

In Ergänzung zum Geschäftsplan  
dem Umsetzungsprogramm und Massnahmenplan NRP 2008-2011 der Regionen Sbrinz-Route

## **Projektzusammenfassung Zum Umsetzungsprogramm NRP 2008-2011 mit dem Massnahmenplan der Regionen Sbrinz-Route**

### **Projekt**

Durch die Regionen der Sbrinz-Route verläuft die kürzeste alpenquerende, historisch gewachsene Verkehrsverbindung und bildet als ein Alpenkorridor die Verbindung zu den Zentren Luzern im Norden und Domodossola im Süden des Alpenkamms. Luzern und Domodossola sind verkehrstechnisch sehr gut erschlossene Ausgangsorte in eine fantastische Natur- und Bergwelt, welche durch die über Jahrhunderte wichtige Bedeutung von Handels- und Säumerouten ein einzigartiges Kulturerbe bieten kann. Dieser Lebens- und Wirtschaftsraum mit vielfältigen Kulturlandschaften und einzigartigen Kulturen ist ein attraktiver und fantastischer Erholungs- und Erlebnisraum in enger Wechselbeziehung mit näher liegenden und entfernteren Zentren und Ballungsräumen in der Schweiz und in Europa. Es ist ein abwechslungsreicher Bewegungsraum mit vielen Naturschönheiten in dem die Landbewirtschaftung Reisende begleitet und sich die Tourismuswirtschaft zur bedeutendsten und zukunftssichernden Branche entwickelt hat.

### **Leitidee**

Der Förderverein Sbrinz-Route als Trägerschaft arbeitet mit Leidenschaft für die Lebensqualität der Menschen der Regionen Sbrinz-Route. Projekte und Entwicklungstätigkeiten zielen darauf ab, die regionale Wertschöpfung und Wettbewerbsfähigkeit nachhaltig zu stärken. Eigenständigkeiten und Authentizität werden gestärkt und leisten einen aktiven Beitrag zur zusätzlichen Wertschöpfung sowie zur Schaffung und Erhaltung von Arbeitsplätzen. Dies geschieht in erster Linie durch die Förderung innovativer Projekte, Initiativen und Programme die einen Prozess in Gang bringen, die auf die endogenen (eigenständigen) Entwicklungs-Potentiale in den Regionen der Sbrinz-Route abzielen. Die Bevölkerung jeder Region anerkennt die landschaftlichen, ökologischen und naturnahen Nutzungen und Produkte. Damit die Landschaft auch in Zukunft, Lebensraum und Lebensgrundlage der Menschen sowie einer Vielfalt einheimischer Pflanzen und Tiere bleibt.

### **Prozessziel**

Die Prozessgestaltung zielt darauf ab, die Umsetzung von Projekten aus der Sicht des Gastes, der Besucher und der Kunden zu verfolgen, um deren Bedürfnisse und Ansprüche zu kennen, sowie den Abverkauf von Angeboten, Waren, Produkte und Erzeugnissen erfolgreich zu gestalten. Die Kernpunkte wie Natur, Gesundheit, Wohlbefinden, Freizeit und ein gutes Lebensgefühl stehen in der Angebotsgestaltung im Zentrum. Damit die Kunden, Besucher und Gäste in der Prozessentwicklung sich mit der Aussage „**Die Regionen Sbrinz-Route CHärnXund erleben**“ identifizieren können und auch ein neues „Klischee“ mitprägen.

### **Projektschwerpunkt**

Ausbau des Angebots zur Verbesserung und Erhaltung der Gesundheit, z.B. mit dem Ausbau des Wanderangebotes, mit attraktiven kombinierten Angeboten mit öffentlichem Verkehr, Verpflegung und Übernachtung; durch die Förderung von Angeboten, die der Gesundheitsvorsorge dienen und das Wohlbefinden fördern. Angestrebt wird die Vermarktung komplexerer, hochwertiger Angebote unter Nutzung der wechselseitigen Beziehungen der Bereiche Gesundheit, Natur, Freizeit und Tourismus sowie deren bestimmter Leistungsparameter und Besonderheiten, um den sich stetig wachsenden Kundenbedürfnissen gerecht zu werden.

Natur-Touristen zeigen ein generelles Interesse an Gesundheit. Denn Gesundheits-Touristen ist gesunde Umgebung und Ernährung wichtig, dies wiederum wird stark von der Landwirtschaft beeinflusst.

Die Angebotsgestaltung in Zusammenarbeit oder durch Kooperationsmodelle mit dem Tourismus, der Landwirtschaft, dem Gewerbe und den Dienstleistung in den Regionen Sbrinz-Route wird gezielt unterstützt und gefördert. Mit der Wahl der Vermarktungsmassnahmen und Kommunikation gegenüber dem Gast, Besucher oder Kunden soll das Gefühl bestärkt werden, einen gesunden Aufenthalt zu erleben. Der Gast, Besucher und Kunde muss das Bewusstsein erhalten, dass er jederzeit mit dem Aufenthalt in den Regionen Sbrinz-Route für sich und seine Gesundheit etwas Gutes tut. Denn schliesslich bedeutet gesund sein nicht nur die Abwesenheit von Krankheit, sondern das Empfinden von vollkommenem Wohlfühl.

## **Projekt Regionen**

Das Projekt „Sbrinz-Route“ positioniert die Regionen zwischen Luzern und Domodossola als eine Kulturlandschaft mit spannenden Lebens- Erholungs- Bewegungs- und Erlebnisräumen in einem Alpenkorridor mit der kürzesten Alpenquerung.

Die fünf lebendigen grossen Kultur- und Sprachräume können auf eine spannende Geschichte mit der Handels- und Säumertätigkeit unserer Vorfahren zurückblicken. Das Zusammenleben und Zusammenwirken der Menschen dieser fünf Regionen prägte bis heute die Kulturen und hinterlässt ein spannendes Kulturerbe.

Vielfalt und Charme der sehr abwechslungsreichen und intakten Natur ist der Anziehungspunkt sowie die Grundlage für innovative lokale Produkte und Angebote. Dieser Perimeter wird als einen Wirkungs- und Entwicklungsraum mit lokalen und regionalen Eigenständigkeiten und Authentizitäten gefördert und für eine nachhaltige Zukunftsfähigkeit unterstützt.

## **Projekt-Trägerschaft / Schlüsselpersonen**

### **Förderverein Sbrinz-Route**

Der Verein wurde als Nachfolgeorganisation, der Projektarbeiten ab 2000 mit dem Höhepunkt des erfolgreichen Säumerfestes 2003 in Giswil als Start Aktivität, im Jahr 2004 gegründet. Den Verein bilden Organisationen, Vereine und Institutionen, welche in den einzelnen Regionen der Sbrinz-Route verankert sind und eine multiplizierende Wirkung ausüben. Mitgliederorganisationen sind die vier grossen Tourismusregionen, Vierwaldstättersee Tourismus, Haslital Tourismus, Goms Tourismus, Turismo Val Formazza und weitere örtliche Tourismusvereine, Gemeinden und Betriebe innerhalb des Alpenkorridors Sbrinz-Route zwischen Luzern und Domodossola. Zurzeit zählt der Verein 20 Organisationen zu seinen Mitgliedern.

Der Vorstand bildet das Gremium für strategische Entscheide. Der operative Bereich wird durch die Geschäftsleitung betreut und durch eine professionelle Geschäftsstelle umgesetzt. Die Geschäftsstelle bilden folgende Personen, welche massgeblich für die Entwicklung und Umsetzung des Projektes Sbrinz-Route verantwortlich zeichnen:

Josef K. Scheuber, Stans: Projektverfasser und Projektleiter, Erlebnismanager Natur CAD, Unternehmer, Erfahrung im Projektmanagement und deren Umsetzung. Landwirt mit Eidg. Fähigkeitsausweis und vertraut mit dem Säumer-Handwerk als Train-Korporal und Vorstandsmitglied der Train Vereinigung Unterwalden seit 1989, wovon 10 Jahre als Präsident, aktiv als Projektleiter und Kassier.

Daniel Flühler, Oberdorf: Präsident des Förderverein Sbrinz-Route, Erfahrung in der Forstwirtschaft und Ökologie, Berufsbildungswesen und Tourismus, Unternehmer, Handel und Verkauf.

Werner Grossniklaus, Stansstad: OK-Präsident Säumerfeste 2007, 2008, 2009, Inhaber einer Kommunikationsagentur, Unternehmer. Erfahrung bei der Organisation Durchführung von Grossanlässen. Marketing, Medienarbeit und Sponsoring.

### **Hoffnungen der Regionen**

Mit den bisherigen Projektarbeiten zu Gunsten der Regionen Sbrinz-Route, sind Impulse zu Entwicklungsprozessen entstanden, die neue Hoffnungen bei den Menschen zur Zukunftsfähigkeit der Regionen auslösen. Die gewachsene Hoffnung vieler Menschen hat sich in Vertrauen gewandelt und verstärkt damit den Druck auf die Verantwortung der Trägerschaft massiv.

Die Trägerschaft ist sich der Verantwortung bewusst, dass die Förderung von Entwicklungsmassnahmen, nachhaltig sein müssen, vielerorts die Abwanderung aufhalten und die Wertschöpfung in den Regionen ankurbeln soll, um die Zukunftsperspektiven weiterhin positiv zu beeinflussen.

In den Regionen der Sbrinz-Route sind die Erfahrungen für Entwicklungsprozesse nicht nur positiv belastet, denn die Trägerschaft ist nicht die einzige und insbesondere nicht die erste Gruppierung, Institution oder Organisation die sich mit den gewünschten Idealen zur Regionen-Entwicklung auseinandersetzt. Die bisher behutsame Strategie hat sich positiv ausgewirkt und Veränderungen auch ermöglicht. Die Trägerschaft will weiterhin diesen behutsamen Weg der kleinen Schritte gehen, um Hoffnungen und Vertrauen nicht zu verspielen.

Zur Erarbeitung des Geschäftsplans und dem Umsetzungsprogramm NRP 2008-2011 wurden die Regionen mit wesentlichen Akteuren in die bisherige Entwicklungsarbeit einbezogen. Entstanden ist als Grundlage eine Projektarbeit zu den Chancen und Perspektiven der Regionen Sbrinz-Route. Zugrunde liegen auch verschiedene Analysen und Abklärungen vor Ort die in ihrem Ergebnis die Weiterentwicklung darauf ausrichten:

- die wirtschaftliche Eigenständigkeit und Authentizität der Regionen zu fördern und zu stärken.
- das regionale Bewusstsein zur Schaffung und Stärkung, welche die regionale Identität unterstützt.
- die Förderung einer eigendynamischen lokalen und regionalen Wertschöpfungskette
- die Angebote, Produkte und Waren auf die eigenen Stärken und Charakteren auszurichten und zu definieren.
- die Entwicklungs- und Veränderungsprozesse mittel-, langfristig nachhaltig zu gestalten, mit Einbezug der Pflege von natürlichen Ressourcen als Lebensgrundlage.

### **Begleitende Unterstützung der Regionen**

Die Regionen suchen Antworten, um auf den starken Druck durch die fortwährenden Prozesse der Integration in einen globalen Markt für die ländlichen Regionen, regional und lokal reagieren zu können.

Die Regionen brauchen eine starke Hilfe und Begleitung, um wieder an die individuellen Stärken zu glauben und diese als Wettbewerbsvorteile zu nutzen und einzusetzen.

Die Regionen brauchen die Förderung, um die Möglichkeiten zu nutzen und auszuschöpfen, welche erlauben, Marktnischen zu bedienen die eine reale Wertschöpfung generieren.

Die Regionen stehen dem wirtschaftlichen Motor von Agglomeration und den Zentren zaudernd gegenüber, um dessen Kraft zu nutzen und zu erschliessen braucht es Unterstützung zur Entschlossenheit, Probleme zu überwinden.

Dazu braucht es auch den Austausch unter den Regionen an der Sbrinz-Route, um die gegenseitige Stützung gezielt zu fördern und fortzuführen. Das Vernetzen der Regionen zwischen den Zentren Luzern und Domodossola unterstützt die Zusammenarbeit und entwickelt das Verständnis zu gegenseitigen Rücksichtnahmen und erhöht die Qualität zum Kundennutzen. Dies hilft auch die Wertschöpfung aus den natürlichen Ressourcen (Natur und Landschaft) und Landschaft der Regionen zu erhöhen.

## Vier Handlungsfelder

Der Aktionsrahmen mit den verschiedenen Teilprojekten werden in vier Handlungsfeldern umrissen.

### Optimierung Wertschöpfungsketten

- Mit lokalen und regionalen Produkten das eigenständige Handwerk und Know-how entwickeln und erweitern.
- Produkte und Waren vor Ort, lokal und regional aus eigenen Rohstoffen veredeln und entwickeln.
- Produkte als „Mitbringsel“ erarbeiten und anbieten, die als Botschafter für die Regionen werben können.
- Regionale Rohstoffe vermehrt nutzen und gezielt Produkte entwickeln aus Holz, Stein, Pflanzen, oder durch Veredelung
- Pflanzen, Obst, Gemüse, Blumen.... Veredeln
- Neue Absatzwege für nachwachsende Rohstoffe erarbeiten
- Lokal-Regionale Verwertung entwickeln und organisieren
- Bedürfnisse und Erwartungen der Kunden, Gäste oder Besuchers positiv erfüllen
- etc.

### Entwicklung des regional- und lokalen Waren und Produktmarktes

- Den Internetauftritt zur Sbrinz-Route in ein CMS mit Sprachversionen überführen. Mehrsprachiger Auftritt ermöglichen.
- Die Informations-Palette zu den Regionen erweitern, insbesondere zu lokalen und regionalen Produkten
- Informationshilfen Wo, Wer, Was bietet
- Angebotspalette um die Regionen zu erleben
- Virtueller Regionaler und Lokaler Waren und Produkte Marktplatz aufbauen um den Abverkauf zu unterstützen und zu ergänzen
- Einheitliche zusammengefasste Proschüren erstellen.
- etc.

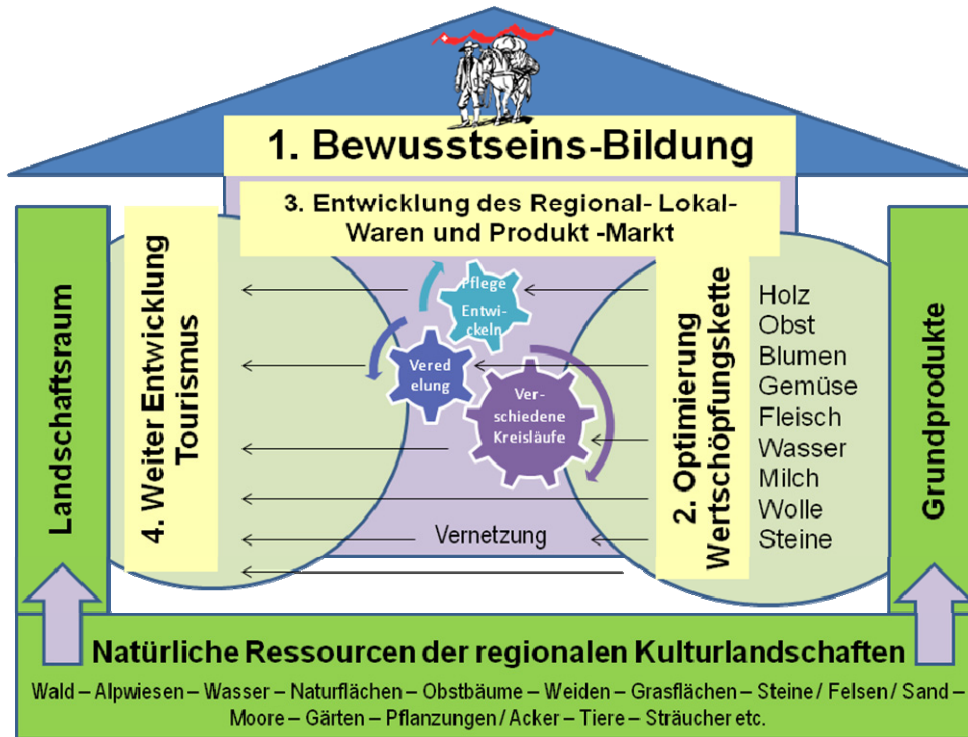
### Bewusstseins-Bildung

- Erarbeiten einer Informationsreihe zu Chancen und Perspektiven, zur Steigerung der Wertschöpfung mit regionalen und lokalen Angeboten, Waren, Produkte Erzeugnisse gegenüber dem globalen Markt.
- Projekte der Kantonalen Ämter für Umwelt mittragen
- Projekte des Bundesamt für Umwelt mittragen
- Jugend und Natur im ländlichen Raum
- Lernort Natur
- Event- und Erlebnisprogramme für Gruppen
- Kurse zur Entwicklung von Handwerk erarbeiten
- etc.

### Weiter Entwicklung der Tourismuswirtschaft

- Die Angebote zur Sbrinz-Route und den Regionen Ausarbeiten die Gesundheit, Wohlbefinden positiv beeinflussen
- Angebote für das Erlebnis mit Tragtieren (Saumpferden) erweitern und ergänzen
- Natur- und Kulturerleben der Regionen Sbrinz-Route
- Regionale und lokale Feste, „Brauchtumsanlässe“
- Service-Station – Rad / Wandern / Reiten, Säumen
- Lokal Essen und Trinken
- Regionales und urtypisches erleben geniessen
- Regionale Geschichte, Kulturerbe vermitteln Naturerlebnisse ermöglichen.
- etc.

## Darstellung zum Zusammenwirken der vier Handlungsfelder



### Teilprojekte zur nachhaltigen Entwicklung der Regionen Sbrinz-Route

Ausgehend von den bisherigen Tätigkeiten, sowie den Markterhebungen und Analysen der Regionen Sbrinz-Route zur lokalen und regionalen Entwicklung der Wertschöpfung werden folgende Teilprojekte im Rahmen der Neuen Regionalpolitik (NRP) gleich angeschoben und umgesetzt.

- Internet-Auftritt der Regionen Sbrinz-Route (Mehrsprachiger Auftritt) Überführung in CMS
- Die Ausgestaltung einer Markt-Plattform der Regionen Sbrinz-Route mit Information zu lokalen und regionalen Produkten, Waren und Erzeugnissen und Dienstleistungen
- Der Sbrinz-Routen Pass als Bonus- oder Belohnungs-System, zur Kunden- und Gästebindung sowie als Marketing Instrument im Bereich der Wanderangebote in den Regionen Sbrinz-Route
- Ausbau und Entwicklung von Angeboten für individuelle Bewegungs- und Wandererlebnisse mit ausgearbeiteten Tages- und Mehrtagesprogrammen und einer Tagesstruktur
- Die Säumerwoche, Auftakt mit Säumerfest und Säumer-Märcht als Kommunikations-Instrument und den Fokus auf die Regionen zu gewinnen.
- Die Wanderwoche Sbrinz-Route mit dem historischen Saumzug als jährliches Highlight für die Regionen, um Gäste, Besucher und Kunden zu gewinnen, neue Begegnungen mit einzigartigen Erlebniswerten zu ermöglichen
- Geschichte der Regionen Sbrinz-Route als Alleinstellungsmerkmal weiter aufarbeiten und entdecken und der Bevölkerung und Interessierten zugänglich und erlebbar machen. (Erfolgreiche Arbeit fortfahren)
- Programme zur gesunden Lebensweise - Regional Essen und Trinken injizieren und unterstützen
- Projekte der ViaStoria umsetzen, indem die Sbrinz-Route als ViaSbrinz in das Dachmarketing „Kulturwege Schweiz“ integriert werden kann, gepflegt und bewirtschaftet wird. Dazu besteht eine Leistungsvereinbarung zwischen ViaStoria und dem Förderverein Sbrinz-Route als Trägerschaft.

«Die Umsetzung des Projektes von ViaStoria bindet einen guten Drittel der in Aussicht gestellten Mittel NRP und wird im Kanton Wallis und Bern als erstrangige Behandlung erachtet. Da bereits grosse Investitionen in Teile der ViaRouten erfolgt sind ist es wichtig, die Sbrinz-Route als ViaSbrinz im Dachmarketing mit den 12 ViaRouten zu ergänzen, damit das Projekt eine Chance erhält. Um den gesamten Mittelbedarf zur Integration der ViaSbrinz ins Dachmarketing „Kulturwege Schweiz“ abzudecken, kann ViaStoria zusätzliche Fördermittel bei der Berghilfe auslösen.»

### Die Teilprojekte

### **Jährliches Säumerfest zum Start der Säumerwoche**

Das Säumerfest dient als Kommunikationsinstrument der Regionen Sbrinz-Route und ermöglicht die Aufmerksamkeit zu wecken, den Fokus auf die Regionen Sbrinz-Route zu lenken. Mit dem Anlass lassen sich Authentizität und Eigenständigkeit vermitteln und die Volkskulturen zu beleben. Eine Ausstrahlung über die Regionen Sbrinz-Route zu erlangen. Durch die Organisation des eingegliederten Säumer-Märcht entsteht ein Auftritt für den direkten Verkauf von regionalen und lokalen und qualitativ hochwertigen Produkten.

Das Säumerfest als Volkskulturfest ist im Wachstum und in positiver Entwicklung begriffen. Die Investitionen in das Rahmenprogramm ermöglichen ein Volkskulturfest, welches weit über die regionalen Grenzen hinaus Menschen begeistert und schöne Erinnerungen vermittelt. Das Konzept findet im Markt seinen Platz. Dieser Anlass braucht noch weitere Investitionen, um den Kunden- und Gästeanforderungen zu entsprechen. Kopfzerbrechen machen noch die Einnahmequellen zu erweitern ohne den Regionen die Gewinne (die örtliche Wertschöpfung) zu entziehen. Das Ziel erfüllt sich:- positive Erinnerungen und Begegnungen zu hinterlassen. Das Positive ist bereits Gesprächsstoff.

### **Wanderwoche mit historischem Saumzug und den Empfangsfesten an den Etappenorten**

Jährliche Umsetzung als einzigartiges Spezial-Angebot. Die Spuren der Säumer wie anno dazumal mit dem Pferd eine Woche lang erleben. Die Etappenorte empfangen mit einem lokalen Säumerfest oder Empfangsfest die Teilnehmer der Wanderwoche mit den Säumern und vermittelt die örtliche Natur- und Volkskulturvielfalt. Alles rund um das Säumerhandwerk ist die Attraktion. Es sollen gezielte Medienereignisse geschaffen werden, um die Medienpräsenz auszudehnen. Schafft die Möglichkeit über regionale Mehrwerte zu sprechen. Mit dem Anschluss an die Sommerferien mit einem kulturellen Ereignis den Grund liefern, in die Regionen zu reisen oder die Ferien zu verlängern oder extra auf diese Zeit zu legen. Damit kann die örtliche und regionale Wertschöpfung weiter ausgedehnt werden.

Diese Woche bildet Höhepunkte, einzigartige Ereignisse und schafft emotionale positive Erlebnisse die Gesprächsstoff liefern und Menschen anstacheln und motivieren, die Regionen Sbrinz-Route zu besuchen oder zu bereisen, weil damit Neugierde geweckt wird. Dieser Anlass liefert die Ausstrahlung, dass Gäste, Besucher etc. vor und nach der Säumerwoche auf der Sbrinz-Route wandern oder sich in einzelnen Regionen an der Sbrinz-Route für einige Tage aufhalten indem die individuellen Angebote genutzt werden. Es ist eine gross angelegte Kunden- Gewinnungs- und -Bindungsaktion!

### **Entwicklung von Angeboten für individuelle Bewegungs- und Wander-Erlebnisse**

Es gibt nebst den historischen Pfaden der Sbrinz-Route viele gepflegte und unterhaltene Wanderwege innerhalb der Regionen Sbrinz-Route. Es mangelt zurzeit an Tages- und Mehrtagesprogrammen die fertig mit einer Tagesstruktur ausgearbeitet sind. Dies wird eine der Hauptaufgaben 2008-2009, um die Wertschöpfung sofort auszudehnen. Für die Verbreitung werden die multiplizierenden Elemente mit den Tourismusbüros der Regionen Sbrinz-Route genutzt. Es werden zusätzlich Programme ausgeheckt wie Kochen und Wandern, um regionale Produkte und Küche zu empfehlen. Schon fest geplant sind Säumerkurse, damit Pferdehalter, Gäste und Wanderer begleiten können oder selber sicher mit einem Saumtier auf die Sbrinz-Route oder andere Wandertouren gehen können.

Zum Schwerpunktthema Gesundheit, Wohlbefinden und Schönheit werden Leistungsangebote entwickelt und aufgebaut d.h. Beratung, Konzeption, Gesamtkoordination und Planung von Gesundheitsdienstleistungen. Um neue Angebote und Events zu ermöglichen, werden Kompetenzen vernetzt damit eine hohe Qualität in der Ausführung ermöglicht wird. Ziel ist es, ganzheitlich abgestimmte Angebote - von der Idee bis hin zur professionellen Kommunikation und Umsetzung von Angeboten. Bewegen mit dem Themenwandern (z.B. Kulturwandern etc.) ermöglicht Zusatzleistungen, welche die Wertschöpfung erhöhen und optimieren. Es werden Seminarangebote möglich, welche die aktive Arbeitswelt, insbesondere deren ausgebrannten Führungskräfte wieder zurückführt zur Natur und zu sich selbst.

### **Kooperation mit Zubringern, wie PostAuto, Bahnen, Transportbetrieben.**

Das öffentliche Verkehrsangebot in den Regionen Sbrinz-Route ist vorzüglich. Es bietet sich also an, neue Erlebiss- und Wanderprogramme auf dieses reichhaltige Angebot des ÖV abzustimmen und zu koordinieren. Durch gute Kooperationen erleichtern wir dem Gast den Aufenthalt und verschönern ihm die Ferien.

### **Projekt ViaSbrinz in Zusammenarbeit mit ViaStoria – Kulturwege Schweiz**

Die Sbrinz-Route als ViaSbrinz in das Dachmarketing der "Kulturwege Schweiz" integrieren, mit den zusammengefassten 12 ViaRouten. Damit wird die nationale Präsenz nebst der Vernetzung mit dem Projekt SchweizMobil und mit Schweiz Tourismus erweitert. Die Zusammenarbeit zur Umsetzung dieses Teilprojektes wird in einer Leistungsvereinbarung mit der ViaStoria geregelt. Ebenso gibt es dazu eigens ein Projektbeschrieb, in welchem der gesamte Umfang des Umsetzungsprogramms von ViaStoria ersichtlich ist.

Die ViaRouten sollen ein neues Ferienerlebnis bieten: sorglos wandern auf historischen Routen, gut essen und trinken, stilvoll übernachten und dabei die Schönheiten der Schweiz mit allen Sinnen erleben. Es sichert die angemessene Nutzung der historischen Verkehrswege als bedeutendes Kulturgut und nutzt dabei wissenschaftliche Grundlagen sowie das Bundesinventar historischer Verkehrswege der Schweiz (IVS) zur Gestaltung neuer naturnaher Tourismus-Angebote mit hohem Erlebniswert. Es vernetzt regionale und lokale Tourismusinitiativen mit Angeboten von regionalen Produkten der Landwirtschaft und sorgt für eine höhere Wertschöpfung in den Regionen.

### **Marketing Projekte**

Durch Kooperation mit verschiedenen Partner werden Kompetenzen vereint und Möglichkeiten geschaffen für ein Gesamtangebot über die Plattform der „Regionen Sbrinz-Route“.

### **Der Sbrinz-Routen Pass als Bonus- oder Belohnungs-System**

Der „Sbrinz-Routen-Pass“ ist eine Anlehnung vorhandener Karten- oder Passprojekte und bereits ein etabliertes Marketing-Instrument. Um die Regionen entlang der Sbrinz-Route zu entwickeln, braucht es Daten und Fakten über die Bewegungen der Gäste/Besucher. Im Bewegungs- und Wanderbereich setzen die Regionen Sbrinz-Route nach wie vor auf Schätzungen und die subjektive Wahrnehmung. Mit dem Sbrinz-Routen Pass sollen Daten und Fakten zustande kommen, die eine gezielte und erfolgreiche Weiterentwicklung von Angeboten ermöglicht. Ebenso soll der Umsatz für Dienstleistungen und regionale Erzeugnisse gesteigert und ausgedehnt werden. Der treue Gast/Besucher soll belohnt werden. Der „Sbrinz-Routen-Pass“ kann verschiedene Gutscheine für regionale Produkte und Angebote vermitteln. Damit wird ein Anreiz- und Kommunikations-System sowie Marketing Instrument entwickelt, welches einen Mehrnutzen auslösen kann. Also Daten für die Marketingentwicklung gewinnen und eine Kunden Belohnungs- und Gewinnungsaktion auslösen, um die Aufenthaltsdauer in den Regionen Sbrinz-Route auszudehnen und zu erhöhen.

### **Internet-Präsenz**

Der bisherige Web-Auftritt unter [www.sbrinz-route.ch](http://www.sbrinz-route.ch) wird in ein CMS überführt. Das CMS dient vor allem dazu, Inhalte zentral zu speichern, um diese nachher in jeder erdenklichen Form ausgeben zu können. Die Arbeits- und Nutzeneffizienz kann massiv gesteigert werden.

- Es können mehrerer Leute portsunabhängig am Projekt gleichzeitig arbeiten
- Es kann an mehreren Orten und Regionen gleichzeitig am Projekt gearbeitet werden
- Effizienteres und einfacheres Arbeiten mit der Webseite (niemand muss HTML verstehen können)
- Content steht zentral zur Verfügung und kann in X andere Applikationen exportiert werden
- Umstellungen am Design/Layout sind effektiv, da Inhalt und Design/Layout von einander getrennt sind
- Datensicherungen können einfacher gemacht werden
- Etc.

Ein CMS hat nur Vorteile gegenüber statischen Seiten. Der einzige Nachteil ist, dass der Initialaufwand um das CMS einzurichten etwas grösser ist. Das zahlt sich aber bereits nach 3-5 Monaten aus.

Die Projektleitung kann zur Unterstützung der Wahl des passenden Internet Systems selber auf eine über zehn jährige Erfahrung zurückgegriffen. Die Zusammenarbeit mit internationalen Marktführern im Affiliate Management oder Affiliate Netzwerk ermöglicht die Entscheidung am aktuellen Puls des Geschehens zu treffen.

Der Aufbau einer Informationsplattform für lokale und regionale Produkte, Waren und Erzeugnissen soll Bisheriges ergänzen um die Organisation und Beschaffung von lokalen und regionalen Produkte, Waren und Erzeugnissen zu erleichtern. Viel Arbeit wird das Aufspüren von Produkten, Waren und Erzeugnissen in Anspruch nehmen. Das Informationsangebot wird wachsen, indem ein Netzwerk zur Marktunterstützung entsteht.

Ein E-Shop wird angestrebt im Rahmen der Möglichkeiten. Die Informationen und Beschreibungen zu den lokalen und regionalen Produkten, Waren und Erzeugnissen der Regionen Sbrinz-Route sollen entsprechend aufgearbeitet werden, damit diese später über den Internet-Shop zu kaufen sind. Im ersten Schritt werden nur Informationen und Bilder zu lokalen und regionalen Produkte, Waren und Erzeugnisse aufgearbeitet. Dadurch wird der stärkere Einbezug lokaler und regionaler Produkte ins touristische Angebot gefördert. Die Informationen liefern eine Vielfalt und machen die Regionen Interessanter. Dadurch kann auch der Zugang zu lokalen und regionalen Produkte, Waren und Erzeugnisse für die Gastronomie verbessert werden um den regionalen Charakter mit „Lokal Essen und Trinken“ zu fördern und weiter zu entwickeln.

Ein effektiver Marktvorteil bietet das CMS in Verknüpfung mit einem eigenen Shop, weil dieser damit auf einer Vielzahl von Webseiten beworben werden kann. Das steigert den Traffic auf die Webseite und auch die Verkäufe im Shop und von Angeboten. Mit Produktdaten hat man die Möglichkeit, sich in andere Shops oder Shop-Linksysteme einbinden zu lassen. Dazu gehören auch Services, wie Preisvergleiche und Bonuscommunities. Sonderaktionen werden von den Webseiten gerne angenommen und erhöhen somit den Traffic auf den eigenen Shop.

Mit diesem Ausbau der Internetpräsenz werden die Voraussetzung geschaffen, um den Webauftritt an Affiliate Netzwerken anzuschliessen. Affiliate Netzwerke sind sehr wählerisch, welchen Shop sie neu in das Netzwerk aufnehmen und welchen nicht. Daher nutzen wir die Begleitung der Entwicklungsphase durch den Marktführer, um eine professionelle eCommerce Lösung, einem breiten Produktesortiment zu ermöglichen. Dass es noch die Hürde der Logistik zu nehmen gilt, ist uns bewusst. Eine reibungslose Lieferung der Produkte, eine aktive Mitarbeit am Affiliate Programm (Aktionen, Produktdaten, etc). sind Voraussetzungen um ein Affiliate Programm erfolgreich zu starten.

Dieses Programm bedeutet eine echte Herausforderung, jedoch ist es ein sehr effektiver Weg und eine erfolgsorientierte Ausrichtung für die Regionen der Sbrinz-Route, um auch im zunehmenden, hart umkämpften Markt für lokale und regionale Angebote, Produkte, Waren und Erzeugnisse die gewünschten und angestrebten Ziele zu erfüllen oder zu erreichen.

### **Die Geschichte der Regionen Sbrinz-Route**

Die Sbrinz-Route führt durch die Kulturlandschaften zwischen Luzern und Domodossola. Hier wurde über Jahrhunderte die Geschichte geprägt. Burgen, Klöster, Kirchen historische Wege, Trockenmauern und viele historische Sehenswürdigkeiten zeugen von einer spannenden Vergangenheit. Mit dem Projekt verfolgen wir die Aufklärung über die Entstehung und heutigen Gestalt der Kulturlandschaft und entwickeln damit das Verständnis für die Zukunftsentwicklung der Regionen. Mit der Neugierde versteckte Spuren der Geschichte wecken und Unterstützung gewinnen.

Bereits wurden verschiedene geschichtliche Grundlagen seit 2000 erarbeitet und bilden die Alleinstellungs-Grundlage zum Programm der Regionen Sbrinz-Route. Das Aufarbeiten von Fakten aus den Akten der Archive liefert die spannenden Informationen zu den Regionen und deren Entwicklung für die Bevölkerung, wie für Gäste und entwickelt die Neugierde zu den Regionen Sbrinz-Route. Dies bereichert auch Internetpräsenz und steigert das Interesse an der Kultur der Regionen der Sbrinz-Route

### **Gesunde Lebensweise - Regional Essen und Trinken**

Es werden zwar verschiedene örtliche Auflistungen zu lokalen und regionalen Produkten geführt, die jedoch kaum wahrgenommen werden. Ineffiziente Suche macht es schwer etwas sofort zu finden und zu nutzen. Eine zentrale Auflistung für lokale und regionale Angebote, Waren, Produkte und Erzeugnisse könnte sehr hilfreich sein. Produzenten, Hersteller, Erzeuger, Verarbeiter, Verkaufsstellen und Direktvermarkter müssen davon überzeugt werden, mit einer Informationsplattform als Drehscheibe zu mehr Wertschöpfung zu kommen.

Lokal Essen und Trinken ist nicht mehr ausgeprägt. Das lokal oder regional Typische hat enorm eingebüsst, unter anderem weil die Beschaffung von lokalen und regionalen Produkten unübersichtlich ist und vielen die Angebote und Erzeugnisse vor der Haustür nicht bekannt sind. Damit tut sich auch die Gastronomie schwer. Die Gastro-Branche muss sich etwas einfallen lassen, um den Boden nicht an eine neue Form der Bewirtung zu verlieren. Es stellt eine Herausforderung dar, den Gästen und Kunden wieder authentische und eigenständige Küche zu ermöglichen. Gut ist für Gäste und Besucher, respektive Kunden ebenso, was die Bewohner der Regionen auch wirklich produzieren und konsumieren und mit ihren Rezepten prägen.

Ergänzend zu den Schwerpunktthemen Gesundheit, Wohlbefinden und Schönheit, welche die Bewegungs- und Wanderangebote ergänzen, kann durch ein Zusammenspiel unterschiedlicher Regionen mit den kulinarischen Erlebnissen einen positiven Effekt zur Steigerung der Frequenzen und zu lokalem und regionalem Nutzen beitragen. Kann mithelfen, eine gesunde saisonale Ernährung mit lokaler Wertschöpfung zu fördern.

In der ersten Phase werden die Informationen zu lokalen und regionalen Waren, Produkte und Erzeugnisse via Internet aufgearbeitet.

### **Die Geschäftsstelle der Regionen Sbrinz-Route**

Diese dient zur Aufrechterhaltung einer professionellen Informations- Auskunfts- und Beratungsstelle als Fundament zur Vertrauensgewinnung. Erfüllung von Leistungsvereinbarungen, der Administration, der Buchhaltung und Verwaltungsaufgaben.

Die Geschäftsstellen-Leitung erfüllt:

- Die Koordination der Aufgaben zwischen den Regionen (ist Netzwerker)
- Verwaltungsaufgaben, die Kommunikationskoordination unter den Beteiligten
- Die Abstimmung und Zusammenarbeit mit anderen Projekten und Initiativen
- Die Koordination zum Internetauftritt und kontrolliert die Aktualität
- Unterstützt die Weiterentwicklung der Teilprojekte NRP
- Koordiniert einen kontinuierlichen Geschäftsbetrieb
- Organisiert die Öffentlichkeitsarbeit sowie dem Förderverein Sbrinz-Route.

Die Geschäftsstelle wird durch den bestehenden Projektleiter Sbrinz-Route Josef K. Scheuber geleitet. Die Geschäftsstelle erhält die Gesellschaftsform einer GmbH mit Sitz in Stans.

### **Angebotsentwicklung für individuelle Bewegungs- und Wandererlebnisse**

Es gibt viele gepflegte Wanderwege innerhalb der Regionen Sbrinz-Route. Es mangelt an Tages- und Mehrtagesprogrammen die fertig ausgearbeitet sind. Dies wird eine der Hauptaufgaben 2008-2009, um die Wertschöpfung sofort auszudehnen. Für die Verbreitung werden die multiplizierenden Elemente mit den Tourismusbüros der Regionen Sbrinz-Route genutzt. Die Angebote dienen auch, damit die lokalen und regionalen Tourismusbüros mehr anbieten können. Es werden zusätzlich Programme ausgeheckt wie Kochen und Wandern, um regionale Produkte und Küche zu empfehlen. Schon fest geplant sind Säumerkurse, damit Pferdehalter Gäste und Wanderer begleiten können oder selber sicher mit einem Saumtier auf Wandertouren gehen kann.

Die Signalisation zur Sbrinz-Route / ViaSbrinz wurde im Rahmen des Projektes SchweizMobil grösstenteils umgesetzt. Es bedarf noch Korrekturen und Ergänzungen zur Optimierung der Sicherheit beim Wandern. Dies ist mit den regionalen Wanderwegorganisationen zu planen. Ergänzt werden muss die Signalisation für die Saumtiere, besonders für die Umgehungen, um die Sicherheit zu erhöhen und Unfälle zu vermeiden, dass dadurch die Erlebnisse nicht getrübt werden. Angebote, die für ein Wandererlebnis mit Saumtieren taugen sollen, werden aufgearbeitet und folgen.

### **Der Nutzen für die Regionen Sbrinz-Route**

Mit dem Reporting zum Massnahmenplan und Umsetzungsprogramm NRP 2008-2011 der Regionen Sbrinz-Route können wir aufzeigen, dass sich einen ansehnlichen Nutzen für die Regionen Sbrinz-Route bereits durch die bisherige Freiwilligen Arbeit eingestellt hat.

Zusammenfassend kann man feststellen, dass durch die vorgesehenen Massnahmen eine markante Steigerung des lokalen und regionalen Nutzens durch zusätzliche Wertschöpfung möglich wird. Damit wird auch einen multiplizierenden Prozess in Gang gesetzt.

Das Ziel bis im Jahr 2011 rund 30'000 Gäste, Kunden oder Besucher pro Jahr in den Regionen der Sbrinz-Route zu bewegen, erscheint eine realistische Grösse zu sein. Wenn man rechnet, dass jede Person Sfr. 36.00 im Durchschnitt ausgibt, kommt man auf einen Umsatz als Wertschöpfungssteigerung von rund 1.1 Mio. Franken jährlich, die in den Regionen Sbrinz-Route auch wieder Investitionen auslösen. Klar kann man dieses Ergebnis optimieren, jedoch sind wird dankbar wenn der Anfang gelingt und kontinuierlich gesteigert werden kann. Die Zielsetzung erscheint auch bescheiden zu sein, doch es sind einige Vorarbeiten notwendig um die Menschen zu bewegen und für die Regionen der Sbrinz-Route zu begeistern.

### **Fazit**

Die Regionen steigern die Wertschöpfung mit den Investitionen aus den Mitteln NRP. Die Regionen, Gemeinden, Kantone erhalten bescheidene Rückflüsse durch Steuereinnahmen und indem Arbeitsplätze erhalten gestärkt oder geschaffen werden. Viele Menschen, welche auf der Sbrinz-Route den Sinn ihres Daseins wieder finden und wieder eine Beziehung zu sich selber aufbauen können. Unsere Angebote helfen vielen Menschen, die sich durch die Regionen der Sbrinz-Route bewegen, zurück zu sich selber zu finden. Dies dank der eindrücklichen Erlebnisse in einer fantastischen Natur- und Bergwelt. Wir bieten Hilfe zur Selbsthilfe.

Die Regionen Sbrinz-Route wird sich entwickeln und gerade im Tourismus, Gastrobetriebe, direkte Leistungsanbieter und Landwirtschaft Teilzeitpensen schaffen. Es ist eine umfassende Region mit vielen Möglichkeiten. Im Bereich Ausbildung und Gästebetreuung wird vermehrt Arbeit anfallen. Produzenten und Zulieferfirmen werden Arbeitsplätze erhalten und neue schaffen können.

**Wirtschaftlicher Nutzen für die Regionen Sbrinz-Route bzw. Kantone**

Wie viele zusätzliche Arbeitsplätze werden durch ihr Projekt voraussichtlich entstehen?

(Zeitraum 10 Jahre)

<b>bis 2009</b>	<b>keine</b>	<b>1-2</b>	<b>2-5</b>	<b>5-10</b>	<b>&gt; 10</b>
<b>Direkte Arbeitsplätze</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nidwalden	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Obwalden	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haslital	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Goms	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verbania-Cusio-Ossola	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>bis 2011</b>	<b>keine</b>	<b>1-2</b>	<b>2-5</b>	<b>5-10</b>	<b>&gt; 10</b>
<b>Direkte Arbeitsplätze</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nidwalden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Obwalden	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haslital	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Goms	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verbania-Cusio-Ossola	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>bis 2015</b>	<b>keine</b>	<b>1-2</b>	<b>2-5</b>	<b>5-10</b>	<b>&gt; 10</b>
<b>Direkte Arbeitsplätze</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nidwalden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Obwalden	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haslital	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Goms	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verbania-Cusio-Ossola	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>bis 2018</b>	<b>keine</b>	<b>1-2</b>	<b>2-5</b>	<b>5-10</b>	<b>&gt; 10</b>
<b>Direkte Arbeitsplätze</b>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nidwalden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Obwalden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haslital	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Goms	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verbania-Cusio-Ossola	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>Indirekte Arbeitsplätze (Schätzung bis 2009)</b>	<b>keine</b>	<b>1-2</b>	<b>2-5</b>	<b>5-10</b>	<b>&gt; 10</b>
Nidwalden	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Obwalden	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haslital	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Goms	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verbania-Cusio-Ossola	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>Indirekte Arbeitsplätze (Schätzung bis 2011)</b>	<b>keine</b>	<b>1-2</b>	<b>2-5</b>	<b>5-10</b>	<b>&gt; 10</b>
Nidwalden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Obwalden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haslital	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Goms	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verbania-Cusio-Ossola	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>Indirekte Arbeitsplätze (Schätzung bis 2015)</b>	<b>keine</b>	<b>1-2</b>	<b>2-5</b>	<b>5-10</b>	<b>&gt; 10</b>
Nidwalden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Obwalden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Haslital	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Goms	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Verbania-Cusio-Ossola	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

<b>Indirekte Arbeitsplätze (Schätzung bis 2018)</b>	<b>keine</b>	<b>1-2</b>	<b>2-5</b>	<b>5-10</b>	<b>&gt; 10</b>
Nidwalden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Obwalden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Haslital	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Goms	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Verbania-Cusio-Ossola	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>