



MEDIENDOSSIER

Kampagne «Herbst und Genuss»

Tourismus und Kulinarik legen ihre Trümpfe zusammen

25. August 2021

Pierre-Alain Bapst
Direktor
Terroir Fribourg
+41 (0)79 275 05 08
pierre-alain.bapst@terroir-fribourg.ch
www.terroir-fribourg.ch

Pierre-Alain Morard
Direktor
Freiburger Tourismusverband
+41 (0)75 434 97 96
secretariat@fribourgregion.ch
www.fribourgregion.ch

Inhalt

- 1. Medienmitteilung**
- 2. Präsentation**
- 3. Factsheet**
 - 3.1. Ein paar Zahlen**
 - 3.2. Ziele des Projekts**
 - 3.3. 7 Spitzenprodukte, 7 Produzenten, 7 Feriendestinationen**
 - 3.4. Inhalt der Kampagne**
 - 3.5. Carbon Fri - Label**

3 Factsheet

3.1. Ein paar Zahlen

TERROIR FRIBOURG	FRIBOURG REGION
4 AOP-Produkte (23 in der Schweiz), plus 1 im Prozess der Zertifizierung	Heimat der ausserordentlichen Produkte aus dem Freiburgerland
12 Spitzenprodukte und 550 Produkte mit dem Label «Terroir Fribourg»	Die Gastronomie ist einer der 4 Standbeine der Strategie von Fribourg Région
280 Mitglieder bilden das Ensemble der Freiburger Produzenten und landwirtschaftlichen Nahrungsmittelhersteller	70% der Gäste geben 50% ihres Budgets in öffentlichen Betrieben aus*
80 Verkaufspunkte gehören zum Vertriebsnetz	Durchschnittlich zwischen CHF 22.- und 25.- gibt ein Gast pro Tag aus für Getränke und Nahrung*
CO2-Bilanz: Unser Ausstoss für die Erarbeitung der Kampagne** 89 kwh produzierte Elektrizität 2'470 km zurückgelegt (inklusive Foto- und Dreharbeiten und Medien-Besuche) 4 kg verbrannter Abfall 72 Arbeitsstunden der Agentur für die Videoproduktion 350 investierte Stunden der Arbeitsgruppe 60 Mahlzeiten aus Freiburger Produktion	

*Quelle: M&BD Consulting SA. (2019). Livre blanc: Le tourisme suisse et fribourgeois

**Quelle: Climate Services SA (2021)

3.2. Ziele des Projekts

- Synergien entwickeln zwischen Fribourg Région und Terroir Fribourg durch die Schaffung der gemeinsamen Kommunikationskampagne «Herbst und Genuss»
- Den Status des Kantons Freiburg als «Feinschmecker-Destination» stärken
- Die Sichtbarkeit und das Renommée der Produkte aus dem Freiburgerland ausserhalb des Kantons erhöhen sowie zum Konsum regionaler Produkte mit Label anregen
- Mehr Wertschätzung des Savoir-faire der handwerklichen Produzenten des Kantons Freiburg erreichen
- Zusätzliche Einnahmen für die Tourismus-, Gastronomie- und Nahrungsmittelindustrie generieren
- Weitere Schliessungen lokaler Betriebe und Geschäfte verhindern helfen

3.3. 7 Spitzenprodukte, 7 Produzenten, 7 Feriendestinationen

Feriendestination	Estavayer-le-Lac / Payerne Tourisme
Regionalprodukt	Büschelbirne AOP
Produzent	Marché des Chandines in Delley Anita und Rudy Ruegsegger
Feriendestination	Schwarzsee Tourismus
Regionalprodukt	Seisler Brätzele
Produzent	Schwaller's Sensler Bauernladen in St. Antoni Alexandra und Andreas Schwaller
Feriendestination	La Gruyère Tourisme
Regionalprodukt	Le Gruyère AOP
Produzent	Vacherin Fribourgeois AOP Alpchalet Vounetse in Charmey Béat Piller
Feriendestination	Region Murtensee
Regionalprodukt	Vully-Weine
Produzent	Cru de l'Hôpital in Môtier (Vully) Christian Vessaz
Feriendestination	Châtel-St-Denis / Les Paccots
Regionalprodukt	Doppelrahm
Produzent	Fromagerie Pittet in Bouloz Anthony Pittet
Feriendestination	Romont Région
Regionalprodukt	Jambon de la Borne / Kamingeräucherter Schinken
Produzent	La Jambonnière SA in Mezières Eric Barras und Laurent Gavillet
Feriendestination	Freiburg Tourismus und Region
Regionalprodukt	Cuchaule AOP
Produzent	Bäckerei Saudan in Fribourg Gérald Saudan

3.4. Inhalt der Kampagne

Kommunikationskanäle - 100% digital

Die Kampagne «Herbst&Genuss» wird ausschliesslich digital ab anfangs September bis Ende Oktober geschaltet. Für die Kommunikation werden hauptsächlich die eigenen Kommunikationskanäle von FRIBOURG REGION (www.fribourgregion.ch) und von Terroir Fribourg (www.terroir-fribourg.ch) verwendet, ergänzt von externen Online-Medien.

Die Landingpage (spezielle Internet-Seite) ist die hauptsächliche Kommunikationsplattform der Kampagne. Hier laufen die Themen zum touristischen Herbst und zu den Produkten aus dem Freiburgerland zusammen.

Kommunikationskanäle:

Landingpage	www.fribourgregion.ch/herbst
Soziale Netzwerke von FRIBOURG REGION	www.facebook.com/fribourgregion/ www.instagram.com/fribourgregion/ www.twitter.com/fribourgregion www.linkedin.com/company/fribourgregion
Soziale Netzwerke von Terroir Fribourg	www.facebook.com/TerroirFribourg/ www.instagram.com/terroirfribourg/ www.linkedin.com/company/terroir-fribourg/
Newsletter	Newsletter: 8, Anzahl Kontakte: 355'000
Influenzer	spezialisiert auf Food & Gastronomie
Zielgruppenspezifische Anzeigen	Tagesaktuelle Medien und Fachmedien
Programmatische Werbung	Nativs Ads, Social Ads, Bannering
Google Ads Kampagne	

3.5. Carbon Fri - Label

Für eine nachhaltige Förderung unserer Region engagieren wir uns dafür, unsere CO₂-Emissionen zu reduzieren. Zu diesem Zweck haben wir zusammen mit dem im Freiburger Innovationsquartier blueFACTORY ansässigen Unternehmen Climate Services SA eine CO₂-Bilanz eingerichtet. Diese ermöglicht es uns, die CO₂-relevanten Auswirkungen einer touristischen Promotionskampagne zu messen, natürlich mit dem Ziel, unseren CO₂-Ausstoss zu reduzieren. Die Kampagne «Herbst&Genuss» wird das Carbon Fri-Label per Ende August 2021 erhalten. Während der Vorbereitungen zu dieser Kampagne wurden 0.81 Tonnen CO₂ ausgestossen. Um dies zu kompensieren, werden CHF 500.- in lokale Projekte investiert.

Diese Engagements sollen nicht allein intern bleiben. Deshalb bieten wir in Zusammenarbeit mit der Stiftung Carbon Fri einen CO₂-Ferien-Rechner an. Damit können Gäste wie Gastgeber den von ihnen verursachten Ausstoss messen und mittels Kompensation nachhaltige Projekte im Kanton Freiburg unterstützen.

Die Stiftung Carbon Fri, 2018 von der Freiburger Kantonalbank, der Handels- und Industriekammer des Kantons Freiburg und der Climate Services SA geschaffen, ist ISO-zertifiziert. Mit der Verleihung des Carbon Fri – Labels an Freiburger Unternehmen engagiert sie sich für mehr Nachhaltigkeit in der Wirtschaft des Kantons Freiburg. Die Gelder, welche Unternehmen auf Basis ihres CO₂-Ausstosses in die Stiftung einzahlen, ermöglichen die Finanzierung diverser regionaler Projekte.

Ziele des Labels

- An einer nachhaltigen Freiburger Wirtschaft mitwirken und Projekte für die Region unterstützen
- Pionier sein mit der Verleihung des Labels für eine touristische Promotionskampagne
- Entscheidungen fällen und mittels der CO₂-Bilanz in den kommenden Jahren Massnahmen zur Reduktion des CO₂-Ausstosses treffen
- Dem Klima-Plan des Kantons Freiburg und den C24-Massnahmen entsprechen: den lokalen Tourismus und die Produkte aus dem Freiburgerland unterstützen

Unsere Engagements zugunsten einer CO₂-Reduktion

- Den Impakt von Mobilität der am Projekt Beteiligten verbessern, beispielsweise mittels Reduktion von Arbeitswegen und durch ausschliessliche Zusammenarbeit mit lokalen Unternehmen
- Für regionale Produkte mit Label sensibilisieren und für deren Kauf und Konsum anregen
- Die Wertschätzung des Savoir-faire der handwerklichen Produzenten erhöhen
- Die Gäste für sanfte Mobilität und nachhaltige touristische Aktivitäten motivieren
- Die Gäste über die CO₂-Bilanz ihres Aufenthaltes und ihrer Aktivitäten informieren, zum Beispiel mittels des CO₂-Ferien-Rechners: www.carbonfri.ch/calculateurco2