

Medienmitteilung

Sperrfrist: Mittwoch, 25. August 2021, 12.00 Uhr

Herbst & Genuss

Tourismus und Kulinarik legen ihre Trümpfe zusammen

25. August 2021. 7 Spitzenprodukte, 7 Produzenten, 7 Feriendestinationen... Terroir Fribourg und Fribourg Region bündeln ihre Kräfte im gemeinsamen Auftritt unter dem Motto «Herbst und Genuss». Dabei wird es zu einer Premiere kommen: Um dem Label Carbon FRI zu entsprechen, werden erstmals sämtliche Aktivitäten im Zusammenhang mit einer Kampagne in die CO2-Bilanz miteinbezogen. Die hervorragenden Produkte aus dem Freiburgerland eignen sich bestens dazu, den touristischen Herbst zur kulinarischen Hochsaison zu erheben. Das von der Neuen Regionalpolitik (NRP) unterstützte und auf zwei Jahre ausgerichtete Pilotprojekt hat zum Ziel, diese Zusammenarbeit langfristig zu verankern.

Die Zahl 7, Symbol der Einheit, steht für die erwünschte weitere Annäherung der Organisationen «Terroir Fribourg» und «Fribourg Region». Auch wenn die Zusammenarbeit seit Jahren existiert, insbesondere für die Kilbi im Freiburgerland, besiegelt die gemeinsame neue Kampagne doch eine noch nachhaltigere Partnerschaft. Mittel und Erfahrungen werden vereint, um den Status des Kantons Freiburg als Feinschmecker-Destination par excellence zu stärken.

Die Kampagne «Herbst & Genuss», ausgelegt auf 2021 und 2022, setzt die Jahreszeit ins Rampenlicht, die besonders reich gesegnet ist mit Freiburger Spezialitäten, gelebten Traditionen und einzigartigen Veranstaltungen. 7 Spitzenprodukte, 7 Produzenten und die Wahrzeichen von 7 Feriendestinationen werden so sichtbar gemacht. Mit viel Wissen und handwerklichem Können werden die regionaltypischen Produkte verfeinert, von denen vier bereits heute die Herkunftsbezeichnung Appellation d'Origine Protégée (AOP) tragen: Die Büschelbirne Poire à Botzi AOP, der Gruyère AOP, der Vacherin Fribourgeois AOP und die Cuchaule AOP. Im Gange ist zudem die Zertifizierung des kamingeräucherten Schinkens «Jambon de la Borne». Viel AOP-Spezialitäten auf der kleinen Fläche Freiburgs, angesichts von nur 23 Produkten mit diesem Label in der ganzen Schweiz!

Ein CO2-Rechner für die Gäste

Mit dem Zertifikat «Carbon Fri» spielt die Kampagne «Herbst&Genuss» eine Pionierrolle im Engagement zur Reduktion von CO2. Zusammen mit einem spezialisierten Unternehmen wurde eine CO2-Bilanz eingerichtet, welche die Auswirkungen der touristischen Promotionsaktivitäten messen wird. Einmal identifiziert und quantifiziert wird der ermittelte Ausstoss durch entsprechende Investitionen in nachhaltige lokale Projekte kompensiert. Dieses Vorgehen wird noch ausgeweitet, indem auch den Gästen ein CO2-Ferien-Rechner zur Verfügung gestellt wird, mit dem sie ihren Impact messen können und der sie punkto Klimaproblematik sensibilisiert.

Die Marketingaktivitäten, bewusst 100% digital, laufen über die bestehenden Kommunikationskanäle von Terroir Fribourg und Fribourg Region. Prioritäre Ziele sind eine noch höhere Beachtung und Wertschätzung der Produkte aus dem Freiburgerland, eine verstärkte Bereitschaft zum Konsum regionaler Produkte mit Label und das Vermitteln authentischer kulinarischer Erlebnisse. Hervorgehoben wird die Kampagne insbesondere Produktions-Workshops, Degustationen anlässlich Veranstaltungen wie Weinlese, Alpbazügen und Kilbi-Feiern, aber auch die herbstlichen Freiburger Trümpfe wie Wandern, Mountainbiken, die Angebote der Bergbahnen und weitere Sehenswürdigkeiten.

Innovation im Dienst des Freiburger Angebots

Unterstützt von der Neuen Regionalpolitik (NRP) bezweckt das Pilotprojekt namens «Think digital, eat local!» die langfristige Zusammenarbeit von Terroir Fribourg und Fribourg Region. Die Kampagne wurde zusammen mit den 7 regionalen Tourismusorganisationen des Kantons erarbeitet, sie umfasst Aspekte der Digitalisierung, der sanften Mobilität und des nachhaltigen Konsums. Das Vorgehen entspricht zudem dem Klima-Plan des Kantons Freiburg und den C24-Massnahmen zur Unterstützung des lokalen Tourismus und der Produkte aus dem Freiburgerland.

Aus wirtschaftlicher Sicht soll die Kampagne auch mithelfen, weitere Schliessungen lokaler Geschäfte zu verhindern und zusätzliche Einnahmen zu generieren, insbesondere für die unter den Folgen der Pandemie leidenden Sektoren Tourismus und Gastronomie. Das Budget des Projektes beläuft sich auf 250'000 Franken, aufgeteilt auf zwei Jahre für die Schaffung von Inhalten, die Vermarktung und den personellen Aufwand.

Die Präsentation, Factsheets und Videos finden Sie unter diesem Link:

<https://www.fribourgregion.ch/de/Z9789/medienmitteilungen-marketing>

Kontakte für Medienschaaffende:

Pierre-Alain Morard, Direktor Freiburger Tourismusverband, Tel. 075 434 97 96,

secretariat@fribourgregion.ch

Pierre-Alain Bapst, Direktor Terroir Fribourg, Tel. 079 275 05 08

pierre-alain.bapst@terroir-fribourg.ch