



Der neue Prix Montagne zeichnet vorbildliche Projekte in Berggebieten aus. Im Bild eine Alphütte im Fellital bei Gurtellen (UR). zvg

## Preis mit Weitsicht

**Am 8. September wird der erste Prix Montagne verliehen. Auch touristische Projekte sind nominiert. Was ein Preis bringen kann, sagt Marken-Experte Thomas Harder.**

SABRINA GLANZMANN

Erstmals vergeben die Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete (SAB) und die Schweizer Berghilfe den mit 40'000 Franken dotierten Prix Montagne. Aus 50 Eingaben hat die Jury, bestehend aus Vertreterinnen und Vertretern aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Sport und Tourismus sechs Projekte nominiert und kürt am 8. September in Bern den Gewinner. Dabei kommen nur Projekte aus Berggebieten in die Kränze, die sich bereits wirtschaftlich bewährt haben. «Entscheidend ist, dass ein Projekt nachweislich zu mehr Beschäftigung, Verdienst oder wirtschaftlicher Vielfalt bei-

trägt - und das während mindestens drei Jahren» sagt Jury-Präsident Bernhard Russi. Diese Kriterien erfüllt etwa die IG Appenzeller Erlebnisbauernhof in Urnäsch: Acht Bauernbetriebe bieten seit 2008 Events wie Ziegentrekking oder Käseherstellung an - 2010 zählten die agrotouristischen Angebote mehrere tausend Gäste. «Die Nomination zeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind», freut sich Bethli Mettler vom «Haldenhof». Sie nennt es eine «Anerkennung für unsere Arbeit» und «Motivation, weiter mit vollem Elan und Einsatz den Gästen unsere Region und unsere Landwirtschaft näher zu bringen».

### Die Motivation zur Anmeldung: Wissen, wo man steht

Mit dem neuen Prix Montagne reiht sich ein weiterer Preis in die Liste von Branchen-Auszeichnungen oder -Awards ein, mit denen Produkte, Regionen, Konzepte, Personen oder Betriebe geehrt werden. So gehören etwa Nachwuchspreise wie der Lehrlingskochwettbewerb «Gusto» dazu, der Alpenländer-übergreifende «The-Alps»-Award und der Schweizer Tourismuspreis Milestone. Letzterer führt mit «Herausragendes Projekt», «Nachwuchspreis», «Umwelt-

preis» und «Lebenswerk» gleich vier Kategorien - bis zum 31. August läuft die diesjährige Anmeldefrist (htr.milestone.ch).

Motivation für die Anmeldung zum Prix Montagne war für die Erlebnisbauernhöfe «zu schauen, wo wir mit unserem Angebot ste-

hen und wie es bei der namhaften Jury ankommt», so Bethli Mettler. Ähnliches sagt Men Juon aus Scuol, mit seinem Reitstall und Saloon San Jon ebenfalls nominiert. Juon startete 1993 das Projekt eines Reit- und Fahrstalls, um den auf 1450 m.ü.M. gelegenen



### Zur Person

Jean-François Roth

Der Präsident von Schweiz Tourismus (ST) gehört zum siebenköpfigen Juryteam, das am 8. September den Gewinner des Prix Montagne 2011 küren wird.

### 1. Jean-François Roth, was bedeutet der Prix Montagne aus touristischer Perspektive?

Viele der eingereichten Projekte haben eine touristische Dimension; so handelt es sich zum Beispiel um agrotouristische Angebote oder um Naturprodukte aus dem Berg-Terroir, immer in Verbindung mit der Authentizität der Berglandschaft. Indem sie diese Betätigungsfelder entwickeln oder vielfältigen, machen sich die betreffenden Regionen attraktiv für Gäste und Besucher.

### 2. Was verbindet die sechs nominierten Projekte?

Die sechs Projekte erfüllen strenge Kriterien in zwei Bereichen: Sie sind alle bereits funktionierende, praktikable Projekte mit Modellcharakter und gewährleisten soziale und ökologische Verträglichkeit.

Bergbetrieb zu diversifizieren. Der Bio-Hof bietet heute unter anderem Trekkings und Streichelzoo an, inklusive Restaurantbetrieb und 35 Gästebetten. «Einmal von anderen Leute zu hören, wie man unsere Arbeit findet, ist sehr hilfreich. Die Nomination bestätigt uns gegen aussen.»

Ein Preis als Gradmesser der Wettbewerbsfähigkeit: laut Thomas Harder, Geschäftsführer von Swiss Brand Experts, neben dem Schaffen von Aufmerksamkeit und Vertrauen (ähnlich einem Label) einer der positiven Effekte. Harder unterstützt Unternehmen und Institutionen beim Markenaufbau.

### Der Preisträger nutzt den Gewinn am besten individuell

Ob ein gewonnener Preis Erfolgs-Triebfeder ist, hänge auch davon ab, ob ein neuer Anbieter oder ein «Arrivierter» gewinnt: die einen können den Preis «en passant in den Alltag einfließen lassen, die anderen zum Anlass für eine Leistungs- und Kommunikationsoffensive nehmen». Ein Preis selbst sei laut Harder «gut», wenn er ausserordentliche Leistungen einfordert - und selber ausserordentlich ist; Indiz dafür sei ein Mix aus transparenten Dimensionen, etwa, wer die Trägerschaft bildet, welche Rechte die Gewinner erhalten oder wer anhand welcher Kriterien über die Vergabe entscheidet.

Kann es auch zu viele Preise für eine Branche geben? «Wenn eine Preisidee ein unbesetztes Thema ins Auge fasst, genügend Publikum anspricht und Kontinuität, Potenz sowie Professionalität bei der Ausführung sichergestellt sind, hat es Platz dafür - denn Marken zeichnen sich dadurch aus, dass sie sich einen neuen Markt schaffen», so Harder.

### 3. Welchen Stellenwert nehmen Preise und Auszeichnungen hinsichtlich der aktuellen Situation auf dem Währungsmarkt ein?

In Krisenzeiten muss man alle Gelegenheiten zur Kommunikation wahrnehmen und nutzen. Ein Preis belohnt, ermutigt und motiviert! Zudem zieht er die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit auf sich - und als Konsequenz davon auch Touristen.

### 4. Ist bereits ein Prix Montagne 2012 in Planung?

Natürlich! Es handelt sich um einen jährlichen Preis. Und wenn man bedenkt, dass dieses Jahr bereits 50 Projekte eingereicht wurden, dann braucht es noch viele Jahre, um die Verdienste der Bergbewohner zu belohnen. Die Projekte zeugen von grossem Mut, das Schicksal in den Bergregionen in die Hand zu nehmen. sag

## Events

### «Schafuuser Wiiprob 2011» vor der Türe



zvg

Vom 1. bis 3. September findet in Schaffhausen die traditionelle «Schafuuser Wiiprob» im Kreuzgang des Museums zu Allerheiligen statt. 23 Weinbaubetriebe aus dem gesamten Schaffhauser Blauburgunderland präsentieren an diesem Anlass ihre Weine und laden zum Degustieren, Geniessen und Fachsimpeln ein. Die Öffnungszeiten an den drei Tagen sind jeweils von 18.00 bis 22.00 Uhr. sag

[www.blauburgunderland.sh](http://www.blauburgunderland.sh)

### SCAE lädt zur ersten Coffee Gala Night

Die Schweizer Kaffeebranche trifft sich am 14. Oktober an der Coffee Gala Night 2011 im Casino Theater Zug. Das Schweizer Chapter der Speciality Coffee Association of Europe will an diesem Abend das Thema Kaffee im festlichen Rahmen zelebrieren. Alles dreht sich dabei um den Kaffee: der Apéro, das Essen, das Dessert, die Musik und die Beiträge. 240 Teilnehmer werden erwartet. Nachdem der letztjährige «Tag des Kaffees» für den SCAE weniger erfolgreich war, lancierte man jetzt diese neue Veranstaltung. gsg

[www.swisscafe.ch/events](http://www.swisscafe.ch/events)

## Hotellerie

### «Schweizerhof» Zürich: «weicher Schoggi-Franken»



zvg

Das Hotel Schweizerhof in Zürich entgegnet der schwierigen Zeit im Währungssektor mit einer süssen Aktion: Gäste aus den Dollar- und EU-Räumen erhalten beim Check-in einen «weichen Franken» aus Schokolade - «dies als kleine Aufmerksamkeit, dass sie sich für Zürich und unser Haus entschieden haben», so Irene Baumann, Assistentin Verkauf & Marketing. Hergestellt hat den Schoggi-Franken die Confiserie Läderach AG.

### Lindner Hotels & Resorts: Siegel für Nachhaltigkeit

Im Rahmen ihrer internen Nachhaltigkeitsstrategie lassen sich die Lindner Hotels & Resorts vom Deutschen Institut für Nachhaltigkeit und Ökonomie (DINÖ) zertifizieren. Für das international anerkannte Siegel muss jedes Haus der Hotelgruppe sein Engagement in Sachen Ökologie, Ökonomie und Soziales nachweisen. Bis Ende 2012 sollen alle 34 Lindner-Hotels mit dem DINÖ-Prüfsiegel ausgezeichnet sein. Dafür müssen diese ein zweistufiges Verfahren durchlaufen; mittels Fragebogen wird der Status quo abgefragt, bevor ein unabhängiger Gutachter die Hotels besucht. Die Prüfung wird in der Folge jährlich erneuert. sag

## Die Impulse greifen

**Das Impulsprogramm von Schweiz Tourismus und der Schweizer Berghilfe wird im Juni 2012 auslaufen. Eine Zwischenbilanz für die Pilotregion Jura.**

MIROSLAW HALABA

Die Ziele sind weitgehend erreicht», sagt Steve Maridor, Projektleiter Saint-Ursanne/Clos du Doubs. Er ist einer von vier Koordinatoren des touristischen Impulsprogramms für die Bergregionen von Schweiz Tourismus (ST) und der Schweizer Berghilfe (SBH). Das dreijährige Programm soll den vier

Regionen Saint-Ursanne/Clos du Doubs (JU), Safiental (GR), Region Moosalp/Augstbord (VS) und Region Oberemmental (BE/LU) mit den Instrumenten von Enjoy Switzerland helfen, ihr Angebot zu erfassen und aufzuwerten.

Weil es sich an Regionen wendet, in denen der Tourismus in den Anfängen steckt, verfolgt das Projekt allgemeine Ziele, vor allem die Entwicklung neuer Angebote, die Optimierung der Kommunikation und die Sensibilisierung von Behörden und Bevölkerung für das touristische Potenzial ihrer Region. In den ersten Monaten war Steve Maridor vor allem mit Sensibilisierung beschäftigt. «Wir wollten möglichst viele Leute einbezie-

hen, um das Projekt breit abzustützen», erklärt er. Das hat Zeit gekostet, aber es hat sich gelohnt. «Ich habe bei den Behörden wie auch den privaten Ansprechpartnern den Willen gespürt, den Tourismus zu entwickeln», freut sich Steve Maridor.

Ein Jahr vor Programmende macht sich der Erfolg bemerkbar. Wichtige Projekte waren etwa die Wegweiser zu den historischen Gebäuden von Saint-Ursanne und Fassadenrenovierungen an vier Verwaltungsgebäuden, darunter das Tourismusbüro, aber auch die Einrichtung einer Plattform zur Verbesserung der Zusammenarbeit von Landwirtschaft und Tourismus. Die Anlage von Reitwegen durch den Clos du Doubs und eines mittelalterli-



zvg

### Das Vallée du Doubs im Nebelmeer.

chen Gartens sind geplant. Die letzten Monate sollen nun zur Sicherung der Zukunft des Projekts genutzt werden. Florian Salis, Koordinator des Programms für ST, ist zufrieden: Dank dem Programm konnten in allen Pilotregionen Plattformen eingerichtet und Projekte realisiert werden, darunter so spektakuläre wie der Bau eines Solar-Skilifts in Tenna

(GR). «Die Leute zum Mitmachen zu bewegen, war allerdings nicht einfach», räumt Florian Salis ein. Der Anfang ist aber gemacht, und alle denken an die Fortsetzung des Projekts. Werden weitere Regionen vom Impulsprogramm profitieren? «Noch ist nichts entschieden», betont Florian Salis.

Siehe auch Cahier français Seite 19.