

ZÜRCHER HOCHSCHULE FÜR ANGEWANDTE WISSENSCHAFTEN  
DEPARTEMENT LIFE SCIENCES UND FACILITY MANAGEMENT  
INSTITUT FÜR UMWELT UND NATÜRLICHE RESSOURCEN



## PROJEKTKONZEPT SATTLER KULINARIKTRAIL

Kathrin Züst, Alina Habegger und Beatrice Meerwein

31. Oktober 2021

Umweltingenieurwesen BSc 2019

Modul Lernende Region

## DAS PROJEKT IN KÜRZE

Das Projekt Sattler Kulinariktrail dient zur Unterstützung des Konsums lokaler Produkte und ist ein gesellschaftlicher Anlass zur Förderung der Gemeinschaft, welcher von einer lokalen Träger\*innenschaft umgesetzt wird. In diesem werden an drei verschiedenen Standorten jeweils ein Gang eines Menüs zubereitet. Dabei werden die gekochten Speisen mit möglichst vielen lokalen Produkten hergestellt. Die Teilnehmenden des Kulinariktrails gehen in Gruppen, auf der vorgegebenen Route, zu den verschiedenen Anbietern der Speisen, wo die köstlichen Gerichte in einem gemütlichen Umfeld und in passenden Lokalitäten genossen werden können. Um die Produzent\*innen der verwendeten Produkte hervorzuheben und die Route zur nächsten Lokalität möglichst gut zu beschreiben, werden in einer Informationsbroschüre die wissenswerten Hinweise zusammengetragen.

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>EINLEITUNG .....</b>	<b>5</b>
<b>PROJEKTDOKUMENTATION.....</b>	<b>6</b>
<b>AUSGANGSLAGE .....</b>	<b>7</b>
<b>AKTUELLER STAND .....</b>	<b>7</b>
<b>ZIELE UND VISION.....</b>	<b>8</b>
<b>OUTPUTS UND MASSNAHMEN.....</b>	<b>9</b>
<b>MACHBARKEITSABKLÄRUNG .....</b>	<b>10</b>
<b>UMFELDANALYSE .....</b>	<b>11</b>
KONKURRENZ.....	11
ALLEINSTELLUNGSMERKMAL.....	12
<b>AKTEURSANALYSE .....</b>	<b>13</b>
<b>ZIELGRUPPENANALYSE .....</b>	<b>15</b>
PERSONAS.....	15
<b>NACHHALTIGKEITSBEURTEILUNG.....</b>	<b>17</b>
<b>UMSETZUNGSPLANUNG.....</b>	<b>19</b>
<b>PROJEKTORGANISATION .....</b>	<b>20</b>
PROJEKTTEAM .....	20
<b>PROJEKTORGANISATION .....</b>	<b>21</b>
ZEITPLAN .....	23
WEITERFÜHRENDE IDEEN.....	24
EVALUATION.....	24
<b>BUDGETIERUNG.....</b>	<b>24</b>
<b>FINANZIERUNG .....</b>	<b>27</b>
FINANZIERUNGSHILFEN.....	27

<b>RISIKOANALYSE .....</b>	<b>29</b>
<b>KONTAKTPERSONEN .....</b>	<b>30</b>
<b>SCHLUSSWORT .....</b>	<b>33</b>
<b>LITERATURVERZEICHNIS .....</b>	<b>34</b>
<b>ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....</b>	<b>35</b>
<b>TABELLENVERZEICHNIS.....</b>	<b>35</b>

## EINLEITUNG

Seit dem Herbst 2020 arbeiten Studierende des Studiengangs Umweltingenieurwesen an der Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften (ZHAW) mit der Vertiefung Umweltsysteme und Nachhaltige Entwicklung (UNE) mit der Gemeinde Sattel zusammen. Zum Beginn der Zusammenarbeit verbrachten die Studenten eine Woche vor Ort, um die Region zu erkunden. Anschliessend wurde eine Aussenansicht auf die Gemeinde mit Hilfe von einer umfassenden Recherche und Experteninterviews erstellt.

Im Frühjahr 2021 wurden die Themenfelder mit dem grössten Potential ausgelesen. Mit einer Umfrage an die gesamte Bevölkerung und einem Workshop mit Interessierten Personen aus der Gemeinde wurden die Handlungsfelder angegangen und analysiert. Anhand dieser Analyse wurden dann Projektideen entwickelt und skizziert. Schlussendlich wurden die Projektideen der Bevölkerung vorgestellt und es fand eine Abstimmung statt.

Diesen Herbst fand als letzter Teil der Zusammenarbeit das Modul «Lernende Region» statt. Bereits im Sommer wurden die vier Projekt-Gewinner der Abstimmung erkoren, welche in diesem Modul vertieft wurden. An einem Workshop im September konnten diese Projekte mit der Bevölkerung konkretisiert werden. Das nun vorliegende Projektkonzept Kulinariktrail wurde auf der Basis der Projektskizze «Sattler Kulinarik-Trail» erstellt. Das Konzept hilft der Träger\*innengruppe bei der Umsetzung des Projektes. Es beinhaltet die Umsetzungsvorschläge, die Finanzierungsmöglichkeiten und verschiedene Analysen zur Machbarkeit des Projektes.

PROJEKT-

DOKUMENTATION

## AUSGANGSLAGE

Es gibt einen globalen Trend in Richtung Bioproduktion und Regionalität. Dies zeigt auch die schweizweite Nachfrage nach regionalen Produkten, welche bei den Konsument\*innen für eine hochwertige Qualität und herausragenden Geschmack stehen. Durch die Situationsanalyse hat sich herausgestellt, dass Sattel eine Vielzahl an Hofläden und Besenbeizen besitzt, sowie ein grosses kulinarisches Angebot von Privatpersonen vorhanden ist. Jedoch ist die Vermarktung der Produkte für Aussenstehende nur gering ersichtlich und laut Rückmeldungen aus dem Workshop, kennen Einheimische das Angebot nur begrenzt, obschon gerade die Landwirtschaft ein prägendes und wichtiges Element der Gemeinde Sattel ist.

Möchte man die Produkte der Gemeinde Sattel besser kennenlernen, kann ein grosser Teil des regionalen Angebots im Buurä Märcht am Fusse der Gondelbahn Sattel Hochstuckli gekauft werden. Durch die Lage bietet der regionale Laden hauptsächlich einen erhöhten Mehrwert für die auswärtigen Besucher\*innen des Tourismus-Gebietes Hochstuckli. Zu dieser Einkaufsmöglichkeit und dem Sattler Märcht, der einmal im Jahr stattfindet, soll ein weiteres Angebot geschaffen werden, welches sich auf lokale Produkte fokussiert und die Sattler Bevölkerung sowie auch die Leute aus grösserer Entfernung anspricht.

Zudem ist die Gemeinde Sattel bereits für ihre zahlreichen Events bekannt, die ebenfalls mit ihrem historischen Hintergrund verbunden sind. Die Integration von Neuzuzüger\*innen und die Gemeinschaft ist der Gemeinde ebenfalls von hoher Bedeutung. Um die Produzent\*innen ohne Aufwand zu unterstützen, wird der Sattler Kulinariktrail organisiert, welcher die Bewohner\*innen durch einen sozialen Anlass verbinden soll.

## AKTUELLER STAND

Die ursprüngliche Idee, die Produzent\*innen anlässlich einer Wanderung zu besuchen, wurde überarbeitet. Der Grund war, dass die Mehrheit der Produzent\*innen nicht bereit war, aktiv an dem Projekt mitzuarbeiten. Dank einer zweiten Idee, die am Workshop vom 25. September 2021 besprochene wurde, entstand das Konzept, lediglich die regionalen Produkte zu verwenden und den Anlass als Wanderung zu verschiedenen Lokalitäten zu machen. Welcher wiederum von einer externen Träger\*innenschaft umgesetzt wird.

Für das weitere Vorgehen wurden bereits Sattler und Sattlerinnen gefunden, um das Projekt weiterzuführen. Weitere Personen, die für die Umsetzung des Sattler Kulinariktrails notwendig sind, werden von der Träger\*innenschaft selbst zur Verfügung gestellt. Die Träger\*innenschaft hat bereits Erfahrungen mit dem Organisieren von Events, weswegen sie gut vernetzt ist und weiss, mit welchen Personen noch weiter zusammengearbeitet werden muss.

Mögliche Produzent\*innen und Lokalitäten sind bereits vorgeschlagen und im Konzept ersichtlich. Die Auswahl wird jedoch der Träger\*innenschaft selbst überlassen.

## ZIELE UND VISION

Um aufzuzeigen, was man mit dem Projekt Sattler Kulinariktrail bewirken möchte, sind im folgenden Abschnitt die gewünschten Wirkungen des Projektes beschrieben. Die Orientierung an Zielen und Visionen ist bei der Erarbeitung des Projektes von entscheidender Bedeutung, da man durch diese klärt, wo man mit dem Projekt hinmöchte. Zudem hilft es bei der Umsetzungsplanung, da man sich durch die vorgenommenen Wirkungen auf die wichtigen Projektschritte fokussiert. Andererseits tragen diese auch nach der Durchführung zu einer klaren Evaluation des kulinarischen Weges bei.

Das langfristige Ziel des Sattler Kulinariktrails ist, die zahlreichen Produkte der Region zu erhalten und diese weiter zu stärken. Der jährliche Event soll durch klare Kommunikation und Information zur Förderung der regionalen Produkte beitragen und das gemeinschaftliche Leben des Dorfes unterstützen. Der Sattler Kulinariktrail soll mit den Jahren zu einem angesehenen Anlass werden, welcher von vielen Teilnehmenden, auch ausserhalb der Region, rege besucht wird.

Die Ziele des Projektes unterscheiden sich dabei in direkte und übergeordnete Wirkungen, welche in der untenstehenden Tabelle detailliert aufgeführt sind.



Tabelle 1 Impact, Outcome und Outputs des Projektes

Impact und indirekte Wirkungen	Outcome und direkte Wirkung	Outputs und Massnahmen
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Regionale Produkte erhalten</li> <li>● Bekanntheit der Produzent*innen stärken und deren Wertschätzung erhöhen</li> <li>● Die lokale Wertschöpfung steigern</li> <li>● Den Zusammenhalt in der Bevölkerung erhöhen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Der Sattler Kulinariktrail wird von 10% der Sattler Bevölkerung besucht → Tickets beim Anlass</li> <li>● 80% der Sattler Besucher*innen kennen 4 Standorte, an denen regional Lebensmittel eingekauft werden können → Umfrage über Crossiety</li> <li>● 50% der Besucher*innen kommen aus der Region um Sattel (30Km Reichweite) → Tickets beim Anlass</li> <li>● Erzielen eines gewinnbringenden Anlasses → Finanzen der Träger*innenschaft</li> <li>● Bevölkerung beteiligt sich aktiv an der Umsetzung (mind. 15 beteiligte Personen) → Informationen durch Träger*innenschaft</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Sponsor*innen finden</li> <li>● Planung der Route, anhand gewählter Lokalitäten</li> <li>● Menü erstellen und konkrete Auswahl der Produzent*innen treffen</li> <li>● Flyer zur Durchführung erarbeiten und dies drucken</li> <li>● Werbung und Kommunikation des Anlasses</li> </ul>

### OUTPUTS UND MASSNAHMEN

Damit die aufgeführten Ziele erreicht werden können, müssen einige Leistungen erbracht werden. Diese Massnahmen umfassen im ersten Schritt die Klärung, wie das Projekt von der Träger\*innenschaft umgesetzt wird. Als Nächstes sollte die Planung des Projektes im Vordergrund stehen, die benötigten Schritte sind in den oben beschriebenen Outputs/Massnahmen erwähnt. Sind diese Schritte erledigt, sollte der Umsetzung nichts mehr im Wege stehen. Das genauere Vorgehen ist im Kapitel der Umsetzungsplanung aufgeführt.

# MACHBARKEITS- ABKLÄRUNG

## UMFELDANALYSE

### KONKURRENZ

Eine grosse Veranstaltung, welche viele Ähnlichkeiten zum Sattler Kulinariktrail hat, befindet sich in Einsiedeln, nicht weit weg von Sattel. Am «Herbschtfäscht» gibt es eine kulinarische Wanderung. An sechs verschiedenen Zwischenhalten kann man verschiedene Köstlichkeiten probieren und interessante Dinge über Einsiedeln erfahren. Das «Einsiedler Herbschtfäscht» verzeichnet hohe Teilnehmer\*innenzahlen mit etwa 1500 Teilnehmenden (Herbschtfäscht, 2021).

In der Region um Sattel gibt es zudem eine kulinarische Wanderung entlang des «Weges der Schweiz». Dies ist jedoch kein spezifischer Anlass, sondern es befinden sich verschiedene Restaurants entlang der Wanderung, welche besucht werden können. Somit ist die Konkurrenz zum Kulinariktrail nur gering (Uri Tourismus AG, 2021).

Darüber hinaus gibt es in der ganzen Schweiz diverse Events im Zeichen des Genusses. So gibt es verschiedene Bierwanderungen in der ganzen Schweiz und Weinwanderungen vor allem im Wallis, Graubünden, Zürcher Weinland und im Tessin (Swiss Wine, 2021). Zudem wurden noch zwei Anlässe gefunden, welche Ähnlichkeiten zum Kulinariktrail haben. Dies wäre die kulinarische Wanderung von Gang zu Gang am Bodensee und in Flims (GR) (St.Gallen-Bodensee Tourismus, 2021, Weisse Arena Gruppe, 2021). Diese beiden Events finden nicht zu einem spezifischen Zeitpunkt statt, dafür jeweils in Restaurants. Der Sattler Kulinariktrail setzt dagegen auf regionale Produkte.

Im folgenden Spider zur Konkurrenzanalyse wurden die verschiedenen Events miteinander verglichen. Dabei wurden die Punkte Preis/Leistung, Erreichbarkeit, Programm und Bekanntheit angeschaut und zwischen eins und drei bewertet. Null ist jeweils der tiefste und drei der höchste Wert im Vergleich.

## Konkurrenzanalyse

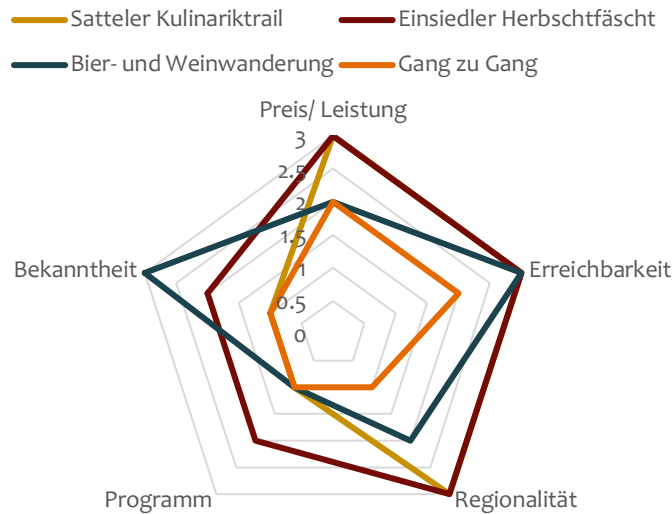


Abbildung 1 Spider zur Konkurrenzanalyse

### ALLEINSTELLUNGSMERKMAL

In der Region Sattel gibt es viele lokale Produzent\*innen mit kulinarisch begeisternden Produkten. In den nächsten Zeilen werden einige Beispiele vorgestellt. In Sattel gibt es eine lokale Fischzucht. Zusätzlich gibt es eine Produktion von Lama-Fleisch. Der Hof Überwurf stellt verschiedene Backwaren aus regionalen Rohstoffen her. Das Projekt Sattler Kulinariktrail bringt diese regionale kulinarische Vielfalt der einheimischen Bevölkerung näher. Auch Personen von auswärts können die kulturelle Vielfalt der Region Sattel beim Kulinariktrail kennenlernen. Das Konzept dafür ist nicht neu. Es gibt in der Schweiz bereits zahlreiche Genusswanderungen, allerdings hebt sich unser Projekt dadurch ab, dass nicht die grossen Catering-Firmen, sondern die Produkte der lokalen Produzent\*innen gefördert werden. Die Veranstaltung leistet somit einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung von Sattel, indem die lokalen Produkte auch lokal konsumiert werden. Die Wertschöpfung bleibt in Sattel selbst. Weiter bietet unser Projekt den Produzent\*innen eine weitere Plattform ihre Produkte bekannt zu machen, ohne selbst viel Geld für Marketing aufwenden zu müssen. Somit lohnt sich auch langfristig weiter lokale Produkte zu produzieren. Zu guter Letzt fördert das Projekt auch die Gemeinschaft von den Produzent\*innen in der Region Sattel, da sie für das Projekt die jeweiligen Produkte der anderen kennenlernen und so mitbekommen, wie vielfältig das Angebot von lokalen Produkte ist.

## AKTEURSANALYSE

In diesem Abschnitt werden die relevanten Akteur\*innen und Akteursgruppen vorgestellt. Für die Einteilung der jeweiligen Akteur\*innen wird beurteilt, wie viel Einfluss die Akteur\*innen haben und wie gross ihr Interesse am Projekt ist. Die Definition dafür werden in den vier Feldern in der Abbildung 2 vorgestellt. Daraus kann optimal abgestimmt werden, welche Akteur\*innen an welcher Stelle im Projekt eingebunden werden. In der Abbildung 3 sind die Akteur\*innen für das Projekt nach diesen vier Feldern eingeteilt.

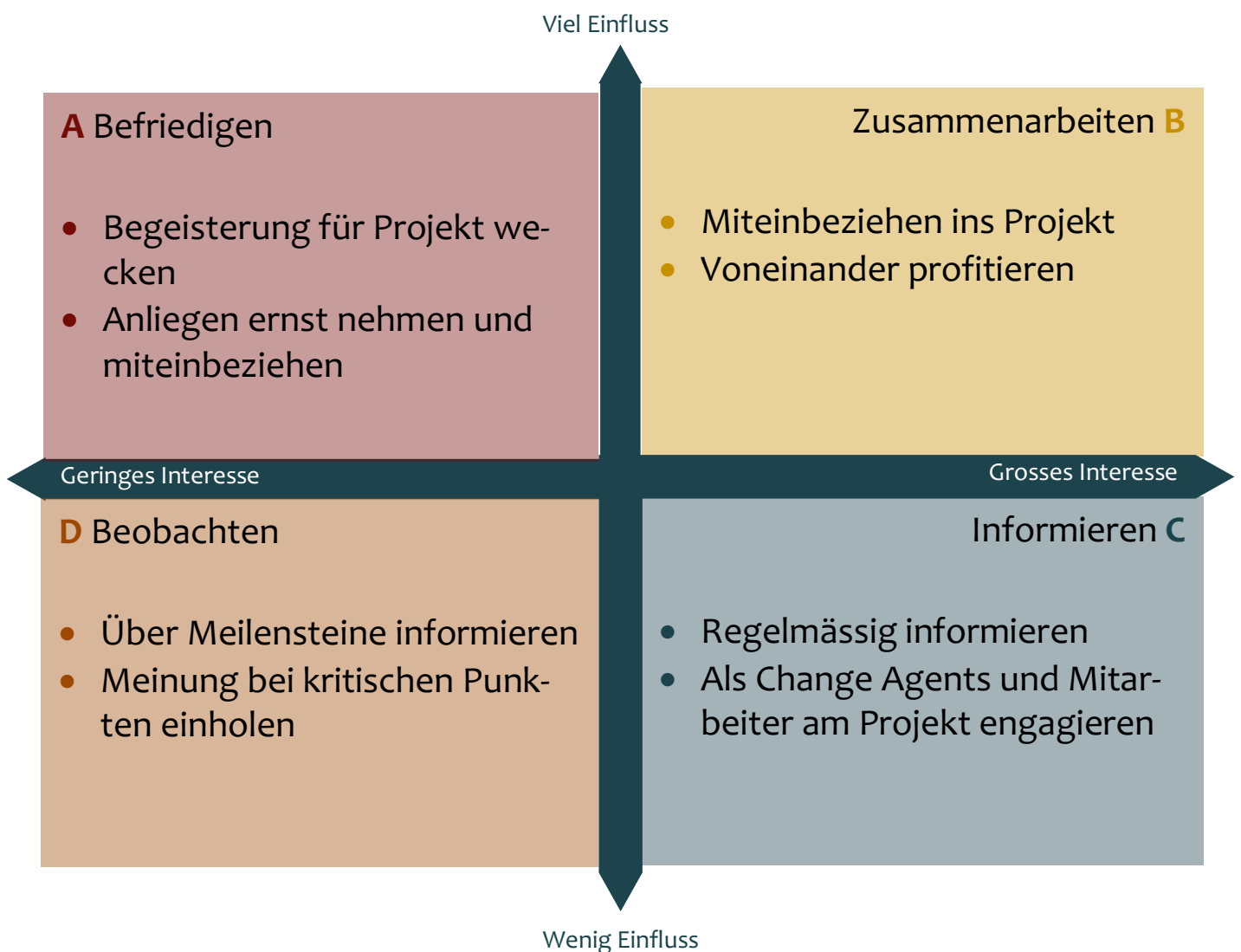


Abbildung 3 Akteursmanagement eingeteilt nach Einfluss und Interesse



**Abbildung 4** Akteur\*innen eingeteilt nach Einfluss und Wirkung

Regionale Produzent\*innen sollen aktiv in die Gestaltung der Veranstaltung miteinbezogen werden. Sie sind diejenigen Akteur\*innen, welche die Produkte für das Menü liefern. Mit der Belieferung der Veranstaltung mit ihren Produkten gewinnen die Produkte der Bauern und Bäuerinnen und anderen Kleinproduzent\*innen an Bekanntheit.

Die Gemeinde Sattel profitiert von der Veranstaltung dadurch, da ein Fest immer die Attraktivität der Gemeinde erhöht. Zusätzlich werden die regionalen Produzent\*innen unterstützt und das regionale Kulturgut gefördert. Weiter bietet die Veranstaltung die Möglichkeit für einen gesellschaftlichen und generationenübergreifenden Austausch.

Mit dieser Veranstaltung wird das Dorfleben in Sattel belebt und verschiedene Geniesser\*innen haben die Möglichkeit, sich mit den verschiedenen regionalen Produkten vertraut zu machen. Weiter bietet die Veranstaltung Chancen, sich innerhalb der Gemeinde weiter kennenzulernen, besonders zwischen Neuzuzüger\*innen und Einheimischen.

Für den Tourismusverband Ägerital-Sattel steigert die Veranstaltung die Attraktivität der Region und kann einen Beitrag dazu leisten, die Veranstaltung über Sattel hinaus bekannt zu machen. Als Gegenleistung soll der Tourismusverband auch für die Veranstaltung werben.

Einwohner\*innen aus Nachbargemeinden sind mehr oder weniger an dieser Veranstaltung interessiert. Sie haben ebenfalls wenig Einfluss auf die Veranstaltung. Das Event zieht vor allem dann Personen aus den Nachbarsorten an, wenn diese besonders an der regionalen Küche interessiert sind oder sich mit Freunden aus der Gemeinde Sattel an dieser Veranstaltung treffen möchten.

Für Tourist\*innen bietet die Veranstaltung eine gute Möglichkeit, die Region und ihre Besonderheiten, sowohl kulinarisch als auch landschaftlich, kennenzulernen. Die Veranstaltung kann so auch Personen von Ausserhalb anziehen, welche speziell wegen der Veranstaltung Sattel besuchen.

Grundsätzlich sind alle Akteur\*innen in diesem Projekt daran interessiert, dass es eine positive Wirkung auf die regionalen Produkte-Wertschöpfung hat. Einzig die Sponsor\*innen haben grossen Einfluss auf das Projekt, aber haben möglicherweise wenig Interesse daran, selbst mitzuarbeiten. Ihnen sind vor allem die finanzielle Resonanz und das Image wichtig.

### ZIELGRUPPENANALYSE

Der Kulinariktrail soll sowohl Tourist\*innen als auch einheimische Sattler\*innen und Personen aus der umliegenden Region begeistern. Diese Personen sind stolz auf ihre regionalen Produkte und möchten die Vielfalt dieser Produkte an einem Tag im Jahr zusammen mit anderen Geniesser und Geniesserinnen verköstigen können. Diese Veranstaltung soll Familien und Freunde aller Altersklassen ansprechen.

### PERSONAS

Mittels sogenannten Personas werden Profile von möglichen Gästen an der Veranstaltung definiert. Mit diesen kann man besser steuern, welche Zielgruppe man mit dem Sattler Kulinariktrail ansprechen möchte. Es werden Informationen, wie einen kurzen Steckbrief über die Personen, wie auch ihre Bedürfnisse an die Veranstaltung thematisiert. Zusätzlich werden Herausforderungen formuliert, wieso es schwierig sein könnte, die Person für die Veranstaltung zu begeistern und zu motivieren, sodass sie am Sattler Kulinariktrail teilnimmt.

## Persona «Einheimische Familien»

### **Petra, 40 Jahre alt**

Medizinische Praxisassistentin, verheiratet, hat zwei Kinder, lebt schon ihr ganzes Leben in Sattel in einem Einfamilienhaus, liebt es zu kochen und neue nachhaltige Gerichte auszuprobieren

### **Bedürfnisse**

Wünscht sich Neuzuzüger\*innen besser kennenzulernen und möchte erfahren, welche Produkte in der Region alle hergestellt werden

### **Herausforderungen**

Hat immer viel zu tun mit den Kindern und ihrem Job

Arbeitet ausserhalb Sattel und kommt erst spät nach Hause

## Persona «Vereine»

### **Max, 58 Jahre alt**

Hauswart, ledig, lebt in Einsiedeln in einer Mietwohnung, leidenschaftlicher Hobbykoch und aktiv in einem Kochverein

### **Bedürfnisse und Ziele**

Möchte seinen Kochhorizont erweitern und neue Gerichte kennenlernen und wünscht sich eine lustige Zeit mit seinen Vereinskollegen

### **Herausforderungen**

Wünscht sich ein Menü von guter Qualität und die Veranstaltung darf nicht zu teuer sein, damit es sich alle Vereinskolleg\*innen leisten können



### Persona «Tourist\*innen»

#### Selina, 25 Jahre alt

Lebt in Bern, reist mit ihrem Partner Florian durch die Schweiz, um die Natur zu erkunden und liebt gutes Essen

#### Bedürfnisse und Ziele

Möchte gut essen und das möglichst nachhaltig  
Wünscht sich die Natur in der Region kennenzulernen auf ihrer Reise durch die Schweiz

#### Herausforderungen

Kennt sich in der Region nicht aus

### Persona «Familie und Freunde aus der Region»

#### Gabriel, 38 Jahre alt

Lebt in Schwyz, verheiratet, hat drei Kinder, verbringt gerne Zeit mit seiner Familie in der Natur, echte «Schweizer Hausmannskost» wird geliebt

#### Bedürfnisse und Ziele

Möchte einen schönen Tag mit seiner Familie verbringen und gut essen

#### Herausforderungen

Die Veranstaltung muss kindertauglich sein und sich preislich im Rahmen halten, es muss auch ein Menü für seine vegetarische Frau haben

### NACHHALTIGKEITSBEURTEILUNG

Der Kulinariktrail soll ein nachhaltiges Projekt sein, weshalb eine Beurteilung zu vier verschiedenen Themenbereichen durchgeführt wurde. Diese Themenbereiche sind in der unten aufgeführten Grafik ersichtlich. Die Grafik zeigt auf, dass der Themenbereich Wirtschaft und Arbeit die grösste Wirkung erzielt.

Der Bereich Wirtschaft und Arbeit wird durch die Förderung der lokalen Wertschöpfung und Vernetzung gestärkt. So können mit diesem neuen Event lokale Unternehmen und Produzent\*innen neue Kooperationen entstehen oder durch die Veranstaltung ihre Bekanntheit in der Region

stärken. Des Weiteren wird die allgemeine Wirtschaft in Sattel unterstützt und gestärkt. Durch das Menu aus lokalen Produkten werden gegebenenfalls Personen auf Produkte aufmerksam, welche sie anschliessend auch kaufen werden.

Das Projekt fördert zudem im Bereich Soziales und Gesellschaft die generationsübergreifende Gemeinschaft. Denn der Anlass ist für alle. So können Familien, aber auch junge Leute, Senioren und Zugezogene teilnehmen und einen gemütlichen Abend zusammen verbringen. Durch den Kulinariktrail kann zusätzlich die Attraktivität der Gemeinde gestärkt werden.

Die zeitliche und räumliche Fernwirkung, sowie die Wirkung auf Umwelt und Ressourcen sind eher gering. Dies bedeutet, dass das Projekt einen kleinen Einfluss auf die überregionalen Wertschöpfungsketten hat. Durch eine Sensibilisierung zur Ressourcennutzung könnte das Themenfeld Umwelt und Ressourcen gestärkt werden. Alles in Allem bringt das Projekt einen langfristigen Mehrwert für die lokale Wirtschaft und Wertschöpfung der regionalen Landwirtschaftsprodukten aus Sattel und fördert infolgedessen die nachhaltige Entwicklung in der Gemeinde.

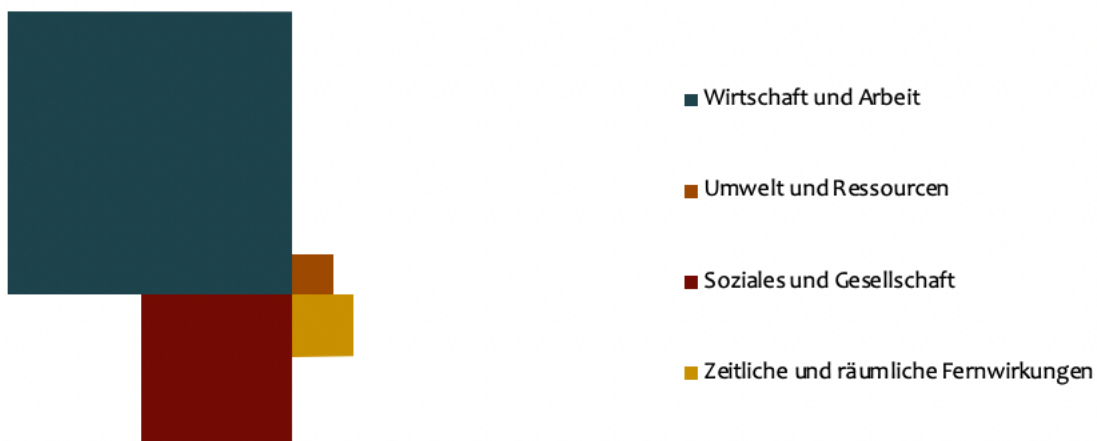


Abbildung 5 Wirkungspotential Sattler Kulinariktrail

# UMSETZUNGS- PLANUNG

## PROJEKTORGANISATION

### PROJEKTTEAM

Um das Projekt Sattler Kulinariktrail durchzuführen, muss eine Träger\*innengruppe gefunden beziehungsweise gebildet werden. Charly Schnüriger, Martina Meier und Kris Nufer haben sich als Interessierte für die Träger\*innengruppe gemeldet. Die Träger\*innengruppe wird den Anlass planen und organisieren. Dabei ist wichtig, die Betreiber von Lokalitäten, Produzent\*innen und weitere Beteiligte von Beginn an einzubeziehen.

Am wichtigsten sind dabei die Produzent\*innen, denn ohne die lokalen Produkte entspricht dieser Event nicht der Projektidee. Deshalb muss bereits früh auf mögliche Partner zugegangen werden. Dies ist auch bei den Lokalitäten und weiteren Beteiligten wichtig.

Die im Organigramm erwähnten Personen, Lokalitäten, Produzent\*innen und Beteiligten sind Beispiele und können beliebig erweitert und verändert werden. Die Träger\*innengruppe hat nun die Aufgabe, diese oder auch andere möglichen Partner zu kontaktieren, um sie für die Zusammenarbeit im Projekt zu gewinnen.



Abbildung 6 Organigramm Projektteam

## PROJEKTORGANISATION

In den folgenden Abbildungen wurden verschiedene Umsetzungshilfen erstellt. Als Beispiel für den Sattler Kulinariktrail wurde in Abbildung 6 und 7 ein Ablauf mit Lokalitäten und Menüvorschlägen erarbeitet. Die Abbildung 8 beinhaltet zusätzlich ein Beispiel für eine Einladung für Produzent\*innen.

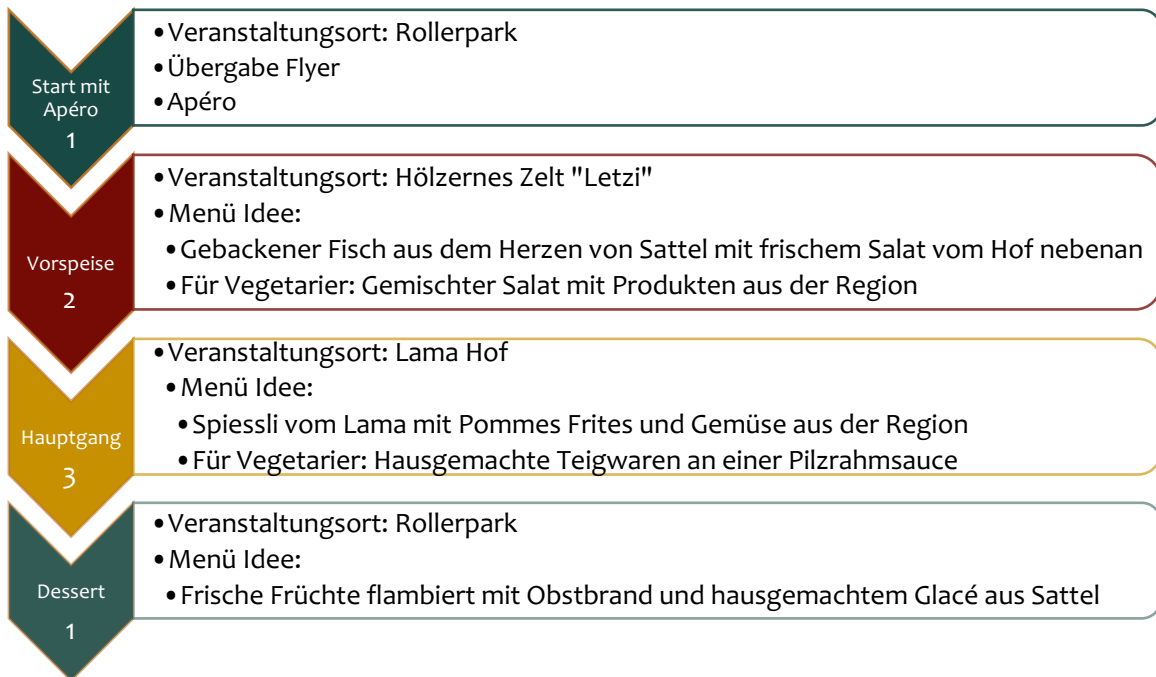


Abbildung 7 Beispielablauf für den Kulinariktrail

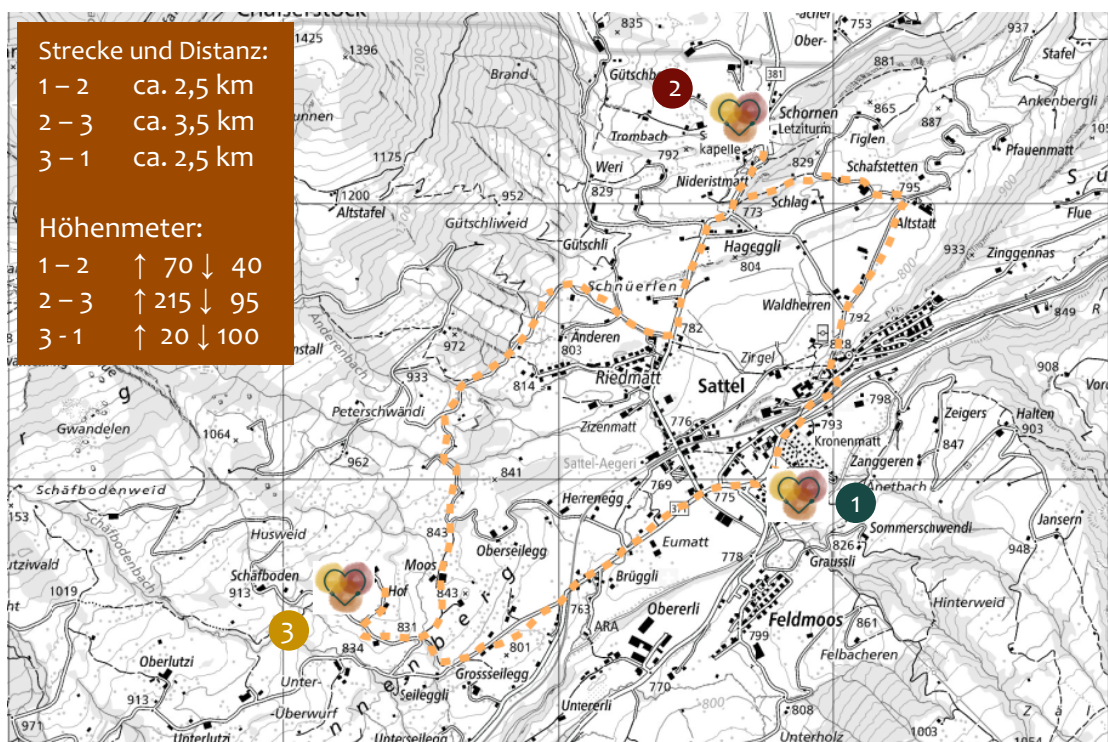


Abbildung 8 Mögliche Route für den Sattler Kulinariktrail

# Liebe Produzentinnen und Produzenten aus Sattel



Die Genusswanderung **Sattler Kulinariktrail** steht an und **wir suchen Sie und Ihre feinen lokalen Produkte**. Werden Sie Teil dieser Veranstaltung, indem Sie uns mit Ihren Feinschmeckerprodukten direkt aus Sattel beliefern und gestalten Sie mit uns zusammen eine **gesellige und genussvolle Veranstaltung für Alle** Sattler\*innen und noch viele weitere Geniesser\*innen.

Melden Sie sich bis am 12.12.2021 beim Organisationskomitee per E-Mail [kulinariktrail@hotmail.com](mailto:kulinariktrail@hotmail.com) oder telefonisch unter der Nummer 079 555 22 11

Wir freuen uns auf Eure Mithilfe.

Abbildung 9 Beispiel Einladung für Produzent\*innen am Projekt teilzunehmen

**ZEITPLAN**

Dieser Zeitplan soll als Orientierung für die Organisation dienen. Grundsätzlich ist es möglich, den Anlass bereits nächstes Jahr durchzuführen. Jedoch kann das Startdatum der Organisation angepasst werden.

**Tabelle 2 Möglicher Zeitplan für die Projektorganisation**

Aufgabe	2021		2022										
	Nov	Dez	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov
Konkretisieren der Planung													
Lokalitäten finden													
Planung Menüs													
Anschreiben von Produzent*innen													
Routenplanung													
Erarbeitung eines Flyers mit Route und teilnehmenden Produzent*innen													
Sicherheitskonzept verfassen													
Bewilligung Anlass													
Plakate, Zeitungsartikel und Radiobeitrag erarbeiten													
Freiwillige Helfer suchen													
Werbung im Sattler Anzeiger und weiteren Zeitungen													
Flyer und Plakate drucken													
Detailplanung Anlass													
Durchführung Anlass													
Evaluation													
Schlussrechnung													
Weitere Durchführung abklären													

### WEITERFÜHRENDE IDEEN

Bei der Planung des Projektes gab es verschiedene weitere Ideen für die Umsetzung. Die folgenden Ideen sollen Anregungen für die Weiterentwicklung des Projektes darstellen.

Als weiterführende Idee für das aktuelle Projekt gibt es die Möglichkeit, an den verschiedenen Stationen Marktstände aufzustellen, wo die verwendeten Produkte direkt gekauft werden können.

Als erste Grundidee für dieses Projekt wurde ein Kulinariktrail skizziert, bei welchem die verschiedenen Produzent\*innen auf einer Wanderung besucht werden können. Bei den Produzent\*innen könnte man die Produkte degustieren oder auch kaufen. Das Ganze wäre dann wie ein Tag der regionalen Produkte. Zusätzlich zu dieser Idee kommt eine Karte, welche die Standorte der Produzent\*innen das ganze Jahr finden lässt. Dies wäre auch in Kombination mit diesem Anlass möglich. Beispielsweise wäre am Morgen und Nachmittag die Wanderung möglich und gegen Abend das gemütliche Beisammensein bei einem feinen regionalen Menü möglich.

### EVALUATION

Nach der Durchführung der Veranstaltung ist es wichtig, den ganzen Prozess zu evaluieren, damit man den Event weiterführen und weiterentwickeln kann. Die Evaluation muss bereits vor der Veranstaltung geplant sein.

Zum einen Teil gehört dazu die Überprüfung des Budgets. Zum anderen Teil muss auch die Meinung der Besucher\*innen, Organisator\*innen und Mitwirkenden/Produzent\*innen abgeholt werden. Die Besucher\*innen erhalten beispielsweise gegen Ende der Veranstaltung einen Feedbacktalon, welchen sie beim Ausgang in eine Urne werfen können. Die Produzent\*innen könnten nach der Teilnahme am Event einen kleinen Fragebogen ausfüllen, um die möglichen Verbesserungsvorschläge für eine weitere Veranstaltung einzuholen. Die Organisator\*innen können anschließend an einer Besprechung ihre Eindrücke, eigenes Feedback und die Rückmeldungen der Teilnehmenden und Produzent\*innen besprechen.

### BUDGETIERUNG

In der folgenden Tabelle wurde ein Budget für das gesamte Projekt inklusive einer ersten Durchführung der Veranstaltung aufgestellt. Die darin enthaltenen Zahlen beruhen auf groben Schätzungen von zahlreichen Internetquellen. Diese Quellen sind im Literaturverzeichnis im Anhang ersichtlich. Die Aufstellung soll eine Hilfestellung sein. Bei der definitiven Erstellung eines Budgets sollten die aufgeführten Posten auf jeden Fall berücksichtigt werden. Das Budget wurde excl. Mehrwertsteuer zusammengestellt. Diese Budgetierung dient als Fundament für die weitere Planung des Events mit Sponsor\*innen und der weiteren Träger\*innengruppe.



Tabelle 3 Budgetaufstellung mit Kostenanhaltspunkten in CHF

Projektplanung		
Organisationskomitee	-4'000	100 Stunden à CHF 40.00 Eigenleistung von 100 Stunden à CHF 20.00
Projektkonzept		Konzeptausarbeitung der ZHAW
<b>Summe Projektplanung</b>	<b>-4'000</b>	

Kommunikation		
Grafikdesigner	-400	CHF 100/h für 4 Stunden
Erstellung und Druck Web- seite, Social Media, Flyer und Plakate	-1'070	sehr variable Preise je nach Re- gion Web Redakteur*in CHF 90/h für 3 Stunden Webseite CHF 25/Monat Gemeinde Webseite und Cros- society kostenlos als Eigenleis- tung 1'000 Flyer à CHF 0.05/Stück, 100 Plakate à CHF 4.50/Stück
Radio	-1'400	Radiospot bei Radio Central CHF 70/Sek drei Mal am Tag, aufgerechnet für 20 Sekunden Zeitung sehr variabel
Zeitung	-144	Sattler Anzeiger CHF 72/Inserat für zwei Mal und Urner Bote
Fotograf am Veranstaltungstag	-1'000	CHF 1'000-2'000 pro Tag
Reserve	-200	
<b>Summe Kommunikation</b>	<b>-4'214</b>	

Veranstaltungstag		
Raummiete (inkl. Nebenkosten für Strom, Wasser usw.)	-3000	Abhängig von Lokalität, drei Lokalitäten werden benötigt, möglicherweise gedeckt als Sach-Sponsoreinlage
Miete Koch-Infrastruktur		mit Vorhandensein in Lokalität abgleichen und gegebenenfalls dazu mieten
Miete Mobiliar		mit Vorhandensein in Lokalität abgleichen und gegebenenfalls dazu mieten
Dekoration		aus Sachspenden und aus der Natur
Reinigung		mit Eigentümer*in Lokalität absprechen
Abfallentsorgung		Sponsoringbeitrag Gemeinde
Getränkeliieferant	-700	350 Bestellungen für Einkaufspreis von ca. CHF 2
Essensprodukte	-3'000	pro Person Einkaufskosten CHF 20
Geschirr	-2'250	Set CHF 5.00/Stück für 150 Personen an 3 Orten
Verpflegung Mitarbeiter	-160	20 Personen à CHF 8
Löhne Mitarbeiter (Guide, Köche, Servicepersonal usw.)	-2400	15 Personen à CHF 40/h für 4 Stunden 4 Stunden kostenlos als Eigenleistung
Einnahmen Eintritt	15'000	150 Personen à CHF 100
Einnahmen Getränke	2'800	350 Bestellungen à CHF 8
Versicherungen	-200	Eventversicherung
Genehmigungen	-100	Ausschankgenehmigung
Unterhaltung	-500	Musik
Reserve	-200	
<b>Summe Veranstaltungstag</b>	<b>+5'290</b>	

<b>Total Einnahmen</b>	<b>17'800</b>	
<b>Total Ausgaben</b>	<b>20'724</b>	
<b>Sponsoringbeiträge</b>	<b>2'924</b>	Beiträge in Höhe des Aufwands müssen gesucht werden, um die Veranstaltung ohne Verlust durchführen zu können.

Die Kosten und Einnahmen sind sehr variabel je nach Anzahl Teilnehmenden und Anbietern für Lokalitäten, Esswaren und anderen benötigten Gegenständen für die Veranstaltung. Besonders die Miete von Kochutensilien und Mobiliar ist abhängig von der gewählten Lokalität, da diese Infrastruktur möglicherweise bereits vorhanden ist. Auch die Reinigungskosten variieren je nach Abmachung mit dem Anbieter der Lokalität oder dem gewählten Reinigungsunternehmen. Grundsätzlich sollen für eine kostendeckende Durchführung viele Sach-Sponsoringbeiträge gesucht werden, so können die Kosten verkleinert werden und gleichzeitig sind Sach-Sponsoringbeiträge einfacher zu bekommen. Für dieses Projekt gibt es nur wenige Investitionskosten. Es handelt sich vor allem um laufende Kosten, also Betriebskosten. Sowohl für das Marketing als auch für die immer wiederkehrende Veranstaltung fallen immer wieder Kosten an in einem unterschiedlichen Turnus.

## FINANZIERUNG

### FINANZIERUNGSHILFEN

Um dieses Projekt umsetzen zu können, werden Sponsor\*innen benötigt. Da es sich um ein kulturelles und regionales Event handelt, wird vor allem auf Sponsor\*innen aus der Region gesetzt. Diese haben den Bezug zur Sattler Kultur und möchten, dass diese auch weiterhin Bestand in der Gesellschaft findet. In der unten aufgeführten Tabelle sind verschiedene mögliche Sponsor\*innen aufgeführt, welche bei einer Durchführung des Projektes angefragt werden können. Nebst diesen Sponsor\*innen könnte auch die Gemeinde Sattel einen kleinen Sponsoringbeitrag leisten.

Tabelle 4 Sammlung von möglichen Sponsor\*innen

Unternehmen	Banken und Versicherungen	Organisationen
Berggasthaus Herrenboden	Schwyzer Kantonalbank	Schwyzer Wanderwege
Landi Schwyz Genossenschaft	Sparkasse Schwyz	Schweiz Tourismus
Hubert Schnüriger Malergeschäft	helvetia	Oberallmeindkorporation Schwyz
Schnüriger Bau GmbH	Raiffeisen	Swiss Ski
Victorinox		Fun Care
		Executive Events
		Impuls Event
		Ägerital-Sattel Tourismus
		Erlebnisregion Mythen

# RISIKOANALYSE

In der untenstehenden Risikoanalyse wurden die verschiedensten Unsicherheiten, Einflüsse und Probleme, welche bei diesem Projekt auftreten können, festgehalten und nach Auswirkung und Eintrittswahrscheinlichkeit beurteilt. Weiter wurden Massnahmen festgehalten, mit welchen man die Risiken abschwächen oder umgehen kann. Durch diese Risikoanalyse wird die Wahrscheinlichkeit, dass man von ungeplanten Ereignissen überrascht wird, minimiert. Für dieses Projekt sind die grössten Risiken eine fehlende Finanzierung oder Bewilligung, zu wenige Besucher\*innen, welche Einnahmen generieren und die Konkurrenzangebote den Erfolg der Veranstaltung schmälern.

Risiko	Eintrittswahrscheinlichkeit			Auswirkung			Massnahmen zur Entgegnung
	niedrig	mittel	hoch	Klein	mittel	gross	
Zu wenige Teilnehmer*innen			●			●	Breite Kommunikation, breites Angebot
Kein Organisationskomitee		●				●	Gute Kommunikation und Zusammenarbeit
Fehlende Finanzierung		●				●	Sponsor*innen und Finanzierungshilfen und Alternativen dazu finden
Zu wenig regionale Produzent*innen für Essenslieferungen	●				●		Frühzeitig Produzent*innen miteinbeziehen, Radius ausweiten
Zu wenige Helfer*innen		●			●		Verschiedene Vereine ansprechen
Andere Einflüsse (z.B. Corona, Wetter)		●			●		Alternativlösungen bereitstellen
Bewilligung für Event wird nicht erteilt	●					●	Frühzeitig Abklärungen tätigen und Anträge stellen

Lokalitäten fehlen	●					●	Vermieter*innen frühzeitig kontaktieren und über Event aufklären
Konflikte im Team		●			●		Offene und wertschätzende Gespräche im Team fördern
Konkurrenzangebote schmälern Erfolg			●			●	Datum für Event sorgfältig wählen und Alleinstellungsmerkmal bei Werbung betonen

## KONTAKTPERSONEN

### Produzent\*innen aus Sattel

Bauernhof Überwurf: Gebäcke, Teigwaren, Dörrfrüchte, Fleisch, etc.

Martina und Christoph Meier-Schuler

Lutzistrasse 33

6417 Sattel SZ

Tel. 041 835 10 09

Lamahof Sattel: Lamafleisch

Bruno und Regula Betschart

Hof 4

6417 Sattel SZ

Tel. 041 835 17 76

Lamahof@bluewin.ch

Erlihof: Saison-Gemüse, Eier, Eingelegtes Gemüse, Sirup, Meringues, etc.

Silvan und Andrea

Erli 8

6417 Sattel

Tel. 079 258 56 27/ 079 635 92 80

Info@erlihof-sattel.ch

Glace, Konfitüren und Co.

Anita Lüönd

Aegeristrasse 7

6417 Sattel

Tel. 041 835 15 09

Brüggli-Forellen Sattel: Fische, verschieden verarbeitet

Familie Reichmuth

Steinerbergstrasse 38

6417 Sattel

Tel. 041 835 15 24

reichmuth@forellen.ch

Brennerei Leo Schuler: Schnaps

Leo Schuler

Jansernstrasse 26

6417 Sattel

Tel. 041 835 11 86

Brennerei Betschart: Schnaps

Arnold Betschart

Steinbergstrasse 23

6417 Sattel

tel. 041 835 14 51

arnold@brennerei-betschart.ch

## Projekt-Beteiligte

Martina Meier

Tel. 078 832 21 69

[martina.meier85@bluewin.ch](mailto:martina.meier85@bluewin.ch)

Charly Schnüriger

Tel. 079 448 03 84

[Charly.schnueriger@bluewin.ch](mailto:Charly.schnueriger@bluewin.ch)

Kris Nufer-Betschart

Tel.079 543 93 40

[Kristin.nufer@sattel.ch](mailto:Kristin.nufer@sattel.ch)

## Mögliche Lokalitäten

- Ställe und Höfe der einheimischen Bauern und Bäuerinnen
- Holzernes Zelt «Letzi»
- Rollerpark
- Schützenhaus (Kleinkaliber Sattel)
- Allzweckhalle (Schule)
- Gewerbehalle Sattel



## SCHLUSSWORT

Der Sattler Kulinariktrail soll als bekannter Anlass helfen, die regionalen Produkte und deren Produzent\*innen zu unterstützen und diese besser kennenzulernen. Zudem führt der Anlass durch die gemeinschaftliche Aktivität, unter anderem durch das gemeinsame Beschreiten der Wegstrecke, zu mehr Zusammenhalt innerhalb der Gemeinde. Ausserdem kann der Kulinariktrail helfen, Neuzuzüger\*innen und Leute, die nicht von der Gegend stammen, die Werte der Gemeinde näherzubringen.

Doch bevor der Anlass durchgeführt wird, müssen noch einige Dinge geklärt und geplant werden. Obwohl sich der Name des Projektes vermutlich noch ändern wird, soll das vorliegende Konzept als Grundlage dazu dienen, die Genussreise durch die lokalen Besonderheiten der Gemeinde umsetzen zu können. Durch die vielen einheimischen Produkte, die Erfahrung durch die erfolgreiche Umsetzung zahlreicher Events und das Engagement einiger motivierten Bürger und Bürgerinnen, hat das Projekt das Potenzial zu einem grossen Erfolg zu werden.

Um die Chance einer erfolgreichen Durchführung zu erhöhen, ist es jedoch wichtig, die Gefahren und Risiken genau zu kennen, zu analysieren und zu wissen, wie man auf diese reagieren kann. Besonders wichtig ist dabei eine gute und frühzeitige Kommunikation mit den beteiligten Akteur\*innen. Dies führt zu einer erhöhten Vertrauensbasis, zu einer grösseren Beteiligung und zu mehr Zustimmung aus der Bevölkerung. Ebenso entscheidend ist eine gute Kommunikation und eine durchdachte Werbestrategie, da der Verbreitungsgrad einen bedeutsamen Einfluss auf die Anzahl der Teilnehmenden hat. Werden diese Aspekte beachtet, sollte der Umsetzung nichts mehr im Wege stehen.

Für die weitere Umsetzung wünschen wir dem Projekt viel Erfolg und wir würden uns sehr darüber freuen, selbst am Anlass teilzunehmen und die kulinarischen Besonderheiten der Region Sattler zu erkunden. Die Zusammenarbeit mit der Region hat uns sehr viel Spass bereitet und wir bedanken uns für den wertvollen Beitrag, der bereits erarbeitet wurde und in Zukunft noch geleistet wird.

## LITERATURVERZEICHNIS

*Herbschtfäscht.* (2021). Abgerufen am 7. Oktober 2021 von <https://www.herbschtfaescht.ch/wanderung>

*St.Gallen-Bodensee Tourismus.* (2021). Abgerufen am 7. Oktober 2021 von <https://st.gallenbodensee.ch/de/poi/kulinarische-wanderung-von-gang-zu-gang-44a03465-02c9-4db1-a01e-130e2523fe1b.html>

*Swiss Wine.* (2021). Abgerufen am 7. Oktober 2021 von <https://swisswine.ch/de/aktualitaet/top-10-weinwanderungen-der-schweiz>

*Uri Tourismus AG.* (2021). Abgerufen am 7. Oktober 2021 von <https://www.uri.swiss/de/detail/poitype/outdooractivetour/poi/kulinarische-wanderung-entlang-des-weges-der-schweiz/>

*Weisse Arena Gruppe.* (2021). Abgerufen am 7. Oktober 2021 von <https://www.flimslaax.com/kulinarische-wanderung/kulinariktrails-sommer>

### **Herkunft Kosten in Budgetplanung**

*Druck.* (2021). Abgerufen am 15.10.2021 von <https://www.wir-machen-druck.ch/>

*Fotograf.* (2021). Abgerufen am 15.10.2021 von <https://www.berufsfotografen.com/news/wir-hoch-sind-die-tagessaetze-von-fotografen-derzeit-die-umfrage-zur-situation-in-der-professionellen-fotografie-ist-ausgewertet>

*Geschirr.* (2021). Abgerufen am 15.10.2021 von <https://gastropedia.ch/gastro-bewilligungen-schweiz/459/#schwyz>

*Grafiker.* (2021). Abgerufen am 15.10.2021 von <https://www.gryps.ch/produkte/grafikdesign-33/grafiker-kosten/>

*Mitarbeiter.* (2021). Abgerufen am 15.10.2021 von <https://www.freelancer-schweiz.ch/>

*Radiospot.* (2021). Abgerufen am 15.10.2021 von <https://mynmz.ch/de/radiowerbung/radiospot>

*Versicherung.* (2021). Abgerufen am 15.10.2021 von <https://www.helvetia.com/ch/web/de/geschaeftskunden/versicherungen/transport-fahrzeuge/eventversicherung.html>

## ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1 Spider zur Konkurrenzanalyse .....	12
Abbildung 2 Akteursmanagement eingeteilt nach Einfluss und Interesse .....	13
Abbildung 3 Akteur*innen eingeteilt nach Einfluss und Wirkung .....	14
Abbildung 4 Wirkungspotential Sattler Kulinariktrail .....	18
Abbildung 5 Organigramm Projektteam.....	20
Abbildung 6 Beispielablauf für den Kulinariktrail.....	21
Abbildung 7 Mögliche Route für den Sattler Kulinariktrail.....	21
Abbildung 8 Beispiel Einladung für Produzent*innen am Projekt teilzunehmen.....	22

## TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1 Impact, Outcome und Outputs des Projektes.....	9
Tabelle 2 Möglicher Zeitplan für die Projektorganisation.....	23
Tabelle 3 Budgetaufstellung mit Kostenanhaltspunkten in CHF.....	25
Tabelle 4 Sammlung von möglichen Sponsor*innen .....	28

