

LEITBILD- UND STRATEGIEENTWICKLUNG: WORKSHOP MIT DEN KELLEREIEN VOM 10. OKTOBER 2018

Fotoprotokoll

1 Eckdaten

Ort: Ausstellungsraum Naturpark Pfyn-Finges

Datum, Zeit: 10. Oktober 2018, 9.00 – 11.00 Uhr

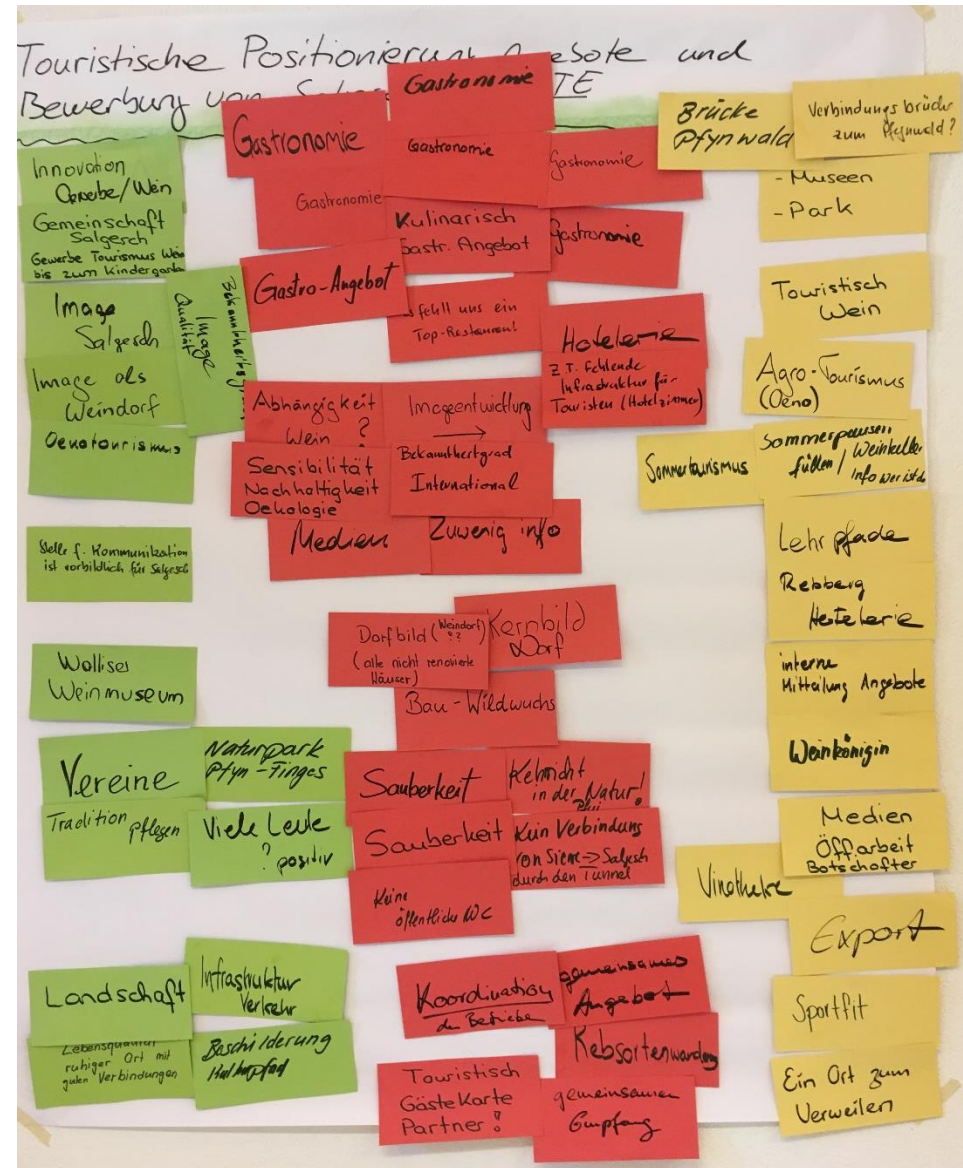
Teilnehmende:

Kellereien		Steuergruppe
Patrick Revey (Gregor Kuonen Caveau de Salquenen AG)	Felizitas Mathier (Franz-Josef Mathier AG)	Markus Vogt
Olivier Mounir (Cave du Rhodan)	Christian Schmid (Weinschmiede)	Rebecca Cina
Patrick Z'Brun (Domaines Chevaliers)	Amédée Mathier (Albert Mathier & Söhne AG)	Gilles Florey
Rolf Marti (Cave chez Violaine)	Beate Caldelari (Weinkellerei Caldelari)	Jens Grichting
Christine Marti (Cave chez Violaine)	Edo Constantin (Edmund Constantin)	
Tamara Glenz (Glenz & Töchter)		Moderation
Amédée Cina (Cave la Chapelle SA)		Lorenz Kurtz
Philippe Constantin (Cave St. Philippe)		

2 Touristische Positionierung, Angebote und Bewerbung von Salgesch HEUTE

Die TeilnehmerInnen konnten sich zur aktuellen Situation des Tourismus in Salgesch äussern.

- Was läuft gut, wo werden Synergien genutzt: grüne Karten
- Was läuft nicht gut, wo gibt es Mängel: rote Karten
- Was sind Potentiale und Verbesserungsmöglichkeiten: gelbe Karten



4 Aufgaben und Rollen der Schlüsselakteure

Die Steuergruppe – bestehende aus Vertretern der Gemeinde und des Vereins Weindorf Salgesch – haben im Vorfeld eine Auswahl getroffen, welche die Schlüsselakteure im «Tourismussystem Salgesch» sind. Die anwesenden Kellereien haben bestätigt, dass es sich dabei um folgende fünf Akteure handelt:

1. Kellereien
2. Beherbergung/Gastronomie
3. Naturpark Pfyng-Finges
4. Gemeinde
5. Verein Weindorf Salgesch

Anschliessend konnten die TeilnehmerInnen – mit Blick auf das Positivszenario – festlegen, welche Ziele/Aufgaben diese 5 Schlüsselakteure verfolgen, welche Aktivitäten sie unternehmen sollen und welche Rahmenbedingungen sie benötigen, um dies zu bewerkstelligen. Der Fokus lag dabei auf den Kellereien und dem Verein Weindorf Salgesch. Zum Naturpark Pfyng-Finges gab es keine Äusserungen. Die Farben der Karten haben keine Aussagekraft.

