

Jahresbericht Förderverein Emmental 2025

Liebe Freundinnen und Freunde des Emmentals

Gerne zeige ich Ihnen ein letztes Mal als Präsidentin auf, wie der Vorstand des Fördervereins Emmentals gearbeitet und Ihre Mitgliederbeiträge eingesetzt hat. Hoffentlich zu Ihrer Zufriedenheit - und hoffentlich zum Wohl des Emmentals. Das ist unser Ziel.

Wir hielten uns auch dieses Jahr daran: Was rund läuft, muss man nicht ändern. Traditionen haben ihr Gutes. Und genauso haben wir gehandelt. Erneut floss rund die Hälfte unserer Einnahmen in den Emmentaler Tourismus. Isabelle Hollenstein und ihr Team von der ETAG leisten seit Jahren vorzügliche Arbeit und haben das Emmental als Tourismus-Destination ins nationale Interesse gerückt. Deshalb sollen sie auf uns zählen können; unser gemeinsamer Beitrag soll ihnen auch künftig Budgetsicherheit gewähren und sie motivieren, ihre Arbeit mit viel Freude und neuen Ideen fortzuführen.

Bewährt hat sich auch der Tourismusgipfel, den wir zusammen mit Gastro Emmental-Oberaargau ausrichten. Diesmal fand er im Casino Burgdorf statt und stiess auf grossen Anklang. Sicher nicht zuletzt, weil wir mit Nik Hartmann einen prominenten Gast begrüssen konnten. Nik Hartmann ist Botschafter für den sanften Tourismus, so wie wir ihn im Emmental pflegen; als Referent hat er deshalb ausgezeichnet gepasst und unsere Mitglieder begeistert.

Am selben Abend lancierten wir zudem die erste Etappe unserer Markenkampagne unter dem Motto «Was läbsch du?». Spielerisch – und online – können sich alle daran beteiligen und herausfinden, was sie am Emmental am meisten schätzen. Ist es «Genuss», ist es «Kompetenz», ist es «Vielfalt»? Das sind die Werte, welche wir in einem breit abgestützten Verfahren definiert und der Marke Emmental hinterlegt haben. Das Spiel läuft weiter unter xy... Klinken Sie sich ein; es macht Spass. Die Verlosung der Ballonfahrt übers Emmental hat allerdings bereits stattgefunden. Diese Aktion konnten wir nur dank der Unterstützung von Vögeli Druckerei AG und der Bernerland Bank realisieren. Danke vielmals. Bereits haben wir auch die zweite Etappe der Markenkampagne an die Hand genommen und können Ihnen schon jetzt verraten: Sie wird gut, sie wird überraschend und sie wird von zahlreichen Firmen und Organisationen unterstützt.

Gut vorangeschritten ist auch die interne Zusammenarbeit mit unsern Fachgruppen «Produkte Emmental» und «Perlenkette Emmental». Wie angestrebt sorgt der Förderverein für deren Administration und die Mitglieder der Fachgruppen für das, was sie am besten können: Für die Akquisition von neuen Produkten und für die Entwicklung neuer Angebote. An der Mitgliederversammlung werden Sie aus erster Hand darüber informiert.

Die Markenentwicklung hat uns nicht nur viele Arbeitsstunden gekostet, sondern war auch eine finanzielle Herausforderung. U.a. haben wir ein juristisch sauber abgeklärtes Markenreglement erstellt, was nicht zuletzt auch für die Produkte entscheidend ist. Entsprechend stehen wir bei den Finanzen vor einer grossen Herausforderung. Nach den ausserordentlichen Aufwänden für die Markenkampagne muss sich der Verein in den nächsten Jahren wieder auf seine klassischen Förderaufgaben konzentrieren und Markeninitiativen nur dann lancieren, wenn sie im Vorfeld bereits finanziert sind.

Zum Schluss bleibt mir dies: Ein grosses Dankeschön an Sie, liebe Freundinnen und Freunde des Emmentals, an unsere Geschäftsführerin Isabelle Hollenstein und ihr Team und an unsere Partner und Partnerinnen in Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Kultur. Unglaublich, auf welch grosses Engagement ich überall stiess, wieviel power ich erfahren durfte und wieviel Herzblut von Ihnen allen fliesst. Für unser Emmental. Es war mir eine Ehre, mit Ihnen unterwegs zu sein. Ich bedanke mich dafür. Und freue mich gleichzeitig, mit Urs Lüthi den idealen nächsten Präsidenten präsentieren zu können. Sie finden sein Motivationsschreiben in den Unterlagen. Urs Lüthi wird alles geben. Davon bin ich überzeugt.

Herzlich, machen Sie`s gut – und wir sehen uns im Emmental!

Elisabeth Zäch