

GRINDELWALD 

EIGER



4. Tourismusforum Biel / Bienne
28. Oktober 2019

**Praxisbeispiel «Eigerness»
Ein Erfolgsprojekt aus dem
Berner Oberland**

Birgit Fritz-Egger
Geschäftsführerin Verein Eigerness
PM Eigerness Grindelwald Tourismus



1. Der Anfang
2. Die Idee (Begriff, Verein, Marke)
3. Leitbild & Philosophie
4. Finanzierung & Verankerung
5. Meilensteine



„NUR WER SELBST BRENNT,
KANN FEUER
IN ANDEREN ENTFACHEN.“

Augustinus

1. Der Anfang



- 2005: Workshops Tourismus / Hotellerie
16 Workshops / Workshop «Wellness»
- **November 2006: Gründung Verein Eigerness
8 Gründungsmitglieder**
- 2007: Medienanlässe Winter und Sommer zur
Lancierung «Eigerness»
- 2007: Eingabe Milestone (☹)
- 2007: Zugang Burevereinigung



2. Der Begriff «Eigerness»



Grundsätzlich steht **der Begriff Eigerness** für «sich wohlfühlen am Fusse der Eiger Nordwand». Dabei geht es um Geschichten, lebendige und vielseitige Erlebnisse und das Entdecken von Wurzeln und Traditionen, die allesamt das Prädikat «Original Grindelwald» für sich beanspruchen dürfen.

Sparten

Kulinarik

Lebensart

Design & Handwerk

Outdoor



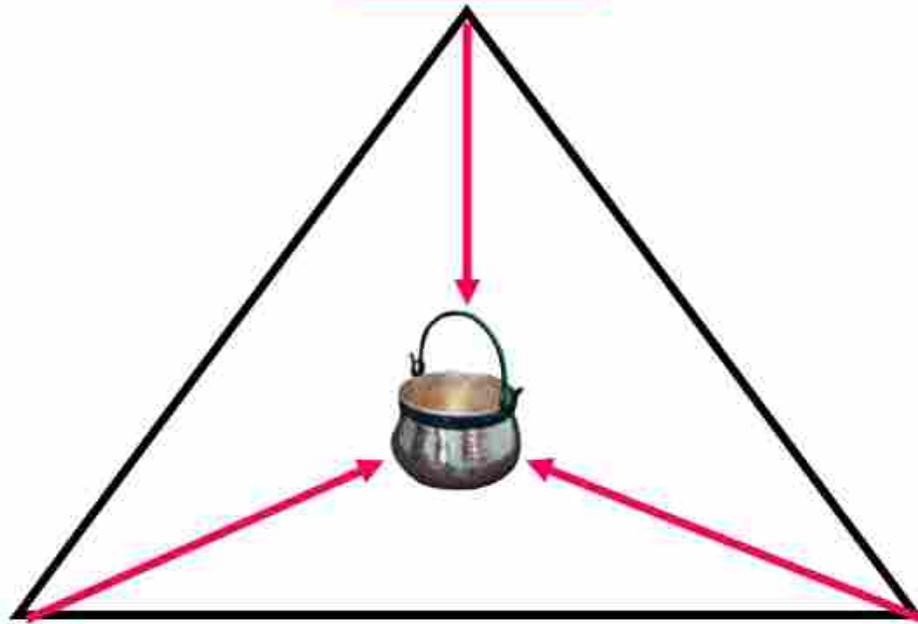
Rütikopf

GRINDELWALD ⁺
EIGER

2. Der Verein Eigerness

Das klassische „Dreibein“
hält den Kessel in der richtigen Position über dem Feuer

Landwirtschaft



Tourismus

Gewerbe

Mitglieder:

rund 120 Mitglieder aus Landwirtschaft, Tourismus und Gewerbe.

Gönner:

Logistik Unternehmen, Holzwärme, Verein Wir Grindelwalder, Private

Vorstand:

Geschäftsführung, Präsident, Vorstandsmitglieder, Beisitzer



2. Der Verein Eigerness

- **ist ein Zusammenschluss von Menschen**, die den Eigerness Gedanken in Grindelwald aktiv unterstützen.
- Der Verein ist eine **neutrale Plattform** zur Förderung von **lokalen Produkten, Dienstleistungen und Angeboten. Authentizität** in Bezug auf Ressource, Rohstoff und Mensch ist bei allen Angeboten Grundvoraussetzung.
- **Der Gedanke hinter «Eigerness» ist verbindend:**
Einerseits wird die Bindung des Gastes an Grindelwald durch die hochwertigen Angebote gefördert und ebenfalls stärkt der «Blick über den Tellerrand» auf der Plattform des Vereins auch die Zusammenarbeit der verschiedenen Interessengruppen in Grindelwald miteinander.
- **Hinter jedem Angebot, Erlebnis oder Produkt steht ein Mensch mit seiner Geschichte dazu.** Dieser Mensch steht bei Eigerness im Vordergrund. Die persönliche Wertschätzung und der respektvolle Umgang miteinander sind wichtige Komponenten im Selbstverständnis des Vereins Eigerness.



2. Die Marke «Eigerness»



Rütikopf

ist ein Qualitätssiegel.
Dort, wo das Signet verwendet wird,
kann der Gast, Käufer oder Nutzer
sicher sein, auf
«Original Grindelwald» in der
Ressource, im Rohstoff oder im
Menschen zu treffen.

3. Leitbild



Bildquelle Speedy Füllemann / «Eigerness Kalender 2020

3. Leitbild «Vision»



- Wertschöpfung im Tal steigern
- Stammgäste generieren und binden (Segmente / Anteile analysieren)
- «ortswichtige» Projekte aufgleisen und umsetzen zur Imageförderung von Grindelwald
- Neue Bereiche erschliessen:
 - **Themen**
 - **Produkte**
 - **Gästesegmente**



3. Leitbild «Aufgabe»



Bildquelle Speedy Fülleemann / «Eigerness Kalender 2014»

- Qualität der Marke sichern
- Die Plattform (Verein) unterhalten
- Projekte initiieren und fördern
- Das Netzwerk vertiefen und ausbauen
- Ressourcen bereitstellen
- Originalität und Werte von Grindelwald identifizieren



3. Leitbild «Mission»



Recherche «Eigerness Laden» Garmisch Patenkirchen 2017

Wir sind begeisterte Botschafter für herzberührende Momente in der Einzigartigkeit von Grindelwald.

Wir sprechen mit Eigerness «Fans» von Grindelwald an. Diese Menschen sind:

- **Offen und «neu»gerig**
- **Wertschätzend für Tradition**
- **Respektvoll gegenüber Natur und Mensch**
- **Begeisterungsfähig und lieben Geschichten**
- **Kulinarisch kritisch im positiven Sinne**
- **Kontaktfreudig mit Lust auf «Berührung» von Herz und Seele**
- **Naturverbunden**
- **Kommunikativ und sprechen über ihr Erlebnis**
- **Engagiert (werden Gönner)**
- **Sind lebensfreudig / lebenslustig**

3. Eigerness «Philosophie»



Bildquelle Speedy Fülleemann / «Eigerness Kalender 2017»



NACHHALTIG

Mit jeglichem Konsum und jeglicher Nutzung von Produkten und Angeboten, die mit dem Eigerness Qualitätssiegel zertifiziert sind, unterstützt ein Konsument nachhaltig die Zukunft unseres einzigartigen und inspirierenden Gletscherdorfes.

PERSÖNLICH

Hinter jedem Angebot oder Produkt steht ein Mensch „von hier“, der mit Wissen abseits von Wikipedia Werte und Traditionen, Herstellung und Geschichten zur Originalität von Grindelwald herzlich, echt und persönlich vermittelt.

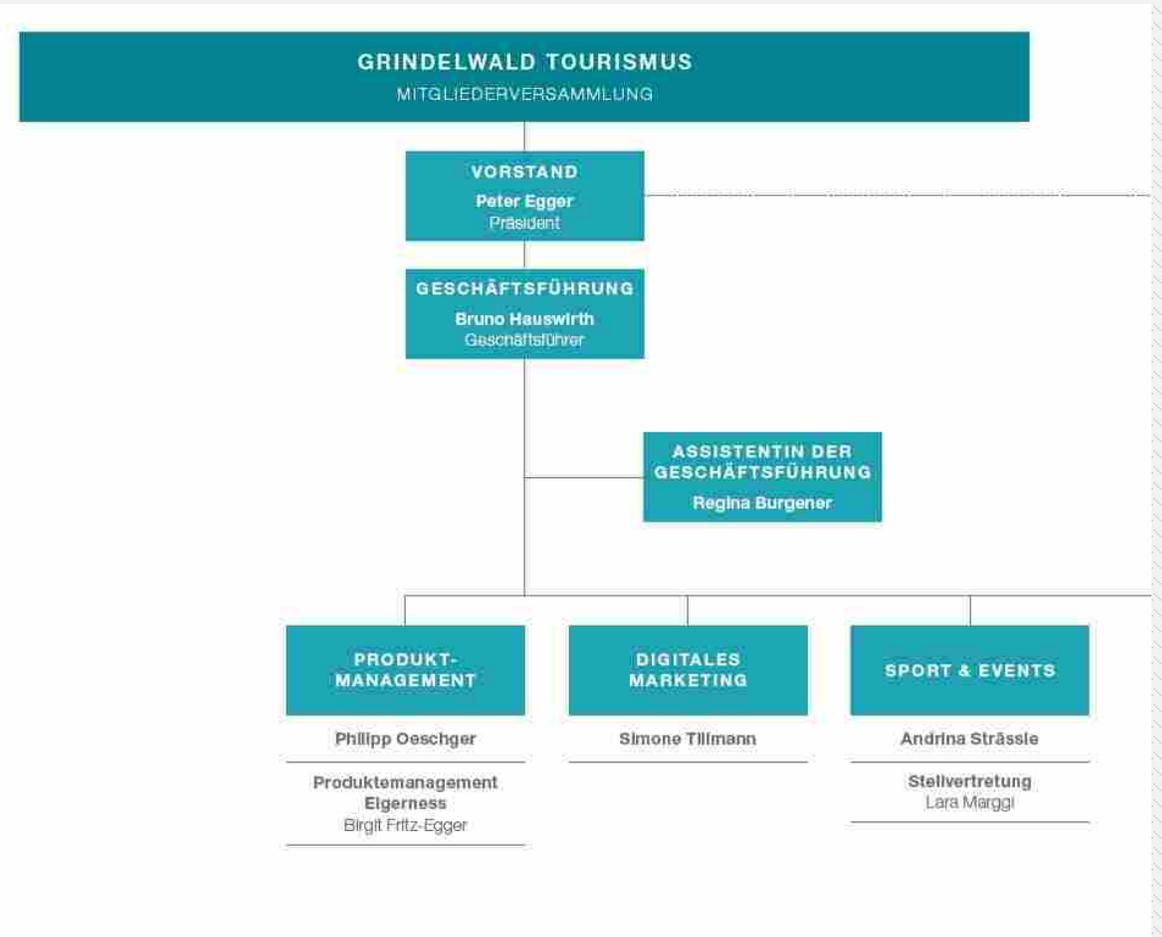
VERBINDEND

Eigerness ist die Verbindung und ein wichtiger Stützpfeiler unserer Volkswirtschaft. Im Netzwerk Eigerness werden neue Ideen und Impulse zur Zukunftssicherung diskutiert und entwickelt. Mit dem Konsum von „Eigerness“ wird der Käufer / Gast ein aktiver und unterstützender Part dieser Verbindung.



4. Finanzierung & Verankerung

- Anstossfinanzierung 2006 über die Kommission Landwirtschaft / Volkswirtschaft Grindelwald (10'000 CHF)
- Mitgliederbeiträge (CHF 50 / Jahr)
- Beiträge der Markennutzer (CHF 20 / Jahr)
- Gönnerbeiträge (regelmässig)
- Unterstützung Grindelwald Tourismus (finanziell und seit 2013 Implementierung Produktmanagement Eigerness)
- Ggf. Rückfluss aus Projekten



5. Meilensteine



Bildquelle Speedy Fülleemann / Viehschau 2012





2012 JAHR DER HOTELLERIE





- Workshop «Time for a match» mit Eishockeyprofi Beat Cattaruzza im Februar
- Persönliche Interviews mit allen Hotelpartnern Herbst 2012
- Ergebnis: Implementierung «Eigerness» als eigenes Produktmanagement bei Grindelwald Tourismus



2014 «WITUS» AUSTAUSCH



witus
Wirtschaft & Tourismus

GRINDELWALD ⁺
EIGER



- «Jahr der Aussichten» (ST)
- Arbeit an der Strategie im Verein Eigerness
- Verein Eigerness offiziell mit Geschäftsführung



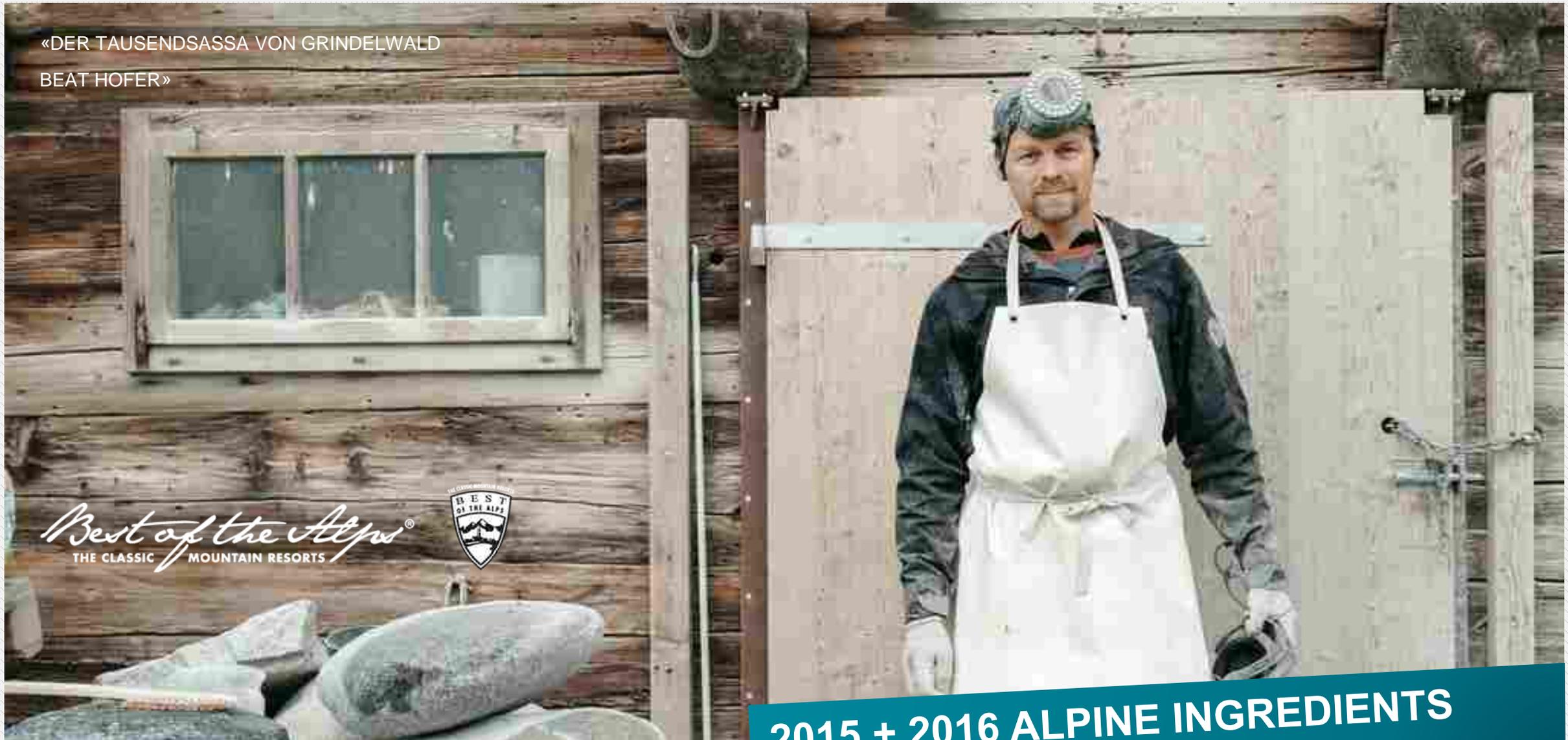
**2014 BUCH VERNISSAGE
GRINDELWALDER BERGFÜHRER AUSSICHTEN**





- «Jahr der Aussichten» (ST)
- 2013 / 2014 redaktionelle Arbeit
- Juni 2014 Vernissage
- Buch ist erhältlich bei verschiedenen Verkaufsstellen (de/ eng)

«DER TAUSENDSASSA VON GRINDELWALD
BEAT HOFER»



Best of the Alps
THE CLASSIC MOUNTAIN RESORTS



**2015 + 2016 ALPINE INGREDIENTS
«GESCHICHTEN»**



GRINDELWALD 
EIGER

«DER HELI LANDET HINTERM HAUS»

MARC ZIEGLER



Rütikopf

A black and white portrait of an older man with a mustache, looking slightly to the right. He is wearing a dark jacket over a collared shirt. The background is dark and out of focus, with a window visible on the left side.

«FÜR DAS ALTE SORGE TRAGEN»
RUEDI BHEND

«DIE LIEBE DES HERRN ROTH ZUR BAHN MIT SEELE»

PETER ROTH



- In 2 Jahre sind 16 Geschichten «Alpine Ingredients» über Menschen aus Grindelwald und ihre aussergewöhnlichen Aufgaben und Lebenswege entstanden.

- www.eigerness.ch

- www.bestofthealps.com



2016 EIGER BERGFÜHRER CHÄS TAUFE



Eiger milch
GRINDELWALD

GRINDELWALD ⁺
EIGER



- Offizielle Lancierung / Taufe des «Grindelwalder Bergführer Chäs» in der Eiger Nordwand (Medienanlass)
- Volksfest im Dorf



2018 ERÖFFNUNG EIGERNESS DER LADEN



UNESCO World Heritage
Swiss Alps Jungfrau-Aletsch

GRINDELWALD ⁺
EIGER



- 2017 Gründung «Genossenschaft Eigerness-Laden» mit 8 Genossenschaftern (Verein Eigerness ist 1 Genossenschafter).
- 2018 Eröffnung / Verkauf vorwiegend lokaler Produkte
- Eigerness = Philosophie (!)
- Regelmässige Promotionen mit Menschen hinter dem Produkt und Schulungen der Mitarbeiter



Alpenglühien

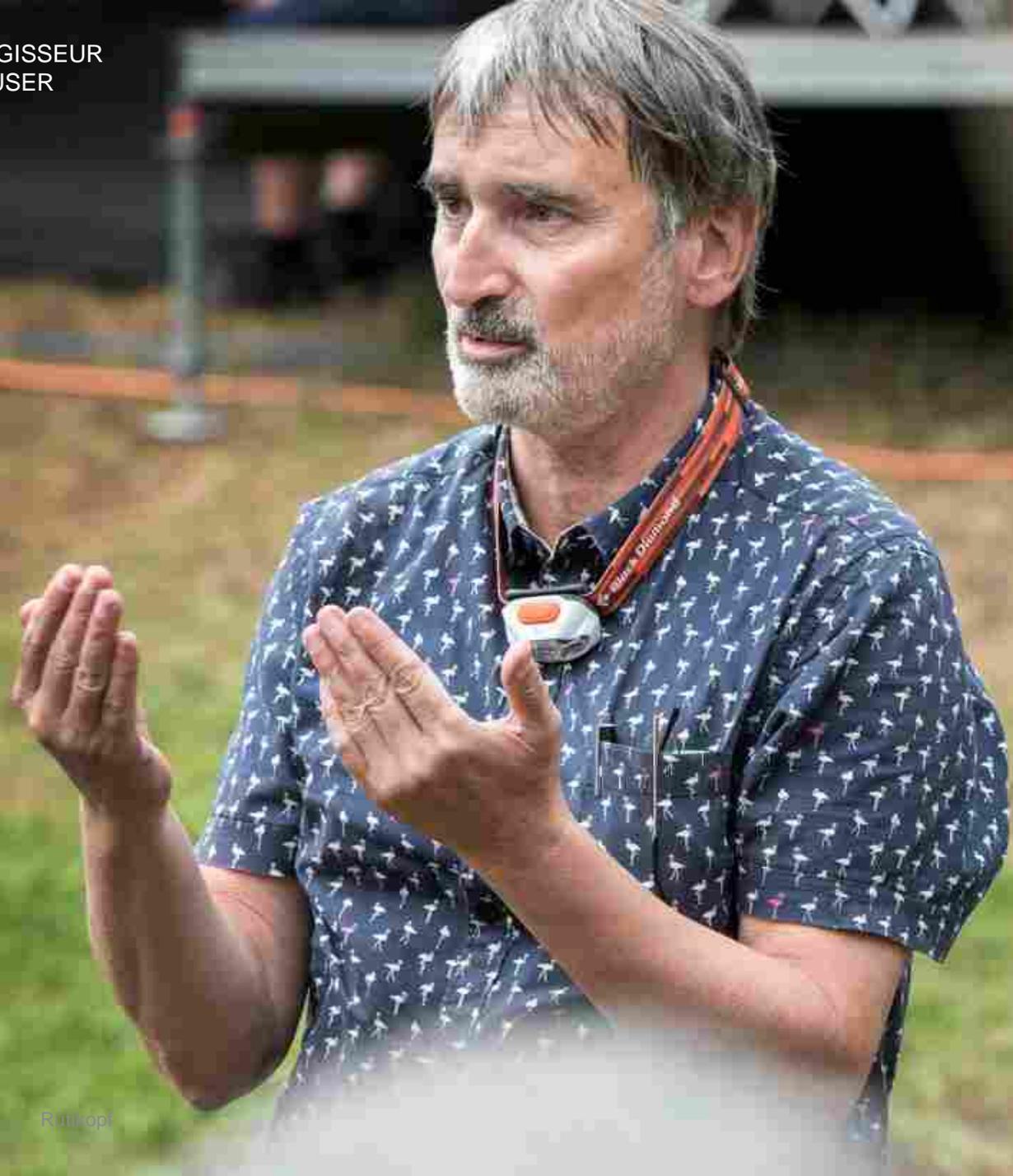
Theaterproduktion mit Musik

2019 «ALPENGLÜHEN»



GRINDELWALD ⁺
EIGER

AUTOR UND REGISSEUR
JÜRG FANKHAUSER















6'000 ZUSCHAUER



Rüschol



- Start 2015 / Planung im Vorstand Eigerness
- Gründung Verein Jungfrautheater November 2016
- 14 Aufführungen 9. August – 7. September 2019, Hauptsponsoren Gemeinde und Tourismus Grindelwald
- 100 Mitwirkende aus dem Tal / 6'000 Zuschauer
- Auslastung 90% / Budget der Produktion 600'000 CHF
- Projekt schliesst mit einem positiven Ergebnis ab und benötigt keine Defizit Garantien



Berner
Fachhochschule

GRINDELWALD ⁺

EIGER



Eiger Milch
GRINDELWALD ⁺



AB 2018 BIS ...
PROJEKT AGRIFOOD & TOURISMUS

GRINDELWALD ⁺
EIGER

- 
- 2018 / 2019 Analyse «Foodies»
 - Unterstützung SECO und BLW
 - Phase 1 und 2 sind abgeschlossen
 - Phase 3 und 4 (Massnahmen / Umsetzungen) geplant ab Winter 2020

„Mach es wie die Briefmarke.
Sie sichert sich den Erfolg
durch die Fähigkeit,
an einer Sache festzuhalten
bis sie ankommt.“

Josh Billings

Birgit Fritz-Egger

Verein Eigerness
www.eigerness.ch
info@eigerness.ch

GRINDELWALD 
EIGER

