstaad et son Berner Hobelkäse AOP
18. Genève et ses saveurs ville-campagne
19. Le Gros-de-Vaud, son blé et son pain
20. Les préalpes fribourgeoises et leur Gruyère AOP
21. St-Gall et sa Saucisse de veau IGP
22. Berne et ses marchés
23. L'Emmental et son Emmentaler AOP
24. Appenzell et ses 3 viandes séchées IGP
25. La Bündner Herrschaft et son Pinot Noir
26. La Thurgovie et ses vergers
27. Zug et son Kirsch AOP
28. Zürich Oberland
29. Toggenbourg
30. Glaris
31. Schaffhouse

Projekt 3 : Die Kulinarischen Genussorte



Vorteile

- Werbung für das Netzwerk und für jede einzelne Mitgliedsregion
 - ✓ gemeinsam mit einem Fokus auf die vorgegebene Thematik ;
 - ✓ via eine eigene Website in 4 Sprachen ;
 - ✓ Dank der Integration in die an ein internationales Publikum gerichtete Website von Schweiz Tourismus in 6 Sprachen ;
 - ✓ über soziale Netzwerke (Instagram, Facebook, LinkedIn, TikTok) ;
 - ✓ durch strategische Partnerschaften (Die Schweizer Salinen, Die Post, Les Grandes Tables Suisses usw.).
- Innotour Projekt von Oktober 2018 bis September 2022;
- Seither autonome Funktionsweise!

www.sites-du-gout.ch



Projekt 4 : Swiss Wine Tour



Das nationale Netzwerk für Weintourismus

Dieses Projekt symbolisiert den Willen unseres Landes mit hochwertigem Wein, ein national und international anerkanntes Ziel für den Weintourismus zu werden.

Die Buchungsplattform www.swisswinetour.com ist der sichtbare Teil des Projekts, welches auch ein engagiertes Qualitätskonzept mit zahlreichen institutionellen und privaten Anbietern/Partnern auf nationaler Ebene umfasst. Die beteiligten Dienstleister sind allesamt Teil des Netzwerks des Schweizer Weintourismus, sobald sie den Titel "Swiss Wine Tour Partner" erhalten haben.

Mit diesem Projekt wird alles unternommen, um :

- eine umfassende Erfahrung zu bieten im Schweizer Weintourismusangebot ;
- die Möglichkeit zu bieten, qualitativ hochwertige Weintourismusaktivitäten online zu kaufen, jederzeit und überall;
- die Möglichkeit zu bieten, die vielen Facetten des Schweizer Weins, seiner Weinbauregionen, seiner Produzenten und seiner touristischen Orte zu entdecken.

Die Buchungsplattform www.swisswinetour.com wird kontinuierlich weiterentwickelt und optimiert werden. Neue Angebote sind geplant, um den bestehenden Katalog schrittweise zu erweitern.



Projekt 5 : Genuss Akademie

Vision : Nachhaltigkeit degustieren – aus der Nachhaltigkeit ein Genuss machen

Ziel : Wissensförderung über degustieren und essen

Die Schweizer Genussakademie fördert und unterstützt Programme:

- der allgemeinen und beruflichen Bildung;
- zur Entwicklung von wissenschaftlichen und sozialen Kenntnissen;
- zur Unterstützung von Initiativen für einen nachhaltigen Wandel der Akteure in der Lebensmittelbranche;
- von Plädoyer in der gesamten Schweiz.

Aktivitäten/ Projekte

- Konzept Slow Mobil(e) (2 Bauwagen, die zu fahrenden Küchen umgebaut wurden)
- Netzwerk Schweizer Genussstädte (Unterzeichner des « Pakt von Milano »)
- Forum ODT (Ko-Konstruktion und Kapitalisierung von Wissen über Herkunft, Vielfalt und Regionalität)
- Gusto Campus (Projekt zur didaktischen und spielerischen Online-Schulung über nachhaltige Ernährung)
- Innovitrine Nachhaltiger Genuss (Hervorhebung innovativer agrarökologischer Bauerninitiativen)



PROJEKT KULINARIK DESTINATION SCHWEIZ : WIR GLAUBEN DARAN !

Avanti!

Vorwärts!

On y va!

Let's go!

