

Protokoll zur 17. Mitgliederversammlung Förderverein Emmental

Donnerstag, 24. März 2025, 19.00 Uhr
Wildstation Landshut, Utzenstorf

Anwesend: Stimmberechtigte (gemäss Präsenzliste)

Anwesende Vorstandsmitglieder:

Elisabeth Zäch (EZ), Andreas Wyss (AW), Christopher Risse (CHR), Isabelle Hollenstein (IH),
Claudia Rindlisbacher (CR)

Protokoll:

Nicole Haldemann (NH)

1. Begrüssung

EZ begrüsst die Teilnehmenden.

2. Wahl der Stimmzähler

EZ schlägt als Stimmzählerin vor: Volker Beduhn.

Abstimmung: Der Vorschlag wird einstimmig genehmigt.

3. Protokoll der 16 Mitgliederversammlung.

Das Protokoll wurde im Vorfeld einstimmig vom Vorstand genehmigt. Die Mitglieder hatten die Möglichkeit, vor der Versammlung Einsicht zu nehmen.

4. Wahlen der Vorstandsmitglieder

Michelle Renaud steht zur Wahl, da sie den Platz von Andreas Wyss in der Regionalkonferenz Emmental, Ressort Tourismus, übernommen hat.

Abstimmung: Der Antrag zur Wahl von Michelle Renaud als Vorstandsmitglied wird einstimmig angenommen.

5. Abstimmung Markenreglement

Das bisherige Reglement stammt aus dem Jahr 2010 und wurde nun durch den Vorstand und einen externen Markenrechts-Spezialisten überarbeitet. CR stellt die aktualisierten Punkte vor.

Änderungen und Anpassungen im neuen Markenreglement:

Struktur: Das neue Markenreglement hat sich in der Struktur verändert, nicht aber wesentlich im Inhalt.

- **Art. 2:** Unverändert zum vorherigen Reglement.
- **Art. 3 (Gestaltung und Anordnung der Marke):** Dieser Artikel wurde neu aufgenommen. Der Schriftzug darf in den Farben Grün, Weiss und Schwarz verwendet werden.
- **Art. 4:** Lediglich eine Ergänzung im Absatz c, da die Regionalprodukte neu integriert wurden. Die Regelung besagt, dass mindestens 80 % des Produkts aus der Region Emmental stammen müssen. Hier gilt das Reglement der Regionalprodukte in der Beilage 3.
- **Abs. 3:** Änderungen am Markenantrag müssen bei späteren Anpassungen der Geschäftsstelle gemeldet werden.
- **Art. 5 (Überwachung der Einhaltung dieses Reglements):** Die Geschäftsstelle überwacht die Nutzung der Marke, jedoch liegt die Verantwortung auch bei den Mitgliedern selbst, allfällige Veränderungen mitzuteilen.
- **Art. 6:** Enthält die Konsequenzen bei Verstössen gegen das Reglement und regelt die Massnahmen des Vereins.
- **Art. 7:** Lediglich eine sprachliche Verbesserung zur besseren Lesbarkeit.
- **Art. 8 (Schlussbestimmung):** Bei nicht Einigung ist das Schweizer Recht anwendbar. Ausschliesslicher Gerichtsstand ist Burgdorf.
- **Beilage 1:** Gebietsdefinition – inklusive zusätzliche Gemeinden von Gastro Emmental-Oberaargau
- **Beilage 2:** Gestaltung und Anordnung des Schriftzugs.
- **Beilage 3:** Markennutzungsrechts für Regionalprodukte (RP).

An der letzten Fachgruppensitzung wurden mit dem neuen Markenreglement für Regionalprodukte, welches an der Versammlung im 2024 genehmigt wurde, bereits 13 Produkte geprüft und aufgenommen, die alle die Kriterien zur Nutzung des Schriftzugs erfüllen. Eines dieser Produkte könnte bald im Coop erhältlich sein. Ein weiteres positives Beispiel der Markennutzung ist die Firma Ofen Schenk, welche den Emmental Schriftzug zukünftig auf den Öfen platziert und die Kriterien entsprechend einhält.

Es wurde die Frage gestellt, was mit Betrieben passiert, die den Schriftzug benutzen, aber nicht dem Markenreglement entsprechen – zum Beispiel *Oil of Emmental*. CR antwortet, dass der Schriftzug verwendet werden darf, wenn die Marke zuvor durch die IGE geprüft wurde.

Abstimmung: Der Antrag zur Genehmigung des Markenreglements wird einstimmig angenommen.

6. Jahresbericht der Präsidentin

EZ informiert die Mitglieder über die Entwicklungen, die der Verein in den letzten Monaten getätigt hat. Der Jahresbericht wurde den Mitgliedern bereits auf der Webseite zur Verfügung gestellt.

Mit dem NRP-Projekt «Dynamik Emmental» wurde die Strategie des Fördervereins überarbeitet und die Vereinsziele klar definiert. Ziel ist es, die Marke Emmental zu

stärken. Die drei Werte der Marke Emmental wurden gemeinsam mit unterschiedlichen Gremien und Persönlichkeiten aus der Region erarbeitet: Kompetenz, Genuss und Vielfalt.

Der Förderverein konnte erneut spannende Projekte und Aktivitäten unterstützen. Einige Beispiele: Key-Partnerschaft mit Emmental Tourismus, Schulreiseland Emmental, Bergkönig sowie der Herbstanlass der RKE.

7. Jahresrechnung 2024

IH erläutert die Jahresrechnung.

Die Einnahmen bestehen grösstenteils aus den Mitgliedschaftsgebühren sowie aus dem Beitrag von Gastro Emmental-Oberaargau. Zu den Ausgaben zählen der Tourismusgipfel, verschiedene Anlässe, der Key-Partnerschaftsbeitrag an Emmental Tourismus sowie weitere Projekte.

Der Aufwandüberschuss beläuft sich auf CHF 9'396.-.

Der Verein verfügt per 31.12.2024 über ein Eigenkapital von CHF 18'711.-.

Die Jahresrechnung wurde vom Treuhandbüro Sutter in Langnau i.E. revidiert. Der Revisionsbericht wird aufgelegt.

Abstimmung: Die Jahresrechnung 2024 wird ohne Fragen oder Anmerkungen einstimmig angenommen.

8. Fusion Verein Perlenkette Emme

Christian Hedinger, Vereinspräsident, erläutert die Tätigkeiten des Vereins Perlenkette Emme. Der Verein wurde durch die Umsetzung eines NRP-Projekts gegründet. Er bietet Angebot entlang der Emme mit verschiedenen naturnahen Erlebnissen, immer in Kombination mit kostenlosen und buchbaren Angeboten. Die Wildstation ist eine dieser «Perlen», insgesamt gibt es Stand heute sechzehn davon. Die Entwicklung der Perlen wurde durch NRP-Gelder unterstützt.

Nach der Fusion der Ämmitaler Ruschtig mit dem Förderverein, hat sich der Verein Perlenkette Emme auch damit auseinandergesetzt und diverse Gespräch mit der Geschäftsstelle und dem Vorstand des Fördervereins geführt. An der Vereinsversammlung vom 3. Dezember 2024 hat der Vorstand bei den Mitgliedern eine Fusion mit dem Förderverein beantragt. Der Antrag wurde genehmigt. Ziel ist eine stärkere Vernetzung, mehr Knowhow durch Experten, die Reduktion von Verwaltungsaufwand, sodass mehr Zeit in die Fachgruppen-Aufgaben und Marketing investiert werden kann.

Das Eigenkapital der Perlenkette beträgt CHF 39'000.-. Dieser Betrag wird nach der Fusionierung dem Förderverein gutgeschrieben mit expliziter Zuweisung zur neuzugründenden Fachgruppe Perlenkette. Diese wird sich aus dem heutigen Vereinsvorstand zusammensetzen.

CH präsentiert den Teilnehmenden die zukünftige Mitgliederbeitragsstruktur für Perlentträger:innen und Gönner:innen.

Abstimmung: Der Antrag zur Abstimmung über die Fusion mit dem Verein Perlenkette Emme wird einstimmig angenommen.

9. Budget 2025

IH erläutert das Budget. Die Regionalprodukte werden ab 1.1.25 nicht mehr über die Geschäftsstelle vertrieben, sondern direkt über die Produzenten. Daher ist der Ertrag und Aufwand von Produkten nicht mehr im Budget enthalten.

Die Zusatzbeiträge der Produzenten werden im 2025 auf CHF 10'000.- budgetiert. Die übrigen Einnahmen entsprechen dem letzten Jahr, mit Ausnahme der CHF 3'000.-, die für die Markenkampagne eingesetzt werden.

Zudem werden viele Aufgaben ehrenamtlich durch den Vorstand übernommen, wodurch das Budget des Fördervereins entlastet wird. IH bedankt sich an dieser Stelle herzlich bei Elisabeth und den weiteren Vorstandsmitgliedern für den wertvollen Einsatz. Im Budget ergibt sich ein Gewinn von CHF 1'000.-.

Die Fachgruppe Perlenkette ist noch nicht im Budget enthalten, da die Fusion erst nach der offiziellen Abstimmung an der heutigen Versammlung erfolgt. Ab 2026 wird ein gemeinsames Budget vorliegen.

An den Verwaltungskosten beteiligen sich auch die jeweiligen Fachgruppen. Jede Fachgruppe gibt ihre individuellen Aufträge an die Geschäftsstelle und diese Stunden werden von der entsprechenden Fachgruppe finanziert.

Abstimmung: Der Antrag zur Genehmigung des Budgets 2025 wird einstimmig angenommen.

10. Dynamik Emmental

Die Kampagne soll dazu beitragen, dass die ausgearbeiteten Marken Werte zu den Emmentaler:innen gelangen. Die Kampagne wird am Tourismuspipfel am 12. Mai 2025 im Casino Theater Burgdorf lanciert.

IH gibt einen kleinen Einblick in die Kampagne: Die erste Phase der Kampagne richtet sich nach innen, damit die Emmentaler:innen die Werte verstehen, leben und sie in einer nächsten Phase als Botschafter:innen nach aussen tragen können. Es geht nicht nur darum, die Werte zu benennen, sondern sie auch sichtbar zu machen.

Verschiedene Fachkräfte wurden in die Entwicklung der Kampagne eingebunden.

Die Lancierungsphase läuft bis Oktober 2025, danach wird sie in einer zweiten Phase weitergeführt. Die Kampagne wird sowohl in Printmedien als auch digital präsent sein.

11. Varia & Abschluss

EZ verabschiedet Andreas Wyss und dankt ihm für seine wertvolle Arbeit in den vergangenen Jahren und seinen grossen Einsatz für den Förderverein und das Emmental. EZ bedankt sich bei allen Teilnehmenden und dem Vorstand für ihr Engagement.

Schluss der Versammlung: 20:10 Uhr.

Für das Protokoll:



Nicole Haldemann

Burgdorf, 25.03.2025