



## **SBRINZ-ROUTE**

ALPENQUERENDE NATURERLEBNISSE  
AUF DEN SPUREN DER SÄUMER

WILLKOMMEN ALS PARTNER





## DIE SBRINZ-ROUTE – DER MITTLER ZWISCHEN NORD UND SÜD

Der Urschweizer Sbrinzkäse hat der traditionsreichen Säumeroute aus der Zentralschweiz über den Brünig- bzw. Jochpass, Grimsel- und Griespass nach Domodossola ihren Namen gegeben.

Als Mittler zwischen Nord und Süd positioniert die Sbrinz-Route die fünf am Weg gelegenen Regionen als eine Kulturlandschaft mit spannenden Lebens-, Erholungs-, Bewegungs- und Erlebnisräumen in einem einzigartigen Alpenkorridor.

Wer auf dieser Route wandert, kann daher viel Säumerromantik erleben. Und ein grosses Thema begleitet ihn auf der ganzen Strecke: Die Energie des Wassers in all ihren Formen.

Die ViaSbrinz folgt der Transportroute des Hartkäses aus der Innerschweiz und dem Berner Oberland nach Norditalien. Sowohl am Grimsel- wie am Griespass sind grossartige Abschnitte des Saumpfads erhalten; auch landschaftlich hat die Route viel zu bieten.

Die Sbrinz-Route oder ViaSbrinz ist Teil von «Kulturwege Schweiz» und ebenfalls ein naturnahes Projekt von Schweiz Tourismus.

Die Sbrinz-Route ist zudem ein anerkanntes Projekt der von Bund und Kantonen lancierten Neuen Regional-Politik (NRP).





## DIE SÄUMER – VON BERGBAUERN ZU TRANSPORTEUREN

Die Handelsbeziehungen über die Alpen zwischen den unterschiedlichen Kulturräumen von Nord- und Südeuropa waren schon seit jeher recht intensiv. Aus dem Norden war der Sbrinz-Käse ein gefragtes Produkt, währenddem aus dem Süden Wein, Reis, Leder und Gewürze nördlich der Alpen Absatz fanden.

Der Warentransport auf der Sbrinz-Route vollzog sich zum grössten Teil auf den Rücken der Saumtiere, die durch rauhe, wortkarge Säumer geführt wurden. Sie mussten ihre Tiere meist selber stellen und haften für die ihnen anvertrauten Waren. An den jeweiligen Zollstationen wurde ein Wegzoll verlangt, um die schwierigen Wege instand zu halten und auszubauen. Die Säumer waren den Gefahren und der Unbill der Natur ziemlich schutzlos ausgesetzt und viele kamen durch Steinschlag oder Lawinen ums Leben. Trotz ihrer extremen Arbeitsbedingungen war Ihr Charakter meist ehrenvoll. Sie galten bezüglich Redlichkeit,

Treu und Glauben als sehr verlässlich. Die Waren, die Ihnen anvertraut wurden, erreichten in der Regel unangetastet und unbeschädigt ihren Bestimmungsort. Die relativ schmalen Saumwege verlangten von den Säumern, dass sie einen abgestimmten Zeitplan einhalten mussten, da sie an vielen Stellen, wegen der sperrigen Ladung, nicht aneinander vorbeikamen. In engen, meist steilen Gebirgsstrecken, standen nur wenige Kreuzungspunkte zu Verfügung. Auseinandersetzungen waren damit vorprogrammiert und die stummen Felswände haben sicher so manchen kernigen Säumerfluch vernommen. Aus dieser Zeit stammt auch die Redewendung «... keine Zeit versäumen», was allerdings durch die gelegentlichen Trinkgelage in den Susten nicht immer einfach war.





## DIE ZIELE DER SBRINZ-ROUTE

Die Sbrinz-Route ist ein qualitativ hochwertiges Produkt auf dem Markt des nachhaltigen Tourismus.

### Mit dem Projekt Sbrinz-Route wollen wir

- die wirtschaftliche Eigenständigkeit und Authentizität der Regionen fördern und stärken
- den Regionen neue wirtschaftliche Perspektiven eröffnen und diese zum nachhaltigen Erfolg führen

### Tourismus Langsamverkehr

- Angebote für Individual-, Einzel- oder Gruppenerlebnisse am Markt platzieren
- Langsamverkehr ausdehnen mit Angeboten in Begleitung von Lasttieren

### Lokaler, regionaler Produkte- und Waren-Markt

- lokale, regionale Erzeugnisse, Produkte und Waren aus vorhandenen Rohstoffen fördern, initiieren, unterstützen, stärken und vermarkten
- Vermarktungs-Massnahmen für Erzeugnisse, Waren und Produkte aufbauen: Direktverkauf vor Ort, via Internetplattform und via Verkaufspunkte an externen Märkten bzw. Veranstaltungen

### Wertschöpfungskette

- didaktische Unterlagen zu Themen wie Natur, Handwerk, Geschichte usw. erarbeiten, anbieten und in Form von Kursen und Seminaren erlebbar machen
- einen gemeinsamen Kommunikations-Auftritt realisieren, der als Plattform für alle involvierten Kreise als Informations- und Verkaufsinstrument genutzt werden kann (Internet, Werbung, PR, Verkaufsförderung)
- spezifische Events lancieren und regionenübergreifende Anlässe promoten (Säumerfest, Säumerwoche)
- Die Sbrinz-Route als historisches Erbe hegen und pflegen und für breitesten Kreise erlebbar machen

### ViaSbrinz

- Projekte der ViaStoria umsetzen, indem die Sbrinz-Route als ViaSbrinz in das Dachmarketing «Kulturwege Schweiz» integriert, gepflegt und bewirtschaftet wird





## DIE AKTIVITÄTEN RUND UM DIE SBRINZ-ROUTE

### **Infrastrukturangebot vernetzen und bekannt machen**

Die Sbrinz-Route bildet Bestandteil des Programmes Wanderland von SchweizMobil mit der Route Nr. 40. Auch im Internet sind die Grundinformationen verfügbar, welche auch von Schweiz Tourismus übernommen werden. Ebenso haben wir die Sbrinz-Route ins Dachmarketing von «Kulturwege Schweiz» aufnehmen lassen. Damit werden 12 ViaRouten durch die Marketingaktivitäten von ViaStoria dem Thema historische Verkehrswege mehr Beachtung und Aufmerksamkeit geschenkt.

### **Begehbarkeit der Sbrinz-Route mit Pferden sicherstellen**

Es ist nicht so, dass überall, wo Wanderer gehen können, auch automatisch beladene Pferde den Rank problemlos finden. Zusätzliche Ausschilderungen müssen angebracht werden. Es bedarf noch Korrekturen und Ergänzungen zur Optimierung der Routen-Wege. Dies wird mit den regionalen Wanderwegorganisationen geplant.

### **Historische Substanz erhalten**

Historische Teilstrecken sicherstellen und Projekte initiieren, damit diese saniert und der Nachwelt erhalten bleiben. In Zusammenarbeit mit den Gemeinden erfolgt die Planung und Entwicklung zur Erhaltung der Wegsubstanz des historischen Charakters der Sbrinz-Route. Diese steigert die Attraktivität der Sbrinz-Route.

### **Säumerfest mit dem Säumer-Märcht**

Diese jährliche Veranstaltung mit jeweils über 5000 Besuchern, dient als Kommunikationsplattform der Regionen Sbrinz-Route. Damit wollen wir Aufmerksamkeit wecken, Authentizität und Eigenständigkeit vermitteln, die Volkskulturen beleben und eine breite Ausstrahlung auf die Regionen der Sbrinz-Route erreichen. Der integrierte Säumermärcht ermöglicht den direkten Verkauf von regionalen und lokalen und qualitativ hochwertigen Produkten und Angeboten. Gastbetriebe, Anbieter, Erzeuger von Produkten und Angeboten mit vielen Beteiligten vor Ort erwirtschaften dadurch Erträge.

### **Wanderwoche mit historischem Saumzug**

Die historische Sbrinz-Route auf den Säumerpfaden ab der Innerschweiz über die Alpenpässe bis nach Domodossola entdecken. Dieses einzigartige Wandererlebnis wird durch Säumer mit Saumtieren als historischer Saumzug begleitet. Eintauchen in die Vergangenheit und reisen wie anno dazumal, als unsere Vorfahren die Handelswaren mit Pferden über die Alpenpässe nach Süden und zurück nach Norden transportierten. Geschichte erleben, die Vielfalt von Natur, Kultur und Kulinarik.

Der Förderverein Sbrinz-Route organisiert diese Wanderwoche mit Säumertradition alljährlich ein Mal.





## DIE AKTIVITÄTEN RUND UM DIE SBRINZ-ROUTE

### **Wanderangebote für Individualnutzer**

Die Sbrinz-Route individuell entdecken? Nichts leichter als das. Hierfür stehen Wanderkarten und Routenprofile ergänzt mit konkreten Angeboten und Tagesstrukturen zur Verfügung. Diese Angebotspalette für individuelle Bewegungs- und Wandererlebnisse mit Tages- und Mehrtagesprogrammen entsprechen dem aktuellen Konsumbedürfnis. Die Angebote können per Internet oder via Kooperationspartner z.B. Postauto, Zentralbahn, Matterhorn-Gotthard-Bahn, RailAway abgerufen oder genutzt werden.

### **Erlebnisraum Sbrinz-Route – Angebote für Gruppen**

Qualitativ hochwertige Events/Angebote/Erlebnisse lassen sich nicht einfach so vereinheitlichen. Deshalb werden in Kooperation mit RailAway «Gruppenreisen nach Mass» zusammengestellt und über diesen Kanal lanciert. Gruppen können die Sbrinz-Route auf verschiedene Arten erleben:

- Als Gruppe ohne Begleitung
- Als Gruppe mit Begleitung von Saumtieren
- Als Gruppe mit Pauschalarrangement

### **Weiterbildungskurse für die Säumerei und Angebote Wandern mit Saumtieren**

Damit wollen wir Tierhaltern die Möglichkeit geben, sich mit dem Säumer-Handwerk vertraut zu machen. Es ist die Voraussetzung um Gäste- und Kundenbedürfnisse für Gruppen- und Erlebnisangebote zu erfüllen. Das Erlebnis mit Tier und Natur ist im Trend und verspricht eine gute Nachfrage. Doch zuerst müssen die Rahmenbedingungen geschaffen werden, damit eine positive und nachhaltige Entwicklung möglich wird. Hier verfolgen wir ein Netzwerk mit den Tierhaltern, mit welchen die Angebote auch umgesetzt werden können.





## BREITE WERBE- UND PR-AKTIVITÄTEN

### **Die Kommunikation der Sbrinz-Route basiert auf fünf Ebenen:**

- Herausgabe von gemeinsamen Kommunikations-Instrumenten als Basis für den Marktauftritt (Info-Broschüre, Flyer, Plakate usw.)
- Realisierung von Kooperationen mit Absatzmittlern, wie Transportunternehmen und -Dienstleister, wie zum Beispiel RailAway, PostAuto, Zentralbahn, Materhorn-Gotthard-Bahnen usw.
- Schaffung einer Internet-Plattform als gemeinsame Kommunikationsbasis auf weltweiter Ebene
- Durchführung von Events/Veranstaltungen und gezielter Auftritte in ausgewählten Marktgebieten im Sinne der Verkaufsförderungsmaßnahmen (Säumerfeste, Wanderwochen, Auftritte an OLMA, BEA, Marché Concours usw.)
- Gezielte Förderung der Mund zu Mund Propaganda

Parallel dazu werden alle Kommunikations-Zielgruppen ausfindig gemacht und definiert, die für die Erfüllung der Tätigkeiten in den Regionen Sbrinz-Route von Bedeutung sind.

### **«Der Säumer»**

Produktion und Herausgabe des «Der Säumer». Die Zeitschrift erscheint viermal im Jahr. Laufende Informationen mit Erfahrungsberichten, Bildern zu positiven Erlebnissen in den Regionen und zur Untermalung der Leitidee. Im Bulletin wird auch über die Tätigkeiten berichtet und damit für die Begeisterung geworben und die Unterstützung gesucht.





## DIE TRÄGERSCHAFT DER SBRINZ-ROUTE

Der Förderverein Sbrinz-Route bildet die Trägerschaft für die Projekte und Programme der Regionen Sbrinz-Route.

### Zur Struktur

Die Generalversammlung (GV) ist das oberste Organ und entscheidet über die strategischen Belange, welche durch den Vorstand vorbereitet werden. Der Förderverein Sbrinz-Route hat keine Einzelmitglieder, respektive Personen als Mitglied. Mitglieder sind Organisationen und Institutionen oder juristische Personen.

### Gründermitglieder

- Train Vereinigung Unterwalden
- Vierwaldstättersee Tourismus
- Heimatkundlicher Verein Giswil
- Raiffeisenbanken Obwalden
- Giswil-Mörlialp Tourismus
- Tourismus Haslital.Berner Oberland
- Goms Tourismus
- Tourismus Obergoms
- ViaStoria, Zentrum für Verkehrsgeschichte
- Sbrinz Käse GmbH
- Commune Val Formazza
- Walserverein Pomatt (Val Formazza)

### Neue Mitglieder

- Alpenclub Pomatt (Val Formazza)
- Gemeinde Obergesteln

- Internationale Vereinigung Walsertum
- Hotel Bären Guttannen
- Pension Restaurant Zum Lärch Obergesteln
- Hotel Engstlenalp

### Strategische Leitung

Der Vorstand hat die strategische Leitung des Fördervereins Sbrinz-Route. Er wird durch die Generalversammlung gewählt und bestätigt.

### Der Vorstand 2009

Förderverein Sbrinz-Route Vertreter der Mitgliederorganisation/Tätigkeit

Präsident: Werner Grossniklaus, Stansstad Train Vereinigung UW/  
Kommunikationsagentur

Kassier: Josef K. Scheuber, Stans Vorstand Train Vereinigung UW/HVG/  
Unternehmer

Mitglied: Benno Tschümperlin, Meiringen Vorstand Haslital Tourismus/  
Unternehmer

Mitglied: Fritz Immer, Engstlenalp Haslital Tourismus/Hotelier/Bergführer

Mitglied: Daniel Flühler, Oberdorf Heimatkundlicher Verein Giswil  
(HVG)/Unternehmer

Mitglied: Esty von Holzen, Engelberg Geschäftsführerin  
Vierwaldstättersee Tourismus

Mitglied: Susi Abächerli, Giswil





## UNSERE SPONSORING-PARTNERSCHAFTEN

So vielfältig wie die Sbrinz-Route, so effektiv wird der Auftritt unserer Partner. Machen Sie sich als Partner mit uns auf den Weg zu einzigartigen Herausforderungen. Diese Möglichkeiten erwarten Sie:

### **1. Kategorie**

#### **Partner Regionen Sbrinz-Route**

Als Partner der Regionen Sbrinz-Route sind Sie bei sämtlichen Kommunikations-Massnahmen und Veranstaltungen dabei, angefangen beim Briefpapier bis hin zur optischen Präsenz an den Events.

Ihr Beitrag: CHF 25'000.– pro Jahr in Form von Sach- und Dienstleistungen sowie finanziellen Beiträgen (mindestens über 3 Jahre hinweg)

### **2. Kategorie**

#### **Event-Partner**

Als Eventpartner sind Sie an den vielfältigen Anlässen der Sbrinz-Route dabei, so zum Beispiel am Säumerfest, auf der Wanderwoche usw.

Ihr Beitrag: CHF 10'000.– pro Jahr in Form von Sach- und Dienstleistungen sowie finanziellen Beiträgen (mindestens über 3 Jahre hinweg)

### **3. Kategorie**

#### **Donator Sbrinz-Route**

Als Donator unterstützen Sie die Sbrinz-Route der guten Sache wegen mit einem Beitrag von CHF 3000.– pro Jahr, dabei ist ein Gratis-Platz auf der Säumerwoche inbegriffen

### **4. Kategorie**

#### **Vereinsmitglied**

Als Vereinsmitglied solidarisieren Sie sich mit den Zielen der Sbrinz-Route und leisten einen Jahresbeitrag von CHF 1000.–





## DIE AUFTRITTMÖGLICHKEITEN

	1. Kat.	2. Kat.	Donatoren	Verein
<b>Bereich Nutzungsrechte und Prädikate</b>				
Nutzungsrecht am Namen und Logo Regionen Sbrinz-Route	X		X	
Nutzungsrecht am Event-Namen, z.B. Säumerfest, Wanderwoche usw.	X	X		
Branchenexklusivität	X	X		
<b>Bereich Repäsentation</b>				
Einladung als Gast zu den Events der Sbrinz-Route	4 Pers.	2 Pers.	1 Pers.	1 Pers.
Gratisteilnahme an der Säumerwoche			1 Pers.	
<b>Bereich visueller Auftritt</b>				
Logo auf Briefschaften Regionen Sbrinz-Route	X			
Logo auf Briefschaften Events	X	X		
Logo-Präsenz Internet	Auftaktseite	Partnerseite	Donatorensseite	Vereinsseite
Logopräsenz Eventplakate, Inserate, Festführer, Event-Flyer, Getränkekarten	Titelseite	Innenseiten	Namentl. Erwähnung	
<b>Bereich Werbung</b>				
Möglichkeit zur Platzierung eines Präsentationsstandes (3 x 3 m) am Säumerfest	X	X		
Gratis-Inserat im Festführer	1/1 Seite	½ Seite	Namentl. Erwähnung	
<b>Bereich Public Relations</b>				
Erwähnung in den Medienberichten von Regionen Sbrinz-Route	X			
Erwähnung in den Medienberichten der Events	X	X		
Einladung zu Medienanlässen	X	X	X	
Beilage eines Medientextes zur Medien-Dokumentation	X	X		
<b>Bereich Promotions</b>				
Möglichkeit zur Durchführung von Promotionen (Umfeld Regionen Sbrinz-Route)	X			
Möglichkeit zur Durchführung von Promotionen (Umfeld von Events)	X	X		



## KONTAKT

### **Werner Grossniklaus**

OK-Präsident  
Förderverein Sbrinz-Route  
ricom communication  
Morgartenstrasse 9  
Postfach 3753  
6002 Luzern

wg@ricom.ch  
041 226 21 00