

Medienmitteilung

Sperrfrist: Donnerstag, 21. Oktober 2021, 10:00 Uhr

Grindelwald, 21.10.2021

Agrifood & Tourismus Grindelwald – Ein Projekt zur Nachhaltigen Entwicklung in Grindelwald

Kulinarik mit regionalen Produkten hat für den alpinen Tourismus grosses Potenzial

Eine Gästebefragung in Grindelwald und Engelberg zeigte, dass Kulinarik mit Produkten aus der regionalen Landwirtschaft vor allem von Touristen aus Europa sehr geschätzt wird. Insbesondere das Gästesegment mit Affinität zu Kulinarik, die sogenannten «Foodies», kann mit einer ganzheitlichen Kulinarik-Strategie angesprochen und zu einem Aufenthalt in Grindelwald motiviert werden.

Diese Erkenntnisse stiessen in Grindelwald bei verschiedenen Anspruchsgruppen auf Interesse. Von einer touristischen Positionierung mit regionaler Kulinarik profitieren denn auch die Landwirtschaft, das verarbeitende Gewerbe wie auch die Hotellerie und Gastronomie. Ausgehend von diesem Potenzial entwickelten die Bauernvereinigung Grindelwalds, die Eigermilch AG, Grindelwald Tourismus und der Verein Eigerness eine touristische Kulinarik-Strategie und davon abgeleitet das Projekt «Agrifood & Tourismus Grindelwald».

Ein Beitrag zur Nachhaltigen Entwicklung Grindelwalds

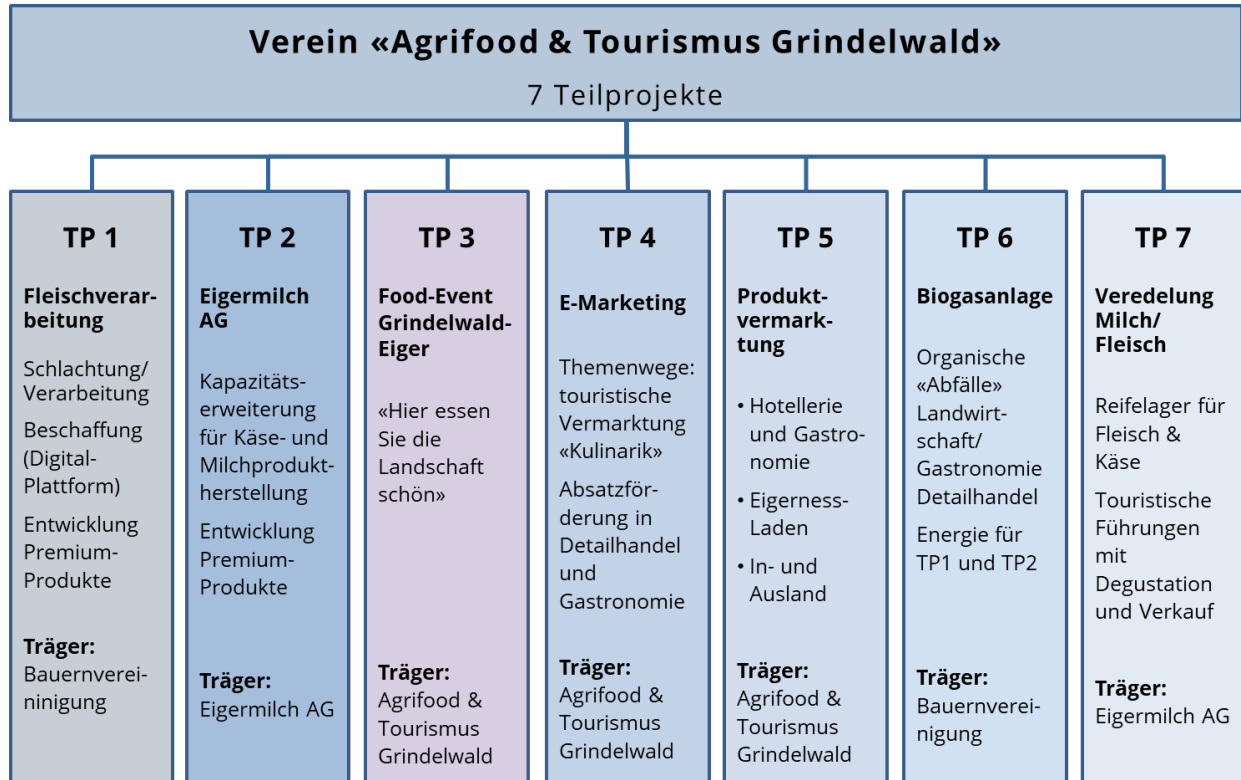
Das Projekt verfolgt das Ziel, die landwirtschaftlichen Rohstoffe – vor allem Milch und Fleisch – lokal zu qualitativ hochwertigen Produkten zu verarbeiten, in der Gastronomie und Hotellerie abzusetzen sowie im Detailhandel Grindelwalds, der Schweiz, aber auch international zu vermarkten.

Die organischen Reststoffe aus Landwirtschaft, Gastronomie und Lebensmittel-Detailhandel sollen in einer neuen Biogasanlage als Energielieferant für die Herstellung von Käse, Milch- und Fleischprodukten verwertet werden. Die so angestossene Kreislaufwirtschaft wird einen wesentlichen Beitrag an die nachhaltige Entwicklung Grindelwalds leisten.

Die Entwicklung dieses regionalen Food-Produktionssystems mit einem lokalen Absatzpotenzial von jährlich über 1,3 Mio. Logiernächten und ebenso vielen Tagesgästen verspricht erhebliche zusätzliche Wertschöpfung und Beschäftigung in Grindelwald. Je nach Szenario können damit längerfristig gegen 35 Arbeitsplätze mit einer jährlichen Wertschöpfung von mindestens 3 Mio. Franken geschaffen werden. Das zeigen vergleichbare Food-Produktionssysteme anderer Destinationen im Schweizer Alpenraum.

Das Projekt mit seinen Pfeilern

Das Projekt «Agrifood & Tourismus Grindelwald» setzt sich aus 7 Teilprojekten (TP) mit einem hohen Mass an Synergien zusammen.



Gesamtprojekträgerschaft

Als Gesamtprojekträgerschaft zeichnet der Anfang Juli 2021 gegründete Verein «Agrifood & Tourismus Grindelwald». Er besteht aus Vertreter/innen von Grindelwald Tourismus, Hotellerie/Gastronomie, der Bauernvereinigung, den Bergschaften, des Vereins Eigerness und der Eigermilch AG.

TP 1: Fleischverarbeitung

Teilprojekt 1 hat zum Ziel, mit einem neuen Fleischverarbeitungsbetrieb Nutztiere aus der Jungfrau Region zu qualitativ hochwertigen Fleischprodukten zu verarbeiten. Grindelwald als alpine Top-Destination mit dem Claim «Alpine Excellence» will sich auch bei der Herstellung und Vermarktung von Lebensmittelprodukten im Premium-Segment positionieren. Im Rahmen einer Innovationsstrategie wird der neue Fleischverarbeitungsbetrieb Premium-Produkte entwickeln und für die effiziente Beschaffung der Nutztiere wird eine neue digitale Plattform projiziert. Damit soll die Kapazitätsauslastung des Fleischzentrums sichergestellt werden.

TP 2: Eigermilch AG

Die Eigermilch AG verarbeitet seit 2011 mit grossem Erfolg die Milch der lokalen Landwirtschaft. Aufgrund der stetig steigenden Nachfrage plant die Eigermilch AG den Ausbau der Verarbeitungskapazität und die Entwicklung innovativer Käse- und Milchprodukte, welche vor allem im lokalen Detailhandel, in der Hotellerie und Gastronomie abgesetzt werden sollen.

TP 3: Food-Event Grindelwald-Eiger

Ein in neuer Food-Event in Grindelwald will das Gästesegment der «Foodies» ansprechen und für eine Reise nach Grindelwald gewinnen. Der Food-Event steht im Zeichen der Kulinarik mit «Alpine Excellence» unter Verwendung lokaler Landwirtschaftsprodukte. Der Event wird voraussichtlich auf dem Eiger+ Areal stattfinden. Der Nordwandplatz bietet Raum für eine Vielfalt von Kulinarik-Anlässen wie Live-Kochen, Kochwettbewerbe, kleinere Workshops zu ausgewählten Kulinarik-Themen und vieles mehr. Die Gastro- bzw. Hotelbetriebe können sich an der Veranstaltung beteiligen, indem sie während des Food-Events spezielle Menüs zum Thema *Alpine Culinary – Origin Grindelwald* kreieren.

TP 4: E-Marketing

Die Kulinarik-affinen Gäste – oder jene, die es werden könnten – werden mit Themenwegen zu alpiner Kulinarik an die Berglandwirtschaft und die Verarbeitung deren Rohstoffe herangeführt. Die digitale Navigation entlang der Themenwege mittels Smartphone-App ermöglicht den Gästen, sich an ausgewählten Way Points über spezielle Themen, z.B. über die Herstellung von Alpkäse, zu informieren. Dabei werden sie auf Verkaufsstellen mit Regionalprodukten und auf Restaurants mit alpiner Kulinarik aufmerksam gemacht. Die Kombination aus Wandern, digitaler Informationsvermittlung und digitalen Gewinnspielen soll die Gäste für die alpine Kulinarik sensibilisieren.

TP 5: Produktvermarktung

Teilprojekt 5 fokussiert auf die Produktvermarktung. Die Milch- und Käseprodukte der Eigermilch AG sowie die Fleischprodukte des neuen Fleischverarbeitungsbetriebs werden gezielt vermarktet, indem deren Alleinstellungsmerkmal mit spezifischer Kommunikation (Unique Advertising Proposition UAP) hervorgehoben wird. Hauptabsatzkanal ist dabei der Lebensmittel-Detailhandel Grindelwalds, welcher die lokalen Spezialitäten verkaufen wird (Eigerness – Der Laden). Für die Gastronomie besteht die Möglichkeit, den Regionaltrend in der Kulinarik zu nutzen, indem sie Produkte des Fleischbetriebs und der Eigermilch bezieht. Der weltweit bekannte Brand «Grindelwald – Eiger» verspricht zudem eine erfolgreiche Vermarktung der Produkte im Schweizer und internationalen Detailhandel. Die Erschliessung dieser Märkte wird in Zusammenarbeit mit professionellen Vertriebspartnern vorangetrieben.

TP 6: Biogasanlage

Für die Verwertung organischer Reststoffe aus Landwirtschaft, Gastronomie und Lebensmittel-Detailhandel wird eine Biogasanlagen geplant. Die Energie soll für die Herstellung von Käse, Milch- und Fleischprodukten verwendet werden und damit einen Beitrag an die nachhaltige Entwicklung Grindelwalds leisten.

TP 7: Reifelager für Käse und Fleisch

Teilprojekt 7 ergänzt das lokale Ernährungsproduktionssystem, indem ein neues Reifelager für die Veredelung der lokalen Käse- und Fleischspezialitäten errichtet wird. Ein solches Reifelager eignet sich bestens für touristische Führungen und Degustationen, womit auch der Verkauf von lokalen Produkten gefördert werden kann.

Kontakt und Auskunft

Verein Agrifood & Tourismus Grindelwald

Präsident

Beat Aeschlimann, Präsident
Bauernvereinigung Grindelwald
Auf der Gey 4
CH-3818 Grindelwald

taeb76@gmx.ch
+41 79 303 81 38

Vizepräsident

Peter Egger, Präsident Grindel-
wald Tourismus
Grundstrasse 54
CH-3818 Grindelwald

peter.egger@rentnetwork.ch
+41 33 853 04 00
+41 79 311 14 13
www.grindelwald.ch

Projektleitung

Andreas Hochuli
Zieglerstrasse 29
CH-3007 Bern

andreas.hochuli@4hplus.ch
+41 31 350 11 15
+41 79 666 26 05
www.4hplus.ch