

## Geschäftsbericht regio-wochen 2023

### 1 Zusammenfassung

Kampagnendauer	02.09.2023 – 24.09.2023
Kommunikationsleistung, Anzahl Kontakte	584'082
Mitwirkende Produzenten	8 Urnäscher Milchspezialitäten, Urnäsch Appenzeller Fleisch und Feinkost, Appenzell Liebeswerkstatt, Arbon Öpfelfarm, Steinbrunn Säntisblick Destillerie, Niederbüren Lütolf Spezialitäten, St. Margrethen Weingut am Steinig Tisch, Thal Sonnenbräu, Rebstein
Mitwirkende Restaurants	10 Krone Mosnang, Mosnang Hotel Heiden, Heiden Alpenhof, Oberegg Giusis Restaurant, Amriswil Stumps Alpenrose, Wildhaus Kundelfingerhof, Schlatt Restaurant Burg, Au Hotel Schloss Seeburg, Kreuzlingen Hotel Hecht, Rheineck Appenzeller Schaukäserei, Stein
Anzahl bestellte regio-wochen Menüs	257
Anzahl eingelöste Leserbons	28
Anzahl Tischreservation	126

## 2 Konzept und Wirkungsziele

Die regio-wochen vernetzen Culinarium-Produzenten und -Gastronomen mit Konsumenten und positionieren vielfältige Regionalprodukte durch eine gemeinsame Kommunikation. Eine zentrale Landingpage fasst alle Elemente und Angebote der regio-wochen zusammen.

### Entdecken / Gastronomie

Zehn Gastronomiebetriebe, die nach den Richtlinien des Trägervereins CULINARIUM bewirten, werden speziell für die regio-wochen ausgewählt. Sie bieten im Herbst ein regionales Menü mit drei Gängen und regionaler Weinbegleitung an. Die Betriebsleiter werden online und im St. Galler Tagblatt portraitiert. Mit einem Leserbon in den Printmedien für ein offeriertes Willkommensgetränk in einem mitwirkenden Betrieb werden mehr Tischreservierungen generiert.

### Erleben / Erlebnisbetriebe

Im Rahmen der Kampagne präsentieren sich drei Ostschweizer Erlebnisbetriebe mit einem gemeinsamen Singlespot auf TVO. Ein ansprechender Spot macht neugierig auf herbstliche Ausflüge ins MoMö, in die Appenzeller Schaukäserei und ins Chocolarium. Das Erlebnisangebot wird auf der Website der regio-wochen vorgestellt.

### Einkaufen / Produzenten

Zehn ausgewählte regionale Produkte werden in den Onlinemedien thematisiert. Ziel ist es, so viel Interaktion wie möglich durch persönliche Hintergründeinblicke der Culinarium-Produzenten auf den Social-Media-Kanälen zu erreichen. Mit den Videos sollen die Werte des Trägervereins CULINARIUM verankert werden.

## 3 Medienleistung

Datum	Medium	Art des Beitrags	Kontakte
27.08.2023	St. Galler Tagblatt	Seite für Geniesser – regio-wochen	99'000
31.08.2023	Culinarium Newsletter	Vorstellung regio-wochen	2'384
31.08.2023	Gäste-Newsletter	<a href="#">Thurgau Tourismus über regio-wochen</a>	Keine Angabe
31.08.2023 – 21.09.2023	Facebook, Instagram	Bezahlte Kampagne im Umkreis der Restaurants	127'215
31.08.2023 – 21.09.2023	Facebook, Instagram	Organische Posts über die mitwirkenden Restaurants	8'335
02.09.2023 – 24.09.2023	Tischsteller und Speisekarte	Individuelle Printmaterialien für Restaurants	Keine Angabe
02.09.2023 – 24.09.2023	Landingpage regio-wochen	Organische Landingpage-Aufrufe	4'367
02.09.2023 – 24.09.2023	Facebook, Instagram	Bezahlte Kampagne zu vier Produzenten-Portraits	105'441
02.09.2023 – 24.09.2023	Facebook, Instagram	Organische Posts der vier Reels zu den mitwirkenden Produzenten	9'443
02.09.2023 – 24.09.2023	Facebook, Instagram	Posts von rheintal.com	Keine Angabe
05.09.2023	Gäste-Newsletter	<a href="#">Newsletter von St.Gallen-Bodensee Tourismus</a>	3'297
06.09.2023	Facebook, Instagram	St. Gallen Bodensee Tourismus	Keine Angabe
11.09.2023 – 17.09.2023	TVO	Spot zu Erlebnisbetrieben	72'600
<b>Total</b>			<b>584'082</b>

## 4 Fazit

Die regio-wochen waren dieses Jahr sehr persönlich. Die zehn mitwirkenden Gastro-Betriebe wurden auf der Landingpage mit einem Interview portraitiert. Ausserdem wurde jedes regio-wochen-Menü einzeln aufgearbeitet und publiziert. Die Glaubwürdigkeit der Kampagne wurde dadurch im Vergleich zum Vorjahr stark verbessert. Auch konnten durch die Kampagne und die speziellen Menüs Tischreservierungen ausgelöst werden. Die Anzahl bestellter regio-wochen-Menüs liegt jedoch zwischen 6 und 120 Menüs.

Die erstellten Videos der Produzenten für die Social-Media-Kanäle haben erstaunlich viele Interaktionen ausgelöst. Die Videos beinhalteten Prise Humor und waren sehr persönlich. Zwar hat der Videoschnitt viel Zeit beansprucht, punkto Interaktion und Reichweite der Beiträge hat sich dies aber sehr gelohnt.

Der Fokus lag dieses Jahr auf der Onlinekampagne und auf dem St. Galler Tagblatt. Die Wirksamkeit war in den weiter entfernten Regionen, wie zum Beispiel im Thurgau weniger gut spürbar, da dort das St. Galler Tagblatt weniger gelesen wird.

Die Zusammenarbeit zwischen Chocolarium, Appenzeller Schaukäserei und MoMö war für das Culinarium sehr erfreulich. Wie viele Besucher aufgrund des TVO-Spots gekommen sind, lässt sich nicht abschätzen.

## 5 Ausblick

Die gewonnen Inhalte der regio-wochen bezüglich Gastronomen und Produzenten können für das Magazin, für Webbeiträge oder zukünftige Social-Media-Posts genutzt werden. Bereits generierte Inhalte könnten auch in einer Folgekampagne wieder genutzt werden.

Die Printwerbung darf nicht weggelassen werden, da viele Restaurantbesucher Printmedien konsultieren. Mehrere Restaurants geben an, dass sie ältere Gäste bewirtschaften, welche via Social Media nicht genug erreicht werden.

Die regio-wochen werden im September 2024 nicht wiederholt. Grund dafür ist, dass das Projekt an das Konzept von BATTLE OF TASTE angepasst wird. Im Juni 2024 verbindet BATTLE OF TASTE kuratierte regionale Erlebnisse im Bereich Gastronomie und Produktion.

## 6 Impressionen



**regio-wochen Menü**

<b>Regionaler Willkommensdrink:</b> Überraschung	<b>Weinempfehlung</b>
<b>Vorspeise</b> Gebratener Toggenburger Bloderkäse im Rohschinkenmantel, Nississalat und Karbissuppe	Riesling Sylvaner Weti Waibe Berneck KronWEIN Selection Weti Waibe Berneck
<b>Hauptgang</b> Toggenburger Schweinsfilet gefüllt mit Bergkäse und Schinken auf Rahmwirz und hausgemachten Quarkspätzli	
<b>Dessert</b> Toggenburger Schotzrifladen mit Rahm	Tobias SWEET Pinot Noir Schmid, Berneck

3-Gang-Menü CHF 52  
3-Gang-Menü mit Wein CHF 74

**CULINARIUM regio-garantie** Mit dem Logo des CULINARIUM regio-garantie sind alle Produkte und Dienstleistungen des Trägers und der Partnerorganisationen des Projekts und Spezialitäten aus der Region.

Alle Preise inkl. 7.7% MwSt.

culinarium\_regio.garantie [Profil bearbeiten](#) [Werbetools](#)

393 Beiträge 1.496 Follower 485 Gefolgt



Trägerverein Culinarium

- Gemeinnützige Organisation
  - | 500 Gastronomen und Produzentinnen
  - | 4800 regionale CULINARIUM-Produkte
  - | 10 Team-Mitglieder
  - | 1 Ziel: Genuss aus der Region!
- [linktr.ee/culinariumregiogarantie](https://linktr.ee/culinariumregiogarantie)

**Acht-same Kulinarik**  
Hotel Heiden  
Restaurant Acht Heiden

**Küche und Service mit Herz**  
Guisis Restaurant  
Amriswil

**Zu Ende gedachte Küche**  
Krone  
Mösnan

**Opfelfarm**  
Hier wird geschnitten und getrocknet.

**Oase am Schwendisee**  
Stumps Algenrose  
Wildhaus