



# Stiftung Lebensraum Gebirge - Arbeitsgruppe Kultur & Brauchtum

Projektbericht  
November 2022





## Inhaltsverzeichnis

Resümee	3
<b>1. Ausgangslage</b>	<b>4</b>
1.1. Ausgangslage	4
1.2. Problemstellung	5
1.3. Nachhaltigkeit	6
1.4. Chancen	7
<b>2. Projektziele</b>	<b>8</b>
2.1. Generelle Projektziele	8
2.2. Teilziele der einzelnen Workshops	9
<b>3. Rahmenbedingungen</b>	<b>10</b>
<b>4. Zeitrahmen und Projektabgrenzung</b>	<b>10</b>
<b>5. Projektstruktur</b>	<b>11</b>
5.1. Projektorganisation	11
5.2. Projektfunktionen	11
<b>6. Zielgruppen</b>	<b>12</b>
<b>7. Berichterstattung aus den Workshops</b>	<b>13</b>
7.1. Workshop 1 – Startworkshop	13
7.2. Workshop 2 – Untergruppe Kultur	19
7.3. Workshop 3 – Untergruppe Volkskultur & Kulinarik	22
7.4. Workshop 4 – Untergruppe Baukultur	26
7.5. Workshop 5 – Konsolidierung der Ideen mit Priorisierungen	29
7.6. Workshop 6 – Involvierung der Bevölkerung	40



## Resümee

In mehreren Workshops haben Akteure in verschiedenen Untergruppen proaktiv Ideen, Strategien und Massnahmen entwickelt, wie die Veränderungen genutzt werden können, um neue Produkte und Dienstleistungen zu generieren. Nachfolgend sind zusammenfassend die Ideen der verschiedenen Gruppen aufgelistet.

### Gruppe Baukultur

Das Bewusstsein für Baukultur wird mit guten «Geschichten», Entdeckungsreisen, Führungen, Fox-trails, Rätselspur für Kids, Vorträgen und Lesungen gefördert. Ergänzend wird eine Plattform geschaffen, auf der die attraktiven Geschichten und Videos geordnet nach Interessensgebieten aufzufinden sind. Das Bewusstsein für Raumplanung wird mit spannenden «Geschichten», Anlässen, Round-Table Gesprächen gefördert. Altes Handwerk wird neu entdeckt – mittels kurzen/spannenden Videos sowie mit Führungen vor Ort. Dasselbe gilt für die Hotelgeschichte in Unterwalden – die spannend erzählt die Nähe zu den Objekten bestärkt.

### Gruppe Volkskultur & Kulinarik

In Unterwalden wird eine virtuelle und physische Vermarktungsplattform für regionale Produkte lanciert. Um das Basiswissen über die saisonale und regionale Kulinarik zu vergrössern, wird ein niederschwelliges und dezentrales Kurs-Angebot geschaffen. Die Kochkurse werden auch für Touristen attraktiv sein. Landfrauen-Rezepte sollen breit gestreut werden, Produzenten-Besuche und Events wie 5 Gänge – 5 Bäuerinnen lanciert werden und Verpackungsabfall vermindert werden. Das Bewusstsein für Brauchtum und Handwerk wird mit Berichten, Werkstatt- und Probenbesuchen gestärkt.

### Gruppe Kultur

Der Verein IG Kultur Unterwalden soll gegründet werden. Dieser vertritt die Interessen der Kulturschaffenden gegenüber Behörden und Politikerinnen und Politikern. Gleichzeitig bietet er verschiedenste Dienstleistungen an. Basis dazu bildet eine Webseite. Dieser Verein ruft einen Kultur-Stammtisch ins Leben, betreibt einen Kultur-Kalender für Unterwalden, vernetzt und vermittelt Synergien und organisiert Events wie KulTur-Tour und Kultur-Börse sowie weitere.

### Fazit

Um die vielen guten Ideen aus der Arbeitsgruppe Kultur & Brauchtum weiter voran zu treiben, braucht es eine Projektleitung, die zusammen mit Verbündeten die Ideen weiterentwickelt und zur Ausführung bringt. Diese Projektleitung muss für ihren Aufwand abgegolten werden.



## 1. Ausgangslage

### 1.1. Ausgangslage

Der Klimawandel ist ein globales Phänomen, doch die Auswirkungen sind lokal spürbar. Die Alpen sind doppelt betroffen. Dies wird auch in den neusten Klimaszenarien für die Schweiz 2018 dokumentiert. Die Temperaturen steigen in den Alpen doppelt so schnell wie im globalen Durchschnitt. Dies hat verschiedene Ursachen. Die Erwärmung über Landmassen ist generell grösser. In den Alpen kommen wegen der besonderen Topografie und geologischen Beschaffenheit weitere verstärkende Effekte hinzu.

Die Veränderungen durch die Klimaerwärmung zeigen sich am deutlichsten an den Gletschern. Bis ca. 2050 werden viele Alpengletscher – bis auf wenige Ausnahmen – abgeschmolzen sein. Die Folgen des Gletscher- und Permafrost-Rückgangs sind vermehrte Hanginstabilitäten wie Fels- und Bergstürze, in Kombination mit einer Zunahme der Starkniederschläge und Murgänge im Sommer. Steigende Temperaturen haben auch Auswirkungen auf den Wasserhaushalt und die immense biologische Vielfalt in den Alpen: Die Waldgrenze steigt, die Vegetationszonen verschieben sich nach oben.

Gerade in Zeiten grosser Veränderungen und Verunsicherungen sind Kultur und Brauchtum von grosser Bedeutung für die Region. Sie verbinden Menschen im Alpenraum seit Jahrhunderten und geben Halt in kargen Zeiten. Und nicht zuletzt vermitteln sie ein Gefühl für Heimat und stiften Identität. Sie sollen bewahrt und gepflegt werden.

Kultur und Brauchtum sind kulturelle Schätze, die für ein städtisches Publikum attraktiv sind. Sie sind eine Chance für neue Dienstleistungen für Menschen, die für kürzere oder längere Zeit in der Region leben wollen.

Dies gilt sowohl für Touristen, Ferienwohnungs- und -hausbesitzer, Arbeitsnomaden wie auch die aktuelle Wohnbevölkerung. Kultur und Brauchtum mit den Bereichen Baukultur, Volkskultur & Kulinarik sowie das vielfältige Kulturschaffen in der Region sind ein weiterer wichtiger Puzzle-Stein für die nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung der Region.



## 1.2. Problemstellung

Die landschaftlichen Veränderungen werfen die Frage auf, wie die Menschen in den Alpen ihr Verhältnis zur Natur gestalten. Sie müssen ihre Lebens- und Wirtschaftsweisen anpassen. Auch davon betroffen sind die Bereiche Baukultur, Volkskultur & Kulinarik sowie das kulturelle Schaffen in der Region.

Besonders herausgefordert durch den globalen Temperaturanstieg ist der gesamte Lebens- und Wirtschaftsraum in Unterwalden. Dies haben die Auswirkungen des heissen Sommers 2022 drastisch vor Augen geführt. Jeder Lebensbereich ist durch den Klimawandel beeinträchtigt. Sei es die Waldwirtschaft, die Landwirtschaft, die Energieproduktion, der Tourismus, die Freizeitbetätigungen und der Verkehr. Herausgefordert sind sowohl die hier lebenden Menschen, als auch Kurz- und Langzeit-Besucherinnen und -Besucher aus dem In- und Ausland.

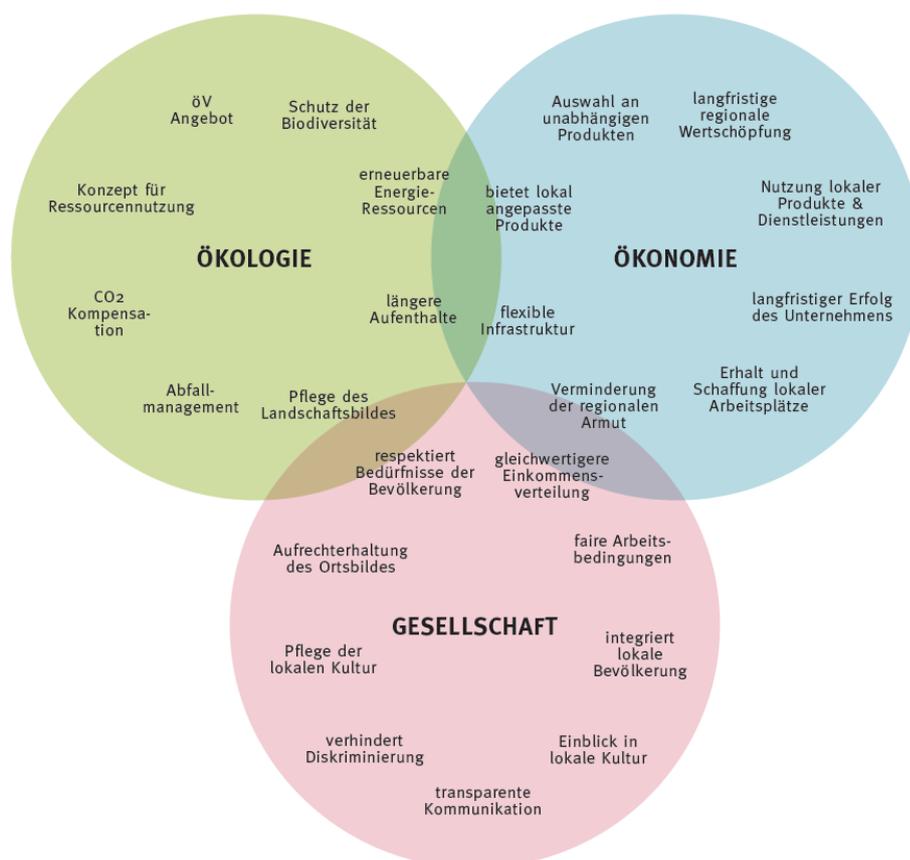
Es gilt nun, proaktiv Ideen, Strategien und Massnahmen zu entwickeln, wie die Veränderungen genutzt werden können, um neue Produkte und Dienstleistungen zu generieren.

Die im Gebirge lebenden Menschen haben sich schon immer den Gefahren und den daraus resultierenden Risiken stellen müssen, wenn auch heute das Ausmass und das Tempo der Veränderungen grösser scheint als je zuvor. Die dramatischen Entwicklungen bieten aber auch Chancen für Neues. Das Potenzial für zusätzliche neue Produkte und Dienstleistungen im Bereich von Kultur und Brauchtum sind gross und zu nutzen.



### 1.3. Nachhaltigkeit

Die aktuellen ökologischen, ökonomischen und sozialen Herausforderungen machen einen gesellschaftlichen Wandel für eine nachhaltige Entwicklung unerlässlich. Die nachhaltige Entwicklung in den Bereichen Baukultur, Volkskultur & Kulinarik sowie kulturelles Schaffen erfordert eine transformative Sensibilisierung der Anspruchsgruppen. Ziel ist es, Werte-, Denk- und Handlungsmuster sowie subjektive Bedeutungsperspektiven zu verändern, indem die Reflexionsfähigkeit gestärkt wird.



Quelle: Referat Touristische Inwertsetzung von Kultur & Brauchtum,  
Hochschule Luzern Wirtschaft, Barbara Rosenberg-Tauber, Senior wissenschaftliche Mitarbeiterin

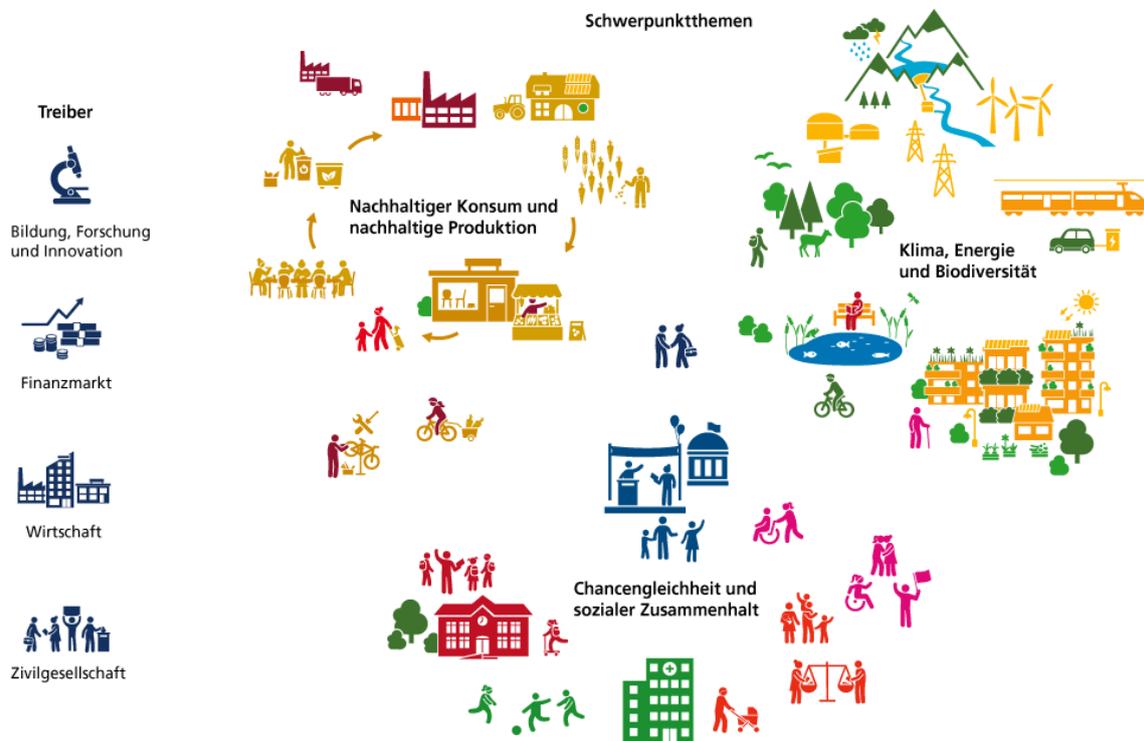


## 1.4. Chancen

Am 25. September 2015 haben die Staats- und Regierungshäupter die Resolution «Transformation unserer Welt: die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung» einstimmig verabschiedet. Sie bildet bis 2030 den globalen Referenzrahmen für nachhaltige Entwicklung.

Die Schweiz setzt sich für die Umsetzung der Agenda 2030 sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene ein. Die Strategie Nachhaltige Entwicklung 2030 und der dazugehörige Aktionsplan 2021-2023 wurden vom Bundesrat am 23. Juni 2021 verabschiedet.

Darin sind folgend Schwerpunktthemen definiert:



Quelle: Strategie Nachhaltige Entwicklung 2030, Bundesamt für Raumentwicklung ARE, Sektion Nachhaltige Entwicklung

Ganz im Sinne dieser Strategie wurden in den Workshops die untersuchten Themenfelder auf ihre Chancen untersucht. Für die Arbeitsgruppe Kultur und Brauchtum wurden für die Bereiche Baukultur, Volkskultur & Kulinarik sowie kulturelles Schaffen folgende Handlungsfelder eruiert:

- Für ressourcenschonendes und nachhaltiges Handeln sensibilisieren
- Zusammenarbeit und Know-how Transfer in allen Bereichen forcieren
- Weitergabe von eigenem Wissen fördern
- Nachhaltige Organisation von Events, Familienfesten etc. aufzeigen
- Saisonalen Bezüge vermitteln
- Zusammenarbeits- und Vernetzungs-Plattformen schaffen



## 2. Projektziele

### 2.1. Generelle Ziele

Ziel des Projektes war es, Ideen zu generieren, wie den Menschen in der Region wie auch den Kurz- oder Langzeitbesuchenden die sinnstiftenden Werte von Kultur & Brauchtum vermittelt werden können:

Die Menschen sollten von einem vielfältigen Produkt- und Dienstleistungsangebot zu allen vier Jahreszeiten profitieren, das nachhaltig, ressourcenschonend und saisongerecht ist.

Die Partizipation und der Austausch mit Menschen aus anderen Regionen bereichern das kulturelle und gesellschaftliche Leben im Alpenraum

Die Menschen können sich in der Gemeinschaft durch Teilnahme und Teilhabe vernetzen, lernen andere Menschen kennen und können sich ganz oder teilweise integrieren. Damit wird Kultur & Brauchtum erhalten und neu belebt.

Bei den Dienstleistungen stehen Kurse, Führungen oder speziellen Events im Zentrum. In den Arbeitsgruppen werden konkrete Ideen entwickelt, die für den Lebensraum Unterwalden mit den sieben Gemeinden im Kanton Obwalden und den elf Gemeinden im Kanton Nidwalden sowie den Tourismus-Destinationen Engelberg/Titlis, Wolfenschiessen/Bannalp/Maria Rickenbach und Melchsee-Frutt einen Mehrwert bieten.



## 2.2. Teilziele der einzelnen Workshops

<p>1. Workshop 30. März 2022</p>	<p><b>Einstimmung und Zielsetzung vermitteln</b> Gegenseitiges Kennenlernen aller Arbeitsgruppenteilnehmer Vorstellung des Projektes Kultur &amp; Brauchtum Inputreferat durch Expertin der Hochschule Luzern Wirtschaft zur Touristischen Inwertsetzung von Kultur &amp; Brauchtum im Alpenraum Zielvorstellungen und Sparten erläutern, evtl. ergänzen, Brainstorming für erste Ideen zu den verschiedenen Sparten</p>
<p>2. Workshop 10. Mai 2022</p>	<p><b>Untergruppe Kultur</b> Vertiefen der Themen und Inhalte im Plenum Inputreferat Jana Avanzini, Kulturjournalistin Sammlung von Ideen aufgrund der Erkenntnisse des ersten Workshops Definition von Herausforderungen und Chancen Konsolidierung und Diskussion zu den Resultaten</p>
<p>3. Workshop 30. August 2022</p>	<p><b>Untergruppe Volkskultur &amp; Kulinarik</b> Vertiefen der Themen und Inhalte im Plenum Prüfen der Themen und Ideen aus dem ersten Workshop sowie ergänzen/vertiefen mit weiteren Inputs Definition von Herausforderungen und Chancen Konsolidierung und Diskussion zu den Resultaten</p>
<p>4. Workshop 31. August 2022</p>	<p><b>Untergruppe Baukultur</b> Vertiefen der Themen und Inhalte im Plenum Sammlung von Ideen aufgrund der Erkenntnisse des ersten Workshops Definition von Herausforderungen und Chancen Konsolidierung und Diskussion zu den Resultaten</p>
<p>5. Workshop 13. September 2022</p>	<p><b>Konsolidierung &amp; Massnahmen</b> Impulsreferat: Martin Amstutz, breitmaul.ch gmbh Resultate der vier Workshops zusammen fassen Im Plenum reflektieren der Ideen und Massnahmenvorschläge Konsolidierung und Diskussion zu den Resultaten</p>
<p>6. Workshop 12. November 2022</p>	<p><b>Öffentlicher Anlass</b> Workshop mit der Bevölkerung in Stans, in der gewisse Ideen/Massnahmenvorschläge aus dieser Arbeitsgruppe, aus der Arbeitsgruppe Alplandwirtschaft sowie aus den verschiedenen Workshops der Projektgruppe «Klima und Wandel im Gebirge» der Öffentlichkeit vorgestellt werden. Die Ideen sollen sie inspirieren und zu eigenem Handeln anregen.</p>



### **3. Rahmenbedingungen**

Im vorliegenden Projekt lagen die Verantwortung und Entscheidungskompetenzen beim Projektausschuss «Klima und Wandel im Gebirge» und der Leitung Arbeitsgruppe.

Als Teilnehmende für die Workshops wurde versucht, Betroffene zu Beteiligten zu machen. Dies ist insbesondere im Bereich der Volkskultur nicht gelungen, da keine Vertretung der verschiedenen Sparten zur Mitarbeit gewonnen werden konnten.

Eine weitere Partizipation (z.B. Bevölkerungsumfragen) war im Rahmen des vorliegenden Projekts aus zeitlichen Gründen nicht möglich.

Diese wichtige Partizipation wird mit dem öffentlichen Anlass vom 12. November 2022 teilweise erfolgen.

Die Umsetzung der Ideen und vorgeschlagenen Massnahmen und Prüfung der Machbarkeit müssen im Rahmen eines allfälligen Umsetzungsprojekts in adäquater Form an die Hand genommen werden.

### **4. Zeitrahmen und Projektabgrenzung**

Der vorliegende Projektauftrag zeigt im Zeitrahmen von März bis November 2022 das Prozessdesign auf, mit welchem dem Projektausschuss und der Leitung Arbeitsgruppe ermöglicht wurde, per Ende November 2022 das Projekt abzuschliessen.

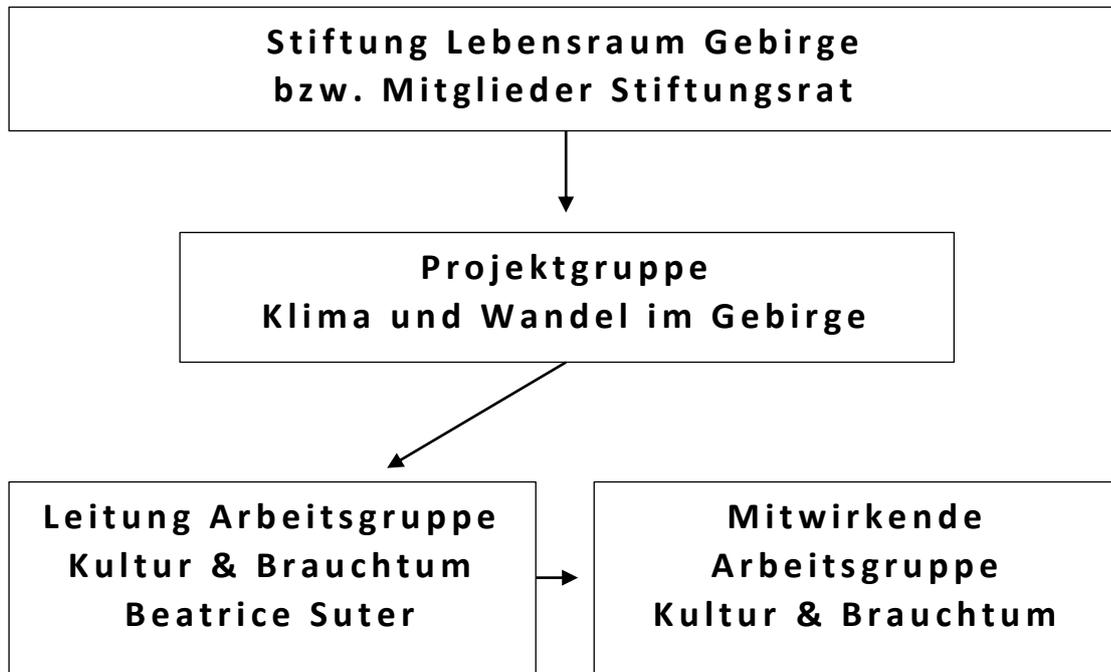
Diese Terminplanung ermöglichte die Abgrenzung (Ergänzung, Vertiefung der Ideen) zur Arbeitsgruppe «Alplandwirtschaft und Tourismus». Deren Schlussbericht liegt seit Frühjahr 2022 vor.

Nicht Bestandteil des vorliegenden Projektauftrags ist eine allfällige Folgephase. Sollte der Projektausschuss und die Leitung Arbeitsgruppe zum Entscheid kommen, eine Weiterentwicklung des Projekts zu lancieren und dafür allenfalls Drittmittel zu akquirieren, müsste anschliessend ein Folgeprojektauftrag (Umsetzung) erstellt werden.



## 5. Projektstruktur

### 5.1. Projektorganisation



### 5.2. Projektfunktionen

Auftraggeber	Stiftung Lebensraum Gebirge, Projektgruppe «Klima und Wandel im Gebirge», Leitung Dr. Dominik Galliker
Projektleiterin	Beatrice Suter mit folgendem Pflichtenheft: Grundlagenbeschaffung und Einhaltung des Projektauftrages (Ablauf, Termine, Ziele), Koordination Aktivitäten zur Zielerreichung und Kommunikation, Workshop-Organisation und Ergebnissicherung, Berichterstattung an den Auftraggeber sowie Erstellung Abschlussbericht als Grundlage für den Stiftungsrat zur Beschlussfassung für eine Weiterverfolgung der Resultate
Projektausschuss	Prüfung des Abschlussberichts und allenfalls Abgabe von Empfehlungen zuhanden des Stiftungsrates
Mitwirkende	Einbringen ihres Know-hows und Mitwirkung an vier Workshops
Externe Referenten	Einbringen ihres Know-hows und Aussenperspektive



## 6. Zielgruppen

Bei der Entwicklung von neuen Ideen stand die Frage nach der Zielgruppe nicht im Vordergrund. Grundsätzlich sollten aber die Produkte und Dienstleistungen von einem dispersen Publikum genutzt werden können.

Dabei standen die in Touristiker-Kreisen breit abgestützten Zielgruppen im Vordergrund:

<b>Best Agers</b>	Andere Bezeichnungen für Menschen im so genannt «besten Alter» sind «50 plus», «Golden Agers», «Empty Nesters» etc. Die Best Agers bilden eine zunehmend wichtigere Zielgruppe. Sie wird künftig stark anwachsen und die Familien überholen. Best Agers sind umweltorientiert, gesundheitsbewusst und überdurchschnittlich ausgabenfreudig.
<b>Familien mit Kindern</b>	Familien bilden eine weitere wichtige Zielgruppe. Diese wird aber aufgrund der demografischen Veränderungen mit der Zeit an Bedeutung verlieren. Es handelt sich um eine aktivitätsorientierte Zielgruppe mit dem Bedürfnis nach kinderfreundlichen Angeboten für verschiedene Altersstufen.
<b>DINKS</b> Double income no kids	Darunter werden kinderlose Paare verstanden, die sich auf ihre Karriere konzentrieren und folglich gemeinsam ein hohes Einkommen erwirtschaften. Vertreter dieser Zielgruppe sind oft (aber nicht immer) jünger und häufig sportlich.
<b>Gruppen, Schulen</b>	Angebote für Gruppen sind auch ein spezifisches Segment (Naturbeobachtungen, Exkursionen allgemein, Dorfführungen, Firmenanlässe etc.). Natur- und kulturnaher Tourismus hat auch einen starken Bildungsaspekt (Vermittlung von Natur- und Kulturwerten). Daher ergeben sich Schnittstellen zu Umweltbildungszielgruppen (z.B. Schulen, Firmen, NGOs etc.).

Quelle: Referat Touristische Inwertsetzung von Kultur & Brauchtum,  
Hochschule Luzern Wirtschaft, Barbara Rosenberg-Taufer, Senior wissenschaftliche Mitarbeiterin

Diese Gruppierungen betreffen sowohl Menschen, die in der Region leben, als auch Tages- oder Wochentouristen aus dem In- und Ausland, die Unterwalden besuchen.



## 7. Berichterstattung aus den Workshops

### 7.1. Workshop 1 – Startworkshop mit allen Interessensvertreter/-innen - 30. März 2022

#### **Teilnehmer/-innen Gruppe Baukultur mit dem Themenkreis Architektur, altes Handwerk, Sakrale Bauten, Hotelgeschichten, Raumplanung**

Sebastian Geisseler, Denkmalpfleger Kt. Nidwalden, Wendelin Odermatt, Restaurator SRK und Mitglied Denkmalpflegekommission OW, Rolf Maegli, Vertreter Sakrallandschaft Innerschweiz, Martin Amgarten, Raumplanung Kt. Obwalden bzw. Vertreter Landwirtschaft, Thomas Furrer, Amt für Raumentwicklung Kt. Nidwalden, Josef Bucher, Präsident Denkmalpflegekommission NW (teilw.) sowie Beda Dillier, Architekt und Mitglied Denkmalpflegekommission OW,

#### **Teilnehmer/-innen Gruppe Kultur mit den Themenkreisen Literatur (Sagen, Mythen, Lyrik, Erzählungen, Romane etc.), Musik (Klassik, Sakral, Volkstümlich, Pop, Rock etc.), Filme/Fotografie (Filme, Videos, Fotos, Youtube, Instagram, Blogs), Kunst (Museen, Künstler\*innen aller Sparten)**

Teilnehmer/-innen: Thomas Hochreutener, Präsident Kulturkommission Nidwalden, Anni Infanger, Geschichtenerzählerin, Marius Risi, Leiter Amt für Kultur und Sport Kt. OW, Stefan Zollinger, Vorsteher Amt für Kultur Kt. NW, Sabine Graf, Intendantin Lit.z Literaturhaus Zentralschweiz, Nicole Eller Risi, Talmuseum Engelberg und Kulturverein Engelberg

#### **Teilnehmer/-innen Gruppe Volkskultur & Kulinarik mit den Themenkreisen Volkskultur (Volksbräuche, Tanzen, Jodeln, Alphorn, Laientheater, altes Handwerk etc.) und Kulinarik (Essgewohnheiten, traditionelle Lebensmittel inkl. Herstellung, Heilpflanzen & Wildkräuter, Rezepte etc.)**

Daniel Künzel, Kulinarium Alpinum, Marie-Isabelle Bill, Kulinarium Alpinum, Monika Lussi-Vogler, Bäuerinnenverband Nidwalden, Petra Rohrer-Stimming, Co-Präsidentin Landfrauenverband Obwalden

Anmerkung: Leider ist es uns trotz mehrmaligen Versuchen nicht gelungen, Vertreter/-innen aus der Volkskultur zu einem Mitmachen zu bewegen.

#### **Input-Referat Touristische Inwertsetzung von Kultur & Brauchtum durch Barbara Rosenberg-Tauffer, Institut für Tourismus und Mobilität ITM, Hochschule Luzern**

In ihrem Referat sprach sie über die touristischen Grundbedürfnisse und zeigte mit einigen Beispielen auf, dass Kulturtouristen keine homogene Gruppe sind. Eine Erhebung aus Deutschland zeigt, dass die Gruppe der zufälligen Besucher «Stolperer» den höchsten Anteil im total der Besuchenden



aufweist. Dennoch sei es wichtig, dass man sich Gedanken mache, auf welche Zielgruppen die Angebote zugeschnitten sein sollen.

#### **Kulturtourismus als Chance:**

Steigert die Attraktivität und unterstützt bei der Differenzierung gegenüber anderen Regionen.

Erhöht die Werbewirkung und damit auch den Bekanntheitsgrad.

Ermöglicht Wertschöpfung, sichert Arbeitsplätze und (neue) Einkommen.

Ermöglicht Entzerrung der Saison – es gibt auch in der «Zwischensaison» Angebote.

Die bestehende Kultur wird erhalten, das kulturelle Leben der Region wird gefördert.

Die Menschen der Region erfahren eine Zunahme der Lebensqualität.

#### **Negativ-Effekte durch Kulturtourismus:**

Eine Überbeanspruchung der Ressourcen (Äpler haben nicht immer Zeit für Gäste!).

Crowding Effekte – zu viele Menschen nutzen das Angebot.

Unzufriedenheit der BesucherInnen mit dem gebotenen – weil ihre Erwartungen sehr hoch sind.

Zerstörung der historischen Substanz – Beeinträchtigung z.B. durch Trittschäden.

Verkehrsprobleme – wie aktuell im Engelbergertal an schönen Wintertagen.

Lärm und Abfall – beispielsweise durch Verkehr, Emissionen von Anlässen oder unachtsame Wanderer/Biker.

Fehlende Akzeptanz/Toleranz der einheimischen Bevölkerung für die Angebote – sie sind nicht eingebunden und lehnen die Aktivitäten ab.

Kommerzialisierung und Authentizitätsverlust – wirken beide negativ für Anbieter wie auch für die Kulturtouristen.

Musealisierung der Region, wie es beispielsweise in Gruyères der Fall ist.

#### **Die Herausforderungen im Kulturtourismus:**

Einerseits bei den Anbietenden selbst: Die Rahmenbedingungen sind nicht durchs Jahr identisch und die Angebotsanbieter nicht immer verfügbar.

Andererseits bei den Angeboten: beschränkte Zeitfenster, Mehrsprachigkeit (d/f/e) und die Bedürfnisvielfalt der Zielgruppen.

#### **Touristische Angebote können erfolgreich sein, wenn:**

Kulturangebote Nachhaltig sind.

Die Anbieter Freude am Gästekontakt haben, gut kommunizieren und ihre Angebot mit Leidenschaft vertreten.

Kulturtouristen partizipieren können (mithelfen, unterstützen, selber ausprobieren etc.).

Die Begegnungen von gegenseitiger Wertschätzung und einem offenen Dialog geprägt sind.

Eine Win-Win-Situation für beide Seiten entsteht

Die Gestaltung und Vermarktung dem Angebot angepasst ist.

Die Integration der Angebote in die Servicekette vor Ort erfolgt.

Die Angebote auf die Gäste zugeschnitten sind und die Qualitätssicherung erfolgt.

Das Angebot authentisch ist.



### **Ziele des ersten Brainstormings**

In drei Gruppen wurden folgenden Fragen nachgegangen:

Was haben wir in der Region, das ausgebaut, besser genutzt oder optimiert werden kann?

Was könnte Neues geschaffen werden?

Wo ist Potential vorhanden?

Gibt es Vorzeigebispiele, die andere inspirieren können?

Wie könnten neue Wege beschritten werden?

Wo könnte mehr zusammengearbeitet werden?

Wie kann ein Nutzen für alle geschaffen werden?

Welche Vernetzungsmöglichkeiten gibt es, die bisher nicht genutzt wurden?

### **Herausforderungen:**

Woran scheitern Ideen/Projekte?

Wo braucht es Support?

Was fehlt?



## Brainstormings der Gruppen Baukultur, Volkskultur & Kulinarik und Kultur

Die Anwesenden vertraten verschiedenste Interessen und diskutierten motiviert mit. Es wurden viele wichtige Themen aufgegriffen, die schon lange in den Köpfen kreisten, im Alltag aber bisher noch nicht ihren Platz gefunden haben.

Die sehr offene Fragestellung ermöglichte eine breite Betrachtungsweise, was auch zu einer grossen Sammlung an ersten Gedanken und Ideen führte.

Als Radius wurden 20-25 Kilometer rund um den Titlis definiert, damit die gesamte Region Unterwalden einbezogen werden kann.

Die Gruppen wählten dabei unterschiedliche Ansätze mit folgenden Resultaten:

### Gruppe Baukultur mit dem Themenkreis Architektur, altes Handwerk, Sakrale Bauten, Hotelgeschichten, Raumplanung – Moderation: Ruth Koch-Niederberger

Teilnehmer/-innen: Sebastian Geisseler, Denkmalpfleger Kt. Nidwalden, Wendelin Odermatt, Restaurator SRK und Mitglied Denkmalpflegekommission OW, Rolf Maegli, Vertreter Sakrallandschaft Inner- schweiz, Martin Amgarten, Raumplanung Kt. Obwalden bzw. Vertreter Landwirtschaft, Thomas Furrer, Amt für Raumentwicklung Kt. Nidwalden, Josef Bucher, Präsident Denkmalpflegekommission NW (teilw.) sowie Beda Dillier, Architekt und Mitglied Denkmalpflegekommission OW.

Die Teilnehmenden diskutierten nicht über potentielle neue Möglichkeiten. Sie waren der Meinung, dass aus dem Vorhandenen neue Angebote zu entwickeln oder Bestehendes zu verbessern sei.

Immer wieder fiel das Stichwort «gute Geschichten erzählen», was jedoch einerseits gute Kenntnis über die zu vermittelnden Themen voraussetzt, andererseits auch eine Begeisterungsfähigkeit des Erzählers oder der Erzählerin notwendig macht.

Auch Ausbildung (z.B. Handwerklich), Bildung und neue Medien wurden thematisiert.

Stichworte aus dem 1. Workshop Gruppe Baukultur	Ideen zur Umsetzung
<b>Sakrale Bauten</b>	
Wegkommen vom katholischen Bild	Kapellenweg entwickeln, vermarkten, pflegen
<b>Architektur</b>	
Das Wertvolle aufzeigen, es sind nicht nur Bauten, sondern Kulturgüter	Baukulturelle Identität stärken mit Information, Vermittlung, Anbieten von unkonventionellen Entdeckungsmöglichkeiten
<b>Raumplanung</b>	
Aufzeigen, was Raumplanung bedeutet und Menschen für ein Mitmachen sensibilisieren	Geschichten zur Raumplanung aufarbeiten und diese Geschichten auf Webseiten und in Medien platzieren



Stichworte aus dem 1. Workshop Gruppe Baukultur	Ideen zur Umsetzung
<b>Altes Handwerk</b>	
Küfer, Schindelmacher, Glockengiesser, Riemsticker, Fischer, Hufschmid, Seilemacher, etc. sind zu wenig auf dem Radar von jungen Leuten. Diese Berufe sind auch sonst wenig bekannt.	Altes Handwerk in Erinnerung rufen mit Info, Führungen, Berichten, Workshops, Kursen etc.
<b>Hotellerie</b>	
Qualitätshotellerie stärken mit Hotelgeschichten	Geschichten aufarbeiten und Führungen anbieten, Beiträge auf Webseiten und in Medien platzieren
Alternativen zum Hotel propagieren: Ferien im Baudenkmal, Camping auf dem Bauernhof, Ferien auf der Alp, Mithilfe auf der Alp	Leitfäden für potentielle Gastgeber anbieten, damit Qualität stimmt. Angebote mit Tourismus verknüpfen

**Gruppe Kultur mit den Themenkreisen Literatur (Sagen, Mythen, Lyrik, Erzählungen, Romane etc.), Musik (Klassik, Sakral, Volkstümlich, Pop, Rock etc.), Filme/Fotografie (Filme, Videos, Fotos, Youtube, Instagram, Blogs), Kunst (Museen, Künstler\*innen aller Sparten) –  
Inputgeberin und Moderatorin: Jana Avanzini**

Teilnehmer/-innen: Thomas Hochreutener, Präsident Kulturkommission Nidwalden, Anni Infanger, Geschichtenerzählerin, Marius Risi, Leiter Amt für Kultur und Sport Kt. OW, Stefan Zollinger, Vorsteher Amt für Kultur Kt. NW, Sabine Graf, Intendantin Lit.z Literaturhaus Zentralschweiz, Nicole Eller Risi, Talmuseum Engelberg und Mitglied im Kulturverein Engelberg

Kurzreferat von Jana Avanzini zur Kulturlandschaft Unterwalden deren Vor- und Nachteile, Herausforderungen und Chancen aus Sicht einer Kulturschaffenden.

In der Folge konzentrierte sich die Gruppe auf eine Darstellung des bereits bestehenden Angebotes. Sie stellten darüber hinaus auch Überlegungen an, wo diese optimiert, vernetzt oder ergänzt werden könnten.



<b>Stichworte aus dem 1. Workshop</b> <b>Gruppe Kultur</b>	<b>Ideen zur Umsetzung</b>
<b>Kultur generell</b>	
Unterwalden verfügt bereits über eine sehr reiche Kulturlandschaft. Es gibt sehr viele bestehende Veranstaltungen und Veranstaltungen!	Überraschende Kooperationen eingehen öV für Veranstaltungen einbinden/planen
<b>Kunst (Stichwortsammlung Bestehendes)</b>	
Nidwaldner Museum Winkelriedhaus, Salzmagazin, Festung Fürigen, Galerie Stans, Skulpturenpark Ennetbürgen, Galerie Sust, Engelberger Tal-museum, LandArt, Historisches Museum Obwalden, Museum Bruder Klaus Stans, Galerie Hofmatt, Druckwerkstatt M. Wallimann Alpnach, Turbine Giswil, Kunstraum Kägiswil, private Sammlungen/Nachlässe/Museen	Wo können diese Angebote und Veranstaltungen optimiert und ergänzt, sowie die Veranstaltenden vernetzt werden?
<b>Musik (Stichwortsammlung Bestehendes)</b>	
Jazz in Sarnen, Obwald, Stanser Musiktage, Stubete, musig landzgemeind, Rap-Attack, Landäbärg unplugged, UR-Rock, Hof-Air, Dum'n Bass, Rockabilly Beckenried, Lakeside, Grünenwald (Halt auf Verlangen), Country Klewenalp, Chäslager Stans, Senkel Stans, Sound am See Sarnen, Seeklang Hergiswil, erstKlassik am Sarnersee, Zwischentöne Engelberg, Hill Jam, Bürgenstock Momente, Jahreskonzerte (Jodel, Musikgesellschaften) und und und ....	Wo können diese Angebote und Veranstaltungen optimiert und ergänzt, sowie die Veranstaltenden vernetzt werden?
<b>Literatur (Stichwortsammlung Bestehendes)</b>	
Lit.z Literaturhaus Zentralschweiz, Bibliotheken, Buchhandlungen Sarnen/Stans/Engelberg, IG Buch Obwalden,	Wo können diese Angebote und Veranstaltungen optimiert und ergänzt, sowie die Veranstaltenden vernetzt werden?
<b>Theater (Stichwortsammlung Bestehendes)</b>	
Theater an der Mürg, Theater Stans/Sarnen, Märli-theater Obwalden, Märli Biini, Chäslager, Theaterwärch sowie viele Laientheater in Mehrzweckräumen und Restaurants in Unterwalden	Wo können diese Angebote und Veranstaltungen optimiert und ergänzt, sowie die Veranstaltenden vernetzt werden?
<b>Film und Fotografie (Stichwortsammlung Bestehendes)</b>	
Kinos in Buochs, Stans und Engelberg, Museen für fotografische Ausstellungen	Wo können diese Angebote und Veranstaltungen optimiert und ergänzt, sowie die Veranstaltenden vernetzt werden?



**Gruppe Volkskultur & Kulinarik mit den Themenkreisen Volkskultur (Volksbräuche, Tanzen, Jodeln, Alphorn, Lagentheater, altes Handwerk etc.) und Kulinarik (Essgewohnheiten, traditionelle Lebensmittel inkl. Herstellung, Heilpflanzen & Wildkräuter, Rezepte etc.)**

**Moderation: Beatrice Suter**

Teilnehmer/-innen: Daniel Künzel, Kulinarium Alpinum, Marie-Isabelle Bill, Culinarium Alpinum, Monika Lussi-Vogler, Bäuerinnenverband Nidwalden, Petra Rohrer-Stimming, Co-Präsidentin Landfrauenverband Obwalden

In der Gruppe Brauchtum und Kulinarik lag der Fokus auch aufgrund der Gruppenzusammensetzung im Bereich Kulinarik.

Zuerst wurde eine Themen-Sammlung erstellt: Was gibt es an traditionellen Lebensmitteln in der Region? Welche «alten» Methoden gibt es, um Lebensmittel länger haltbar zu machen, bzw. zu veredeln. Mit was könnte man Menschen aus nah und fern «abholen»?

Im Bereich Volkskultur & Kulinarik wurde eine Sammlung mit Themen zusammengestellt, die von Interesse sein könnten.

Stichworte aus dem 1. Workshop Volkskultur & Kulinarik	Ideen zur Umsetzung
<b>Kulinarik (Stichwortsammlung)</b>	
Traditionelle Lebensmittel aus der Region wie: Käse/Alpkäse, Milch, Eier, Obst, Gemüse, Fleisch, Getränke	Geheim-Rezepte vermitteln: 14-tägliche Kolumne in Blitz NW/Anzeiger OW mit Rezepten aus der Landfrauenküche mit Hinweis auf Saisonales/Regionales evtl. mit Portrait einer Produzentin/eines Produzenten Kinder für Essen begeistern: Kochkurse für Kinder Gruppen-Events: gemeinsam saisonal und regional Kochen anbieten
Heilpflanzen und Wildkräuter	Kurse anbieten (Sammeln und Verwenden), Lehrpfad einrichten, Infos auf Webseite und Medienberichte
Essgewohnheiten an speziellen Fest- und Feiertagen	Berichte in Medien und auf Webseiten, Kursangebote
Herstellung, Verwendung, Konservierung	Kurse je nach Saison von Gemüse/Früchten/Fleisch anbieten, Information auf Webseite, in Medien evtl. in Verbindung mit Portrait der Kursleiter/-in (diese Kurse sind auch für Gruppen-Events attraktiv)



<b>Stichworte aus dem 1. Workshop Volkskultur &amp; Kulinarik</b>	<b>Ideen zur Umsetzung</b>
<b>Brauchtum (Stichwortsammlung)</b>	
Älplerleben, Seilziehen, Trinkeln, Schwingen, Trachten, Musik (Jodeln/Alphorn), Tanz, Fasnacht	Anlässe breiter propagieren, Führungen mit Hintergrundinfos sowie Werkstatt- und Probenbesuche anbieten (diese Führungen sind auch für Gruppen-Events attraktiv)
<b>Altes Handwerk (Stichwortsammlung)</b>	
Riemen sticken, Schindeln herstellen, Haare flechten, Trachten nähen, alte Möbel restaurieren	Besuche in Ateliers mit Führungen, Berichte auf Webseite und in Medien
<b>Generelle Stichworte</b>	
Historie nachbilden aber auch Entwicklungen aufzeigen	Argumentarium / Dokumentation zur Abgabe/Aufschaltung auf Web etc.

## 7.2. Workshop 2 - Untergruppe Kultur – 10. Mai 2022

Teilnehmer/-innen: Sabine Graf, Intendantin Lit.z Literaturhaus Zentralschweiz, Emanuel Wallimann, engagiert in Musik, Theater, Fotografie und Jugendkultur, Singer/Songwriter El Ritschi und als Gast: Arndt Schafter, Entlebucher Kulturstiftung

Themeninput Jana Avanzini: Chancen und Hürden von Kulturschaffenden oder wieso das Engagement oftmals nicht (oder zuwenig) belohnt/beachtet wird.

Moderation: Beatrice Suter

Mit Blick auf die umfangreiche (aber nicht umfassende) Zusammenstellung aus dem ersten Workshop, führte die Gruppe Kultur eine etwas anders gelagerte Diskussion zu möglichen neuen Projekten im Sinne von übergeordneten Ideen. Nicht neue Veranstaltungen sollten geschaffen werden. Im Fokus standen Ideen, wie innerhalb der bestehenden Kulturlandschaft Synergien genutzt, eine bessere Vernetzung erreicht und das Gärtlidenken abgebaut werden könnte. In der Diskussion entstanden folgende Ideen:

### **IG Kultur Unterwalden – Kulturfusion OW/NW**

Ein Verein, der die Interessen der Kulturschaffenden in Unterwalden gegenüber der Öffentlichkeit, den Behörden und der Politik vertritt. Der Verein unterstützt das lokale/regionale Kulturschaffen in jeder Gemeinde und wirkt grenzüberschreitend. Er fördert Synergien, die Vernetzung von Veranstaltern, Helfern und dem Publikum und öffnet den Horizont für das regionale Kulturschaffen.

-> Wie könnte eine IG Kultur Unterwalden finanziert werden? Sind die Kulturschaffenden an einer gemeinsamen Interessensvertretung interessiert?



-> Evtl. könnte die IG Kultur auch bei der Kommunikation als Know-how Pool und Ausführende die Kulturschaffenden unterstützen. Problem: Wollen Kulturschaffende gleiche Küche?

### **Inspiration entsteht – wenn man sich trifft: Kultur-Stammtisch**

Die Zusammenarbeit zwischen Kulturschaffenden existiert nur punktuell. Viele sind Einzelkämpfer, wären aber über einen Know-how-Austausch froh. Um die Kommunikation zwischen Kulturschaffenden (Veranstalter und Künstler) zu fördern, wird ein Kultur-Stammtisch geschaffen. Dieser findet einmal jährlich statt.

Der Kultur-Stammtisch bietet eine Plattform für das gegenseitige Kennenlernen über alle Grenzen, Künstler- und Veranstalterbörse (Speed-Dating zwischen Veranstalter und Kunstschaffenden und zwischen Veranstaltern), Know-how Workshops (Organisation etc.), Diskussionen, Kulissenwechsel von Veranstaltern ermöglichen und, und, und.

Damit werden Ressourcen gebündelt und Synergien nachhaltig gefördert.

### **Kultur-Kalender (Webseite, Newsletter, App)**

Jede Woche gibt es zig Veranstaltungen in Unterwalden. Viele davon werden in den regionalen Medien nie publiziert. Damit erfahren oft nur Insider davon. Die Situation ist auch schwierig für die Planung von Veranstaltungen. Denn nirgends ist eine komplette Übersicht vorhanden. Dadurch konkurrieren sich Veranstaltungen manchmal unbeabsichtigt gegenseitig.

Was Unterwalden fehlt ist ein umfassender Kultur-Kalender, der pro Gemeinde alle Veranstaltungen aufführt.

Ergänzt werden müsste diese Webseite mit einem Tool (Newsletter und/oder App), das die Veranstaltungen der kommenden Woche promotet. Dies unterstützt alle Veranstalter bei der Erhöhung ihres Bekanntheitsgrades und ermöglicht den Zugang zu weiteren Kreisen.

Möglich wäre auch eine Printversion (4 Seiten) im Aktuell/Blitz und Unterwaldner. Ein solches Angebot wurde 2013 geschaffen, konnte sich jedoch nicht halten – was waren die Gründe?

### **Webseite als Angebotstool -> Synergien nutzen**

Wer z.B. eine Band, eine Sound-Anlage, ein Probelokal oder Hilfe bei der Organisation sucht (Kommunikation, Budget/Finanzierung, potentielle Helfer, Barrierefreiheit, Nachhaltigkeit, Klimaneutralität, Verkehr etc.), muss an hundert Orten fragen und wird oft doch nicht fündig.

Umgekehrt liegt viel Potential in diesen Bereichen brach. Hier könnte ein Angebotstool vermittelnd wirken, auf dem sich Angebot und Nachfrage platzieren lassen.

Kultur-Scouts pro Gemeinde könnten ihr Wissen in die Webseite einpflegen und Korrekturen bei Veränderungen vornehmen.



-> Damit erhalten Veranstaltungswillige Zugang zu brachliegender Infrastruktur, Künstlerinnen und Künstlern sowie zu viel vorhandenem Know-how.

-> evtl. könnte man Leitfäden als Matura-Arbeit oder bei der HSLU als Arbeit ausschreiben?

### **Kulturlandschaft Unterwalden erlebbar machen – KulTour/Börse**

Kultur bereichert den Alltag, erweitert unseren Horizont und fördert den Austausch zwischen den Generationen. Allerdings ist die reiche Kulturlandschaft von Unterwalden den wenigsten Einwohnerinnen und Einwohner bewusst bzw. bekannt.

Nicht nur Neuzuzüger wissen oft nicht, was wo läuft und wer was anbietet. Um diesem Trend entgegen zu wirken, wird die Kulturlandschaft Unterwalden erlebbar gemacht.

Dies kann einerseits eine Webseite sein, auf der sich die Kulturschaffenden selbst und ihre Aktivitäten vorstellen können.

Andererseits könnte es ein grenzüberschreitendes Eventweekend sein, an dem sich die Kulturschaffenden in ihrer Gemeinde präsentieren. Möglich wäre eine Art Tag der offenen Tür oder ein Lokaltäusch unterschiedlicher Player, um Veranstaltende als auch Publikum über den Tellerrand blicken zu lassen.

Möglich wäre aber auch eine Art Kultur-Börse, in welcher sich die Kulturlandschaft Obwalden und Nidwalden der Bevölkerung, aber möglichen Kund\*innen und Veranstaltenden präsentieren kann. Nach Vorbild der Kleinkunst-Börse in Thun könnte dieser Anlass zur Vernetzung und Entwicklung von Ideen taugen, aber auch als Kitt für eine IG Kultur Obwalden Nidwalden etc.

Unterwalden würde durch einen solchen Anlass zum Schaufenster, ein Einblick in das vielfältige und qualitativ gute Kulturangebot verschafft. Zudem kann dies auch kulinarisch ergänzt werden. Vorbild ist da der Kanton Luzern mit seiner kantonalen Kultur-Landschafts-Tour.

### **Kulturelles Gedächtnis erhalten**

Die freie Kulturszene ist sehr lebendig. Neue Veranstaltungen tauchen auf, einige verschwinden plötzlich. Bereits vor mehr als 40 Jahren wurden viele kulturelle Veranstaltungen innert kürzester Zeit auf die Beine gestellt. Einige dieser Projekte sind legendär, aber inzwischen gestorben.

-> Wie lässt sich das kulturelle Gedächtnis erhalten? Wie kann deren Wissen und Erfahrung genutzt werden, damit man das Rad nicht neu erfinden muss?



### **7.3. Workshop 3 – Untergruppe Volkskultur & Kulinarik – 30. August 2022**

Aufgrund der Vorbereitungsarbeiten für die Alpzeit standen die Landfrauen-Vertreterinnen am zweiten Workshop vom 16. Mai 2022 nicht zur Verfügung. Zwei weitere Teilnehmende sagten kurzfristig ab. Am Ersatzdatum vom 30. August 2022 waren die Vertreter-/innen von Culinarium Alpinum kurzfristig verhindert. Die Landfrauen-Vertreterinnen mussten aufgrund der Alpzeit ebenfalls passen. Stattdessen wurde ein Einzelgespräch mit einer produzierenden Bäuerin ([www.obwaldner-beef.ch](http://www.obwaldner-beef.ch)) zu ihren Erfahrungen und den Chancen und Herausforderungen in der Produktion und in der Direktvermarktung geführt.

Teilnehmerin: Martina Rohrer-Kündig, Flüeli-Ranft (Ortsgruppenleiterin Landfrauenverband Obwalden)

Moderation: Beatrice Suter

#### **Problematik: Mangelndes Know-how in Marketing**

Vielen Produzenten fehlt Marketing-Wissen aber auch die finanziellen Mittel, um ihre Produkte professionell zu vermarkten. Das fängt beim Logo und der eigenen Webseite an und endet bei einer schönen Präsentation am Verkaufspunkt. Viele Produzenten stellen den Konkurrenzgedanken über das Weitergeben von eigenem Wissen/eigenen Erfahrungen. Dieses Konkurrenzdenken verunmöglicht beinahe ein Netzwerken und das Weitergeben von Know-how und Learnings.

#### **Idee: Unterstützungsangebot schaffen**

Unterstützung durch eine professionelle Koordinationsstelle anbieten (Vorbild Natürlich Nidwalden). Diese Koordinationsstelle kann Beratung in der Vermarktung anbieten (Marketing, Qualitätssicherung bei Lebensmitteln, Präsentations-Tipps) sowie Fact-Sheets mit Tipps und Tricks vermitteln. Sie weiss, was es alles schon gibt und ist als Auskunftsstelle für Direktvermarkter und potentielle Kundinnen und Kunden sehr wertvoll. Zudem unterstützt sie professionell bei der Erarbeitung von Label, Flyer, Produkteetiketten und allenfalls Webseite.

#### **Problematik: Spontanes Einkaufsverhalten**

Bei vielen (meist jüngeren) Konsumentinnen und Konsumenten muss alles spontan und schnell gehen -> Einkaufen rund um die Uhr (und oft am Wochenende – ausserhalb der regulären Ladenöffnungszeiten) ist angesagt -> Automaten/Tankstellenshops an zentralen Orten sind im Vorteil. Wie die hohen Frequenzen an den teuren Verkaufspunkten zeigen, spielen die Preise dabei eine untergeordnete Rolle. Die schnelle Erreichbarkeit und das umfassende Sortiment sind ausschlaggebend. Dies zeigen die Frequenzen an Orten wie Guetli Shop in Stans oder Bünthen-Tankstelle in Sarnen deutlich auf.

#### **Idee: siehe nächster Punkt Vermarktungsplattform**



### **Problematik: Fehlende Vermarktungsplattform**

Jede Produzentin/jeder Produzent sucht seinen eigenen Weg in der Vermarktung. Wenn der Hof an guter Verkehrslage ist, kann ein Hofladen eingerichtet werden. Hier bleibt aber das Risiko der Diebstähle. Für Produzenten, die nicht an einer Hauptstrasse oder an einem Wanderweg liegen, macht ein Hofladen wenig Sinn. Nicht alle Produkte lassen sich auch bei «Guets us Obwaldä» im Laden in Sachseln platzieren (z.B. Tiefkühlfleisch, ähnliche Produkte wie Konfitüren, Alpkäse, Chräpfli oder Sirup etc.).

### **Idee einer attraktiven Vermarktungsplattform:**

Es soll eine grössere Vermarktungsplattform mit Verkaufspunkten in Sarnen, Stans und Engelberg (evtl. an weiteren Orten – auch ausserhalb von Unterwalden) sein, die die Vielfalt der Produzenten und ihrer Produkte an zentralen und leicht erreichbaren Orten aufzeigt. Idealerweise kann rund um die Uhr dort eingekauft werden (Automaten). Ebenfalls wichtig ist ein gemeinsamer Onlineshop, auf dem die Produzierenden und ihre Produkte ansprechend präsentiert und die Produkte einfach bestellt werden können. Beim Versand könnten die Behindertenwerkstätten (Rütimattli und Weidli) Unterstützung mit der Übernahme der Logistik anbieten. Diese Plattform kann gleichzeitig als Kontaktbörse zwischen Produzenten und Kundinnen/Kunden dienen.

### **Problematik: Wie koche ich saisonal und regional?**

Vielen Jungen ist das Basiswissen im Kochen verloren gegangen. Sie werde oft gefragt, wie man denn ein Voessen koche, oder wie das mit dem Siedfleisch gehe. Deshalb werden diese Fleischstücke auch weniger gekauft, obwohl sie preislich attraktiv wären.

Dasselbe gilt für viele saisonale und regionale Produkte. Das Grundwissen über Lebensmittel sowie deren Verarbeitung ist in einer Zeit, in der das ganze Jahr über Erdbeeren, Spargeln und Tomaten beim Grossverteiler angeboten werden, verloren gegangen.

### **Idee 1: Dezentrales und preisgünstiges Kochkurs-Angebote schaffen**

Organisation von Kochkursen z.B. in Schulküchen der Gemeinden oder bei Küchenanbietern. Gemeinsam gekocht werden saisonale und regionale einfache Gerichte mit/ohne Fleisch in einer Gruppe. Kursleiterinnen könnten die Produzenten sein (Landfrauen) oder Köche, die ihr Wissen weitergeben wollen. Basis dazu könnte auch das Rezeptbuch «Obwaldner und Nidwaldner Bäuerinnen kochen» sein, das 229 Rezepte aus Ob- und Nidwalden beinhaltet.

Dies gilt auch für die Haltbarmachung von Lebensmitteln für den Winter wie Einkochen, Einfrieren, Sterilisieren etc..

Weitere Kurs-Angebote könnten sein:

- Gewinnung und Verarbeitung sowie Anwendung von Heilpflanzen und Wildkräutern
- Essgewohnheiten an speziellen Fest- und Feiertagen: Berichte über Hintergründe des Festtages mit entsprechenden Menu-/Rezept-Tipps zum gemeinsamen Kochen
- Verwertung eines ganzen Tieres: Nose to Tail in Schritt für Schritt-Kursen
- Vermeidung von Food-Waste bzw. wie verwerte ich Essensreste?



## **Idee 2: Landfrauen-Rezepte in regionalen Medien**

Geheim-Rezepte vermitteln: 14-tägliche Kolumne in Blitz NW/Anzeiger OW/Engelberger Anzeiger mit Rezepten aus der Landfrauenküche mit Hinweis auf Saisonales/Regionales evtl. mit einem Portrait einer Produzentin/eines Produzenten inkl. Kontaktangaben.

## **Problematik: Sensibilisierung für regionale Produkte/Produzenten**

Wieso sind regionale Produkte oftmals (aber nicht immer) teurer als ähnliche Produkte beim Grossverteiler? Zur Beantwortung dieser Frage können die Produzierenden viel beitragen. In dem Sie aufzeigen, wie viel Aufwand hinter jedem Kopfsalat und jedem Stück Käse steckt.

## **Idee 1: Produzenten-Besuche organisieren**

Es werden Produzentinnen und Produzenten gesucht, die bereit sind, bei dieser Sensibilisierung mitzuwirken. Sie zeigen an einem publizierten Datum (Ideal Samstagvormittag/Nachmittag) auf ihrer Produktionsstätte auf, was es braucht, bis das Produkt in den Verkaufsregalen steht. Mitmachen können sowohl Landwirte und Äpler wie auch weitere Produzenten, die sich mit ihren Produkten an die Konsumentinnen und Konsumenten richten.

## **Idee 2: Event lancieren**

Fünf Gänge bei fünf Bäuerinnen verbunden mit einer kleiner Wanderung. Einladung zu einer Landschafts- und Gourmet-Wanderung: Gesucht sind fünf Landfrauen/Köche, die in Gehdistanz liegen und bereit sind, für Interessierte einen Menu-Teil beizusteuern (gegen Anmeldung und Entgelt!). So lernen sich die interessierten Gourmet-Wandernden untereinander kennen, sie lernen die Produzent/-innen und deren Produkte kennen. Diese erhalten eine Plattform, um ihre Produkte präsentieren und verkaufen zu können.

Bei der Organisation könnten sowohl das Freizeitzentrum Obwalden FZO, BWZ Obwalden wie das BWZ Nidwalden (Angebot Churz & Bündig) Unterstützung bieten.

## **Problematik: Hintergrundwissen zu Brauchtum und Handwerk fehlt**

Es gibt in Unterwalden viele alte Brauchtümer, die noch gelebt werden. Beispiele sind: Äplerkilbi, Alpabzug und Alpwärch generell, Trinkeln, Trachten, Musik (Jodeln/Alphorn), Tanz, Fasnacht, Seilziehen, Schwingen etc. Welche Bewandnis wie Ursprung, Rituale, Abläufe etc. es mit den Bräuchen und lokalen Sportarten auf sich hat, ist oftmals verloren gegangen.

Dies gilt auch für altes Handwerk wie Riemen sticken, Schindeln herstellen, Fässer herstellen, Hufschmied, Haare flechten, Trachten nähen, alte Möbel restaurieren etc.

Das Interesse daran ist sowohl bei Einheimischen wie bei Touristen sehr gross. Dies zeigen die wieder zahlreichen Besucherinnen und Besucher an den Alpabfahrten.

## **Idee: Bewusstsein für Brauchtum und Handwerk schaffen**

Einerseits braucht es die vermehrte Vermittlung von Hintergrundwissen über die oft saisonalen Anlässe. Hier könnten die Medien mit gut aufbereitetem Hintergrundmaterial (Texte und Bilder) einbezogen werden. Basis dazu bilden die breit recherchierten Beiträge von Marius Risi/Christian Sidler zu



den lebendigen Traditionen in der Schweiz. Ergänzend könnten Führungen mit Hintergrundinfos sowie Werkstatt- und Probenbesuche angeboten werden.

Die vermehrte Propagierung von altem Handwerk kann auch bei der Nachwuchsförderung dienlich sein, damit das Handwerk nicht ausstirbt.

### **Problematik: Vermeidung Verpackungsabfall**

Auch beim Direkteinkauf bei Produzenten gilt es, die Verpackung so klimaneutral wie möglich zu gestalten. Das heisst Verzicht auf Plastiksäcke und Einwegverpackungen. Hier müssen sowohl Produzenten wie Konsumenten umdenken.

#### **Idee: Plakatkampagne am POS**

Nutzung von Mehrwegverpackungen (Tupperware, Brot- und Gemüse-Bag aus Stoff etc.) hingewiesen. Dazu wird ein Plakat erstellt, das die Produzenten an ihrem Stand/im Hofladen/am Verkaufspunkt aufhängen können und sie daran erinnert, dass dies ein kleiner, aber wichtiger Schritt zur Vermeidung von Verpackungsabfall ist. Die Produzenten erhalten einen Text und ein Bild, das sie bei sich auf ihrer Webseite aufschalten können. Die Kampagne wird mit Medienberichten ergänzt.

### **Problematik: Sensibilisierung generell**

Im Bereich Kulinarik & Brauchtum gibt es viele Themen, die aufgegriffen werden können. Soll die Regionalität, Saisonalität und das Brauchtum wieder mehr wertgeschätzt werden, dann braucht es eine breit angelegte Sensibilisierungskampagne. Alle Akteure und alle Zielgruppen sind gefordert, die Botschaften weiter zu tragen.

#### **Idee: Sensibilisierungskampagne**

Mit einer breit angelegten Sensibilisierungskampagne (Texte und Bilder, als «Geschichten» aufbereitet) wird auf die verschiedenen Themenkreise eingegangen. Die Themenvielfalt ermöglicht es sowohl Produzenten, Konsumenten, Verbände, Behörden wie auch Touristikern ihre jeweils eigenen Kanäle zu bespielen.

Die Schulen sind dabei ebenfalls in der Pflicht. Gewisse Themen bewirtschaften sie ja bereits wie gesunde/saisonale Pausensnacks, Schulgarten (Hochbeete) anbieten etc. Weitere Möglichkeiten sind Hofbesuche bzw. Produzentenbesuche.



## 7.4. Workshop 4 – Untergruppe Baukultur – 31. August 2022

Teilnehmende: Nicole Ineichen, Denkmalpflege Kt. Nidwalden, Rolf Maegli, Vertreter Sakrallandschaft Innerschweiz, Thomas Furrer, Amt für Raumentwicklung Kt. Nidwalden, Beda Dillier, Architekt und Mitglied Denkmalpflegekommission OW

Moderation: Beatrice Suter

Mit Blick auf die Ergebnisse des ersten Brainstormings vertiefte die Runde die Inputs und entwickelte folgende Ideen:

### Themenbereich Architektur

#### **Problematik: Wenig Wertschätzung**

Die baukulturelle Identität wird in Unterwalden mehr verwaltet als wertgeschätzt. Ihr fehlt die Stärkung durch die politisch Verantwortlichen und die Verwaltung. Alle nutzen unsere Baukultur, aber das Bewusstsein für das Wertvolle – es sind nicht nur Bauten sondern Kulturgüter – fehlt weitgehend.

#### **Idee: Stärken der Baukultur mit speziellen Vermittlungsangeboten**

Dazu gehören spannende Geschichten und unkonventionelle Entdeckungsmöglichkeiten. Dass das Interesse an Baukultur gross ist, zeigte beispielsweise der Tag der Denkmäler 2022 im Kanton Nidwalden zur Beckenrieder Tourismusvergangenheit. An diesem Anlass nahmen mehr als 50 Personen teil. Es gibt viele Möglichkeiten der Vermittlung, die für das Publikum aus nah und fern von Interesse sind: Führungen und Spaziergänge (auch per Publi-Bike), Rätselspuren für Kids, Foxtrails für Familien, Vorträge, Lesungen und Events (z.B. Gschpeischer-Geschichten)

Folgende Objekte könnten davon profitieren:

Gebäude mit Vergangenheit: wie Rathaus in Stans und Sarnen, Freie Republik Schmidgasse, Kino Sarnen, Kollegi Sarnen/Stans, Schnitzturm Stansstad, Landenberg Sarnen, Hexenturm Sarnen, Herrenhaus Grafenort, Winkelriedhaus, Salzmagazin etc.

Für Technikinteressierte: Seilbahnen, Wasserkraftwerke, Sägereien, Mühlen, Steinbrüche sowie innovative Firmen: Maxon, Pilatus Flugzeugwerke etc.

Geomantische Linien: Zusammenhänge Kirchen, Kapellen und Bergspitzen aufzeigen (Kurt Sigrist), sehr spannende aber eher unbekanntere Erkenntnisse, die vor Ort entdeckt werden können.



### **Problematik: mangelnde Bekanntheit**

Viel Wissen rund um die Baukultur ist bereits vorhanden, wissenschaftlich aufgearbeitet sowie publiziert. Und trotzdem wissen nicht viele davon.

### **Idee:**

Es braucht eine Plattform, auf der die Angebote und der Reichtum der Kulturlandschaft von Unterwalden aufgezeigt werden, nach Themen/Interessengebiete gebündelt. Die Texte/Bilder müssen attraktiv aufgearbeitet und mit «Geschichten» angereichert sein. Mögliche Plattformen für die Publikation können die Tourismus-Organisationen, aber auch die Gemeinden und allenfalls die Kantone bieten.

## **Themenbereich Raumplanung**

### **Problematik: Was ist Raumplanung?**

Alle sind von der Raumplanung betroffen, aber viele können mit dem komplexen Thema Raumplanung wenig bis nichts anfangen. Dabei wird mit diesem Instrument unsere Umgebung gestaltet und unsere Baukultur gepflegt und weiterentwickelt. Zum Beispiel werden Plätze heute oft vernachlässigt und als Parkplatz benutzt - der Raum zwischen den Bauten verdient ebenfalls Beachtung.

### **Idee: Für Raumplanung sensibilisieren**

Aufzeigen, was Raumplanung für unseren Alltag bedeutet und Menschen für ein Mitmachen sensibilisieren. Dies kann erreicht werden, indem Geschichten zur Raumplanung aufgearbeitet (oder ans Licht der Öffentlichkeit befördert werden), Beiträge auf Webseiten platziert, Informationsveranstaltungen und Roundtables organisiert werden.

## **Themenbereich Altes Handwerk**

### **Problematik: Handwerk geht in Vergessenheit**

Küfer, Schindelmacher, Glockengiesser, Riemensticker, Fischer, Hufschmid, Seilemacher, etc. sind zu wenig auf dem Radar von jungen Leuten. Sie sind auch sonst wenig bekannt.

### **Idee: Entdeckungsreisen anbieten**

Entdeckungsreisen virtuell (Videos) und physisch organisieren – evtl. liesse sich das auch mit Influencern realisieren, die altes Handwerk entdecken.



## Themenbereich Hotellerie

### **Problematik: Qualitätshotellerie stärken**

Spannende Hotels mit Geschichte: Europe/Kempinski Engelberg, Bürgenstock, Hotel Paxmontana Flüeli-Ranft, diverse Klöster mit Beherbergungsmöglichkeiten.

### **Idee: Hotelgeschichten erzählen**

Geschichten von alten Hotels in damals bedeutenden Tourismus-Destinationen (Engelberg, Beckenried, Fürigen, Pax Montana etc.) aufarbeiten und Führungen anbieten, Beiträge auf Webseiten und in Medien platzieren.

### **Problematik: Familienbudget-Freundliche Unterkünfte anbieten**

Alternativen zum Hotel propagieren: Ferien im Baudenkmal, Camping auf dem Bauernhof, Ferien auf der Alp, Mithilfe auf der Alp.

### **Idee: Know-how vermitteln, Qualität sichern**

Leitfäden für potentielle Gastgeber anbieten (Kt. Nidwalden vorhanden, Kt. Obwalden nicht), damit rechtliche Rahmenbedingungen eingehalten werden und Qualität stimmt. Angebote mit Tourismus verknüpfen.



## **7.5. Workshop 5 – Konsolidierung der Ideen durch alle Interessensvertreter/-innen – 13. September 2022**

Teilnehmende:

Gruppe Baukultur: Sebastian Geisseler und Nicole Ineichen, Denkmalpflege Nidwalden, Rolf Maegli, Sakrallandschaft Innerschweiz, Thomas Furrer, Amt für Raumentwicklung Kt. Nidwalden, Beda Dillier, Architekt und Mitglied Denkmalpflegekommission OW

Gruppe Kulinarik & Brauchtum: Martin Amstutz, breitmaul gmbh

Gruppe Kultur: Nicole Eller Risi, Talmuseum Engelberg, Anni Infanger, Geschichtenerzählerin, Stefan Zollinger, Vorsteher Amt für Kultur Kt. Nidwalden, Daniela Krienbühl, Lit.z Literaturhaus Zentralschweiz, Chantal Herger, Kulturschaffende, Emanuel Wallimann, engagiert in Musik, Theater, Fotografie und Jugendkultur, Singer/Songwriter El Ritschi

Anmerkung: Leider hatte der Zug in Stans eine Panne und somit waren vier Personen nicht in der Lage, dem Workshop beizuwohnen. Damit verzögerte sich auch der Start des Workshops.

### **Input-Referat durch Martin Amstutz, breitmaul gmbh, Erfolgsfaktoren nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen**

In seinem Kurzreferat erläutert Martin Amstutz seinen Werdegang als Koch, SwissSkills Sieger 2018 sowie Teilnehmer an den World Skills. Er zeigte auf, wie er mit seiner Firma breitmaul gmbh dank seinen Kontakten zu anderen SwissSkills Teilnehmenden neue Produkte und Dienstleistungen kreieren konnte. Im Vordergrund steht bei allen Produkten die Regionalität – einerseits bei den Zulieferern der Zutaten, bei den im Herstellungsprozess Beteiligten wie auch bei der Vermarktung. Nicht immer sei alles erfolgreich. Aber aus Fehlern zu lernen, gehöre wohl dazu. Für ihn und seine Mitstreiter sei wichtig, dass sie ihre Produkte und Dienstleistungen stetig mit viel Herzblut, Engagement und Freude an der Sache vorantreiben können.

### **Konsolidierung der Ideen aus den Untergruppen**

Es folgte eine Vorstellung der Workshop-Resultate aus den verschiedenen Untergruppen, die von allen Teilnehmenden jeweils kontrovers diskutiert und bewertet wurden.

Zielsetzung der Diskussion war, dass eine Priorisierung der vielen Ideen bezüglich Umsetzung möglich sein sollte.

Im Rahmen der Diskussion entstand auch ein USP (Unique Selling Proposition):

**Kurze Anreise mit dem öV – in max. 2 Std. in Unterwalden!**



<b>Untergruppe Kultur</b>			
<b>Idee (Kurzversion)</b>	<b>Pro Meinungen</b>	<b>Contra Meinungen</b>	<b>Empfehlung</b>
<p><b>IG Kultur Unterwalden – Kulturfusion OW/NW</b> Ein Verein, der die Interessen der Kulturschaffenden in Unterwalden gegenüber der Öffentlichkeit, den Behörden und der Politik vertritt.</p>	<p>Diese Idee wurde von allen Teilnehmenden sehr positiv aufgenommen. Es sei ein wichtiger Schritt, um der Kultur in Unterwalden mehr Gewicht zu verleihen.</p>	<p>Wer soll hier die Federführung übernehmen?</p>	<p>Idee mit erster Priorität. Diese Idee sollte mit Interessierten weiterverfolgt werden. Allerdings stellt sich die Frage nach der geeigneten Persönlichkeit sowie der Anschubfinanzierung. Denn auf Freiwilligenbasis lässt sich keine Geschäftsstelle finanzieren.</p>
<p><b>Kultur-Stammtisch</b> Um die Kommunikation und den Erfahrungsaustausch zwischen Kulturschaffenden (Veranstalter und Künstler) zu fördern, wird ein Kultur-Stammtisch geschaffen. Dieser findet einmal jährlich statt.</p>	<p>Eine Mehrheit fand die Idee gut.</p>	<p>Das habe es schon einmal gegeben, aber das sei schon lange her und dann wieder eingeschlafen.</p>	<p>Idee mit zweiter Priorität. Eine Vernetzungsplattform erzeugt immer auch Synergien. Diese Idee sollte weiterverfolgt werden. Als Initiatoren kommen die beiden Kulturabteilungen der Kantone in Frage. Alternativ die IG Kultur Unterwalden.</p>
<p><b>Kultur-Kalender (Webseite, Newsletter, App)</b> Es fehlt in Unterwalden ein umfassender Kultur-Kalender, der pro Gemeinde möglichst alle Veranstaltungen aufführt. Inkl. Newsletter und/oder App, mit denen die Veranstaltungen promoviert werden.</p>	<p>Ein gemeinsames Tool, das den Veranstaltern hilft, eine breite Masse anzusprechen, wäre cool. Mit der App und dem E-Mail wäre die Infobeschaffung keine Holschuld mehr.</p>	<p>Das braucht es nicht, denn es gibt ja neu <a href="http://www.gangus.ch">www.gangus.ch</a>.  Allerdings ist diese Plattform (Initiator IG Kultur Luzern bzw. 041 Kulturmagazin) sehr luzernlastig und in Ob- und Nidwalden wenig bekannt.</p>	<p>Idee mit zweiter Priorität. Diese Idee könnte mit den beiden regionalen Gratis-Anzeigern Blitz und Aktuell besprochen werden. Evtl. wollen sie ihre bestehenden Tools entsprechend ergänzen, um die Leserschaft stärker an sich zu binden.</p>



<b>Untergruppe Kultur</b>			
<b>Idee (Kurzversion)</b>	<b>Pro Meinungen</b>	<b>Contra Meinungen</b>	<b>Empfehlung</b>
<p><b>Synergien nutzen</b> Eine Plattform auf der z.B. eine Band, eine Sound-Anlage, ein Probelokal oder Hilfe bei der Organisation findet. Inhalte könnten sein: Kommunikation, Budget/Finanzierung, potentielle Helfer, Barrierefreiheit, Nachhaltigkeit, Klimaneutralität, Verkehr etc..</p>	<p>Eine gute Idee, nicht jeder müsse das Rad neu erfinden. Sei auch für Jüngere, die nicht so gut vernetzt seien eine wertvolle Hilfe.</p>	<p>Wer sorgt dafür, dass die Daten aktuell bleiben und dass dieses Angebot bekannt und damit auch genutzt wird? Wer finanziert eine solche Plattform?</p>	<p>Idee mit erster Priorität. Idee weiterverfolgen und der Geschäftsstelle der IG Kultur übertragen.</p>
<p><b>Kultur-Tour</b> Die Kulturlandschaft Unterwalden wird erlebbar gemacht. Eine Webseite, auf der sich die Kulturschaffenden selbst und ihre Aktivitäten vorstellen können. Und ein grenzüberschreitendes Eventweekend, an dem sich die Kulturschaffenden in ihrer Gemeinde präsentieren. Möglich wäre eine Art Tag der offenen Tür oder ein Lokalitätstausch unterschiedlicher Player, um Veranstaltende als auch Publikum über den Tellerrand blicken zu lassen.</p>	<p>Die Idee findet bei einigen Anklang, da die Präsentationsmöglichkeiten in Unterwalden stark eingeschränkt sind. Und eigene Events zu organisieren immer sehr teuer sind.</p>	<p>Einige glauben nicht daran, dass mit einem solchen Event Interessierte dazu gebracht werden können, etwas bisher komplett Fremdes neu zu entdecken. (z.B. Rockfan besucht Jodlerkonzert).</p>	<p>Idee mit zweiter Priorität. Idee bei IG Kultur Unterwalden und den beiden Kulturkommission einspeisen.</p>



<b>Untergruppe Kultur</b>			
<b>Idee (Kurzversion)</b>	<b>Pro Meinungen</b>	<b>Contra Meinungen</b>	<b>Empfehlung</b>
<p><b>Kultur-Börse</b> Die Kulturlandschaft präsentiert sich der Bevölkerung und den Veranstaltenden. Vorbild Kleinkunst-Börse in Thun.</p>	<p>Die Idee wurde von der Mehrheit sehr positiv bewertet. Daraus könnte ein kuratierter Kultur-Battle OW/NW entstehen.</p>	<p>Wer wird der Organisator eines solchen Anlasses sein? Diese wird sehr aufwändig!</p>	<p>Idee mit zweiter Priorität. Idee bei IG Kultur Unterwalden und den beiden Kulturkommission einspeisen.</p>
<p><b>Kulturelles Gedächtnis erhalten</b> Die freie Kulturszene ist sehr lebendig. Neue Veranstaltungen tauchen auf, andere verschwinden. -&gt; Wie lässt sich das kulturelle Gedächtnis erhalten? Wie kann deren Wissen und Erfahrung genutzt werden, damit man das Rad nicht neu erfinden muss?</p>		<p>Events leben von den engagierten Menschen. Sie haben ihren Beitrag geleistet. Eine Dokumentationsaufgabe übernehmen teilweise die Medien. Das Wissen kann auf andere Art und Weise weitergegeben werden.</p>	<p>Idee mit dritter Priorität. Idee bei IG Kultur Unterwalden und den beiden Kulturkommission einspeisen.</p>



Untergruppe Volkskultur & Kulinarik			
Idee (Kurzversion)	Pro Meinungen	Contra Meinungen	Empfehlung
<p><b>Marketing Unterstützungsangebote</b> Eine Koordinationsstelle schaffen, die sowohl Auskunft (Tipps &amp; Tricks, Fact-Sheets) gibt, Kontakte vermittelt wie auch konkrete Unterstützung im Marketing anbietet.</p>	<p>Know-how vermitteln ist immer gut – damit nicht jeder wieder bei Null beginnen muss.</p>	<p>Im Kanton Nidwalden bietet «Natürlich Nidwalden» Marketing schon an. Und wer sich vernetzen will, kann sich mit anderen Produzenten vernetzen. Wer könnte hier die Federführung übernehmen?</p>	<p>Idee für Obwalden mit erster Priorität weiterverfolgen. Eine Zusammenarbeit mit Natürlich Nidwalden anstreben.</p>
<p><b>Vermarktungsplattform virtuell und physisch</b> Es fehlt in Unterwalden an einer attraktiven Vermarktungsplattform mit einer breiten und attraktiven Produktpalette, die sowohl physisch (Engelberg, Sarnen, Stans) als auch virtuell zugänglich ist. Diese käme sowohl Spontaneinkaufenden wie Online-Shoppern entgegen.</p>	<p>Eine Plattform auf dem sich Produzent und Konsument treffen ist sehr sinn- und wertvoll.</p>	<p>Wer soll hier die Federführung übernehmen?</p>	<p>Idee mit erster Priorität weiterverfolgen. Evtl. Zusammenschluss mit bestehenden Plattformen und physischen Angeboten suchen und ausbauen.</p>



Untergruppe Volkskultur & Kulinarik			
Idee (Kurzversion)	Pro Meinungen	Contra Meinungen	Empfehlung
<p><b>Niederschwelliges und dezentrale Kurs-Angebote schaffen</b>            Basiswissen zu saisonalen/regionalen Gerichten, Nose to Tail Verwertung, Kuh-Teiletä, Reste verwerten, Vegetarisch kochen, Heilpflanzen verwenden, saisonale Essgewohnheiten, Konservierung von Lebensmitteln etc. vermitteln. Die Kurse sollen in allen Gemeinden zu günstigen Konditionen angeboten werden. Spezielle Kochkurse mit Unterwaldner Geheim-Rezepten sind auch für Touristen attraktiv!</p>	<p>Gute Idee</p>	<p>Stehen solche Angebote nicht in Konkurrenz zum Culinarium Alpinum in Stans?            Wer soll hier die Federführung übernehmen?</p>	<p>Idee mit erster Priorität weiterverfolgen. Zusammenarbeit mit BWZ, FZO, Landfrauen OW/NW etc. anstreben. Evtl. könnten auch Seniorinnen und Senioren zu Kochlehrer/-innen motiviert werden. Zusammenarbeit mit Pro Senectute möglich.</p>
<p><b>Landfrauen-Rezepte in regionalen Medien</b>            14-tägliche Kolumne in Blitz/Aktuell/Engelberger Anzeiger mit saisonalen/regionalen Rezepten und Portrait der Landfrauen.</p>	<p>Gute Idee</p>	<p>Ob die Medien mitmachen?            Wie finanzieren?            Wer soll hier die Federführung übernehmen?</p>	<p>Idee mit zweiter Priorität weiterverfolgen. Zusammenarbeit mit Landfrauen OW/NW anstreben.</p>
<p><b>Produzenten-Besuche</b>            Zur Sensibilisierung werden regelmässig Hofbesuche bei Produzenten (Landwirte, Älpler, Käser etc.) organisiert. Damit steigt die Wertschätzung für die Produkte.</p>	<p>Gute Idee</p>	<p>Gibt es bei einigen Bauern punktuell bereits.            Wer soll hier die Federführung übernehmen?</p>	<p>Idee mit dritter Priorität weiterverfolgen. Zusammenarbeit mit Bauernverbänden und weiteren Produzenten anstreben.</p>



Untergruppe Volkskultur & Kulinarik			
Idee (Kurzversion)	Pro Meinungen	Contra Meinungen	Empfehlung
<p><b>5 Gänge – 5 Bäuerinnen</b>            Organisation von Landschafts- und Gourmetwanderungen vom Apéro bei Bäuerin A bis zum Desert bei Landfrau E.            (gegen Entgelt und Anmeldung)</p>	Gute Idee	Evtl. schwierig, genügend Bäuerinnen dafür zu gewinnen?	Idee mit zweiter Priorität weiterverfolgen. Zusammenarbeit mit Landfrauen anstreben.
<p><b>Verpackungsabfall vermindern</b>            Konsumenten für Mehrwegverpackung sensibilisieren mittels Plakatkampagne am POS und in Online-Shops.</p>	Gute Idee	Wer soll hier die Federführung übernehmen?	Idee mit zweiter Priorität weiterverfolgen. Zusammenarbeit mit Landfrauen, BWZ OW/NW sowie dem Detailhandel suchen.
<p><b>Bewusstsein für Brauchtum und Handwerk schaffen</b>            Bereits vorhandenes Hintergrundwissen aufbereiten und den Medien zur Veröffentlichung zur Verfügung stellen.            Ergänzend Werkstatt- und Probenbesuche organisieren.</p>	Ist sowohl für Einheimische wie für Touristen sehr attraktiv.	Wer soll hier die Federführung übernehmen?	Idee mit zweiter Priorität weiterverfolgen. Zusammenarbeit mit Marius Risi (Grundlagenmaterial) sowie den Handwerkern suchen. Evtl. könnten auch Senioren zu Führern ausgebildet werden. Zusammenarbeit via Pro Senectute möglich.
<p><b>Sensibilisierungskampagne</b>            Die Menschen in der Region mit guten «Geschichten» (spannende Texte/gute Bilder) für regionale und saisonale Kulinarik und die breite Palette der Volkskultur sensibilisieren. Gilt auch für Schulen!</p>	Gute Idee	Wer soll hier die Federführung übernehmen?	Idee mit dritter Priorität weiterverfolgen. Erste «Geschichten» können mit den bereits realisierten Ideen publiziert werden.



<b>Untergruppe Baukultur</b>			
<b>Idee (Kurzversion)</b>	<b>Pro Meinungen</b>	<b>Contra Meinungen</b>	<b>Empfehlung</b>
<p><b>Vermittlungsangebote zur Baukultur</b> Spannende Geschichten aufbereiten und Entdeckungsreisen zu historischen Gebäuden, Technikbauten und Technik-Firmen, Geomantische Linien etc., anbieten. Möglich sind Führungen, Rätselspur für Kids, Foxtrail, Vorträge, Lesungen und Events.</p>	<p>Gute Idee, Geschichten sind ja an vielen Orten bereits vorhanden. Auch im Leitbild des Kantons Obwalden steht sehr viel. Es liegt im Interesse von beiden Kantonen, dass das Bewusstsein für Baukultur aktiv gefördert wird.</p>	<p>Wer soll hier die Federführung übernehmen?</p>	<p>Idee mit erster Priorität weiterverfolgen. Zusammenarbeit mit bestehenden Organisationen wie Verein Kulturlandschaft – Landschaft und Kultur in Obwalden sowie IG Baukultur Obwalden bzw. Denkmalpflege Nidwalden suchen.</p>
<p><b>Plattform Kulturlandschaft</b> Online-Angebot nach Themen/Interessensgebieten geordnet mit attraktiven Geschichten über die Kulturlandschaft Unterwalden.</p>	<p>Gute Idee, denn es ist viel Grundlagenmaterial vorhanden, aber schlecht auffindbar.</p>	<p>Wer soll hier die Federführung übernehmen?</p>	<p>Idee mit erster Priorität weiterverfolgen. Zusammenarbeit mit bestehenden Organisationen wie Verein Kulturlandschaft – Landschaft und Kultur in Obwalden sowie IG Baukultur Obwalden bzw. Denkmalpflege Nidwalden suchen.</p>
<p><b>Aufzeigen, was Raumplanung ist.</b> Sensibilisierungskampagne mit spannenden Geschichten, Anlässen, Round-Table Gesprächen lancieren.</p>	<p>Mitwirken ist wichtig! Denn davon sind ja alle betroffen.</p>	<p>Wer soll hier die Federführung übernehmen?</p>	<p>Idee mit erster Priorität weiterverfolgen. Zusammenarbeit mit bestehenden Organisationen wie Verein Kulturlandschaft – Landschaft und Kultur in Obwalden sowie IG Baukultur Obwalden bzw. Denkmalpflege Nidwalden suchen.</p>



<b>Untergruppe Baukultur</b>			
<b>Idee (Kurzversion)</b>	<b>Pro Meinungen</b>	<b>Contra Meinungen</b>	<b>Empfehlung</b>
<p><b>Entdeckungsreisen Altes Handwerk anbieten</b> Sowohl als Führung wie auch als gut gemachte Videos aufzeigen, wie viel altes Handwerk in Unterwalden noch vorhanden ist. (evtl. Zusammenarbeit mit Influencern)</p>	<p>Ist sowohl für Einheimische wie für Touristen sehr attraktiv. Zudem könnten so evtl. neue Lernende gewonnen werden.</p>	<p>Wer soll hier die Federführung übernehmen?</p>	<p>Idee mit zweiter Priorität weiterverfolgen. Zusammenarbeit mit den Handwerkern und mit Touristikern suchen. Evtl. könnten auch Senioren zu Führern ausgebildet werden. Zusammenarbeit via Pro Senectute möglich.</p>
<p><b>Hotelgeschichten erzählen</b> Historie spannend erzählt belebt die Phantasie und schafft Nähe zum Objekt. Gute Geschichten und spannende Führungen vermitteln Hintergrundwissen. Geschichten auch Online zugänglich machen.</p>	<p>Ist sowohl für Einheimische wie für Touristen sehr attraktiv. Ein willkommenes Alternativ-Programm für Schlechtwetter-Tage. Vieles ist schon aufgearbeitet, aber nicht in eine spannende Geschichte verpackt.</p>	<p>Schwierig, gute Geschichtenerzählerinnen und -Erzähler zu finden. Wer soll hier die Federführung übernehmen?</p>	<p>Idee mit zweiter Priorität weiterverfolgen. Zusammenarbeit mit den Handwerkern und mit Touristikern suchen. Evtl. könnten auch Senioren zu Geschichtenerzählern ausgebildet werden. Zusammenarbeit via Pro Senectute möglich.</p>



<p><b>Alternatives Übernachtungsangebot aufzeigen</b> Auch für Wenigverdienende ein Angebot schaffen. Z.B. Ferien im Baudenkmal, Camping auf dem Bauernhof, Ferien auf der Alp, Mithilfe auf der Alp Know-How an potentielle Gastgeber vermitteln (Leitfaden, rechtliche Bedingungen, Marketing, Anlaufstellen), damit Rahmenbedingungen und Qualität stimmen.</p>	<p>Eine ausgezeichnete Idee. Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten sollten Wenigverdienende auch von Ferien in Unterwalden profitieren können. Gäste, die Unterwalden günstig erlebt haben, kommen wieder. Und geben vielleicht später mehr Geld aus. Im Kanton Nidwalden wurde bereits ein Leitfaden dazu erarbeitet.</p>	<p>In Obwalden fehlen konkrete Handlungsempfehlungen für potentielle Gastgeber.</p>	<p>Idee mit zweiter Priorität weiterverfolgen. Zusammenarbeit mit den Kantonen, Bauernverbänden, Immobilienbesitzern, Touristikern suchen.</p>
--	--	---	--



## **Problematik bei allen Projektideen**

Wer sind die künftigen Kümmerer?

Als Ergebnis der Workshops liegen viele gute Ideen auf dem Papier vor. Es stellt sich die Frage, wer sich nun um deren Umsetzung kümmert?

Allein auf Freiwilligkeit zu setzen, wäre blauäugig.

Wenn dem Papier Taten folgen sollen, braucht es Projektmanager, die sich ausgewählten Themen annehmen und (bezahlt) für deren Umsetzung sorgen.

## **7.6. Workshop Nr. 6 – Involvierung der Bevölkerung**

Am 12. November 2022 war in Stans (von beiden Kantonen inkl. Engelberg gut erreichbar) im Pestalozzi Saal ein Workshop zur Involvierung der Bevölkerung geplant. Dieser Workshop böte der breiten Bevölkerung in Unterwalden Gelegenheit, ihr Engagement zum klimaschonenden Verhalten einzubringen.

Die Teilnehmenden hätten die Möglichkeit erhalten, ihre eigenen Ideen zu platzieren, sich zu vernetzen, sich zu engagieren und im besten Fall neue Interessengruppen für eine Sache zu bilden.

Die Themen sind ein Ausfluss aus den diversen Workshops, die in den letzten Jahren abgehalten wurden sowie aus den Themen der beiden Arbeitsgruppen «Alplandwirtschaft & Tourismus» sowie «Kultur & Brauchtum».

Die ca. 100 Teilnehmenden inklusive Moderatoren sollten sich mit Fragen zu Energie, Mobilität, Naturgefahren, Tourismus, Kultur, Kulinarik/Landwirtschaft und dem eigenen Alltagsverhalten beschäftigen.

Als Moderatoren gewonnen werden konnten:

Energieeffizienz: Markus Portmann, e4plus AG, Energiestadtberater, Energie-Region-Berater und Regionalentwickler

Mobilität: Conrad Wagner, Mobilitäts-Designer, Mobility Systems Switzerland

Naturgefahren/Schutzwald: Dr. Josef Hess, Vorsteher Bau- und Raumentwicklungsdepartement Kanton Obwalden

Biodiversität: Katharina Kossmann, Klinische- und Umwelt-Psychologin, Dozentin, Therapeutin an einer Privatklinik für Psychiatrie und Psychotherapie

Tourismus/Alplandwirtschaft: Bettina Hübscher, RECHT VERNETZT GmbH

Kultur/Brauchtum: Jana Avanzini, Kulturjournalistin

Kulinarik: Martin Amstutz, Koch und Swiss Skills Sieger 2018, breitmaul gmbh, SachselnSuffizienz

(Ressourcenverbrauch)/Nachhaltigkeit: Donat Rüttimann, Projektleiter Innovation Services und Nathalie Windlin, Agrarwissenschaftlerin.

Der Ablauf des Workshops war wie folgt geplant:



- ab 7.30 Uhr Einrichten der Räume
- ab 8.00 Uhr Eintreffen der Moderatoren, Einrichten der Kojen mit eigenem Info-Material (Begrüßungskaffee)
- ab 9 Uhr Ankunft TN: Abgabe Namensschilder mit Gruppen-Nummer  
Wasser/Eistee steht bereit (später Birnenweggen) alles in Selbstbedienung)
- 9.45 Uhr Begrüßung
- 9.50 Uhr Intro-Referat durch Martin Amstutz, breitmaul gmbh Sachseln (10 Minuten)
- 10.00 Uhr Moderatoren stellen kurz ihre Posten vor (**pro Moderator ca. 1 Minute!**)  
Kulinarik, Kultur und Klima, Schutzwald/Naturgefahren, Tourismus/Alplandwirtschaft, Biodiversität, Energie, Suffizienz/Nachhaltigkeit
- 10.10 Uhr Diskussion an den verschiedenen Orten und Platzierung eigene Ideen im Austausch mit den Moderatoren -> drei Fragen: Welche Ideen hast Du? Was fehlt Dir zur Umsetzung? Was trägst Du dazu bei?  
ca. 12 Minuten pro Thema, dann Wechsel – total 100 Minuten
- ca 11.50 Uhr Einführung in den Marktplatz
- ca. 11.52 Uhr Marktplatz/Themenbörse (geclustert nach Themen) lancieren:  
Angebot und Nachfrage stimulieren  
Jeder (einzeln/paarweise/in Gruppe) überlegt sich, was kann/will ich wo beitragen -> z.B. mit Zetteln -> ich suche Abnehmer für Produkte in der Region -> Ich biete das und das an ...  
inkl. Vernetzung von ich suche/ich biete -> gemeinsame Interessenten finden und vernetzen sich  
-> vorgedruckte Kärtli für alle mit allen notwendigen Angaben liegen bereit inkl. Stifte  
total 28 Minuten
- ca. 12.20 Uhr Präsentation der Ideen sowie den Themen aus ihrem Bereich aus dem Marktplatz durch die Moderatoren im Plenum  
(3-4 Min. pro Themenchef) - > Verdankung Beiträge  
total 30 Minuten
- ca. 12.50 Uhr Danke sagen und wie es nun weiter geht
- ca. 12.55 Uhr Apero mit lokalen Köstlichkeiten und weitere Vernetzung

Im Nachgang sollte eine Dokumentation erstellt und an alle Teilnehmenden verschickt werden sowie auf der Webseite aufgeschaltet. Auch der Marktplatz mit suche/biete sollte darin eingebettet sein. Zudem würden die Ideen/Resultate in diesen Bericht eingearbeitet.



Trotz intensiver Werbung in den lokalen Medien (Print und Online) sowie bei verschiedenen Verbänden, Parteien und Organisationen haben sich eine Woche vor dem Workshop erst 20 Teilnehmende angemeldet. Damit wäre das Ziel von 100 Teilnehmenden innerhalb der letzten Woche bei weitem nicht erreicht worden. Deshalb wurde der Workshop abgesagt. Eine Durchführung im Jahr 2023 ist nicht möglich, da das Projekt per Ende 2022 abgeschlossen wird.

Über die Gründe für das fehlende Interesse lässt sich nur mutmassen. Zu viele Veranstaltungen generell, Samstagvormittag, Länge der Veranstaltung mit 4 Stunden, Übersättigung des Themas Klimaschutz.

Die Organisatorinnen Bettina Hübscher, Ruth Koch und Beatrice Suter bedauern die Absage sehr und hoffen, dass die Ideen von anderen Akteuren zu einem späteren Zeitpunkt in irgendeiner Form aufgenommen werden.