

# KEDA Geschäftsbericht 2025

**CULINARIUM ALPINUM**  
Kompetenzzentrum für das  
Kulinarische Erbe der Alpen



# 2025: *Umsetzung, Sichtbarkeit und Vernetzung*

*Das Jahr 2025 stand für die Stiftung KEDA im Zeichen der konsequenten Umsetzung. Nach Jahren des Aufbaus und der strategischen Positionierung lag der Fokus auf der Realisierung konkreter Projekte und Angebote sowie auf deren gezielter Sichtbarmachung.*

Ein besonderer Höhepunkt war das 5-Jahr-Jubiläum des CULINARIUM ALPNUM mit dem Säumerfest. Gemeinsam mit Partnerinnen und Partnern, Produzentinnen und Produzenten sowie Gästen wurde Bilanz gezogen und die Entwicklung der vergangenen Jahre gewürdigt. Das Säumerfest knüpfte an historische Handelswege an und

machte kulturelle sowie kulinarische Verbindungen im Alpenraum erlebbar. Die grosse Besucherresonanz bestätigte die Relevanz unseres Ansatzes, Tradition, Wissen und Genuss in einen zeitgemässen Kontext zu stellen.

2025 wurde zudem genutzt, um bestehende Partnerschaften zu vertiefen und neue Verbindungen zu knüpfen. Alp'24 entfaltet bis heute Wirkung im Netzwerk. Im gesamten Alpenraum bestehen Organisationen mit ähnlichen Zielen. Der Austausch ermöglicht es, Ideen zu teilen, Synergien zu erkennen und gemeinsame Projekte weiterzuentwickeln.



### Wissensvermittlung sichtbar gemacht

Mit dem Launch des Podcasts «So schmecken die Alpen» wurde ein langfristig angelegtes Format etabliert. Der Podcast gibt Produzentinnen und Produzenten sowie Fachpersonen eine Stimme und stärkt unsere Position als Vermittlerin von fundiertem Wissen zu alpinen Produkten, Produktionsmethoden, Biodiversität und Regional-kulinariik. Gleichzeitig rückt er die Menschen hinter den Produkten ins Zentrum.

Parallel dazu wurde die Wissensvermittlung über bestehende Kanäle intensiviert. Social Media, Newsletter und Medienarbeit steigerten die Reichweite deutlich. Zahlreiche Beiträge in verschiedensten Print- und Onlinemedien sowie Radiobeiträge erhöhten die Sichtbarkeit substanziell. Kurse, Workshops, Degustationen und Veranstaltungen vor Ort verbanden Theorie und Praxis und waren sehr gut besucht.

Mit der Einführung des Mediaguides für das CULINARIUM ALPNUM, die Essbare Landschaft und die Alp-Sbrinz-Degustationen wurde ein weiterer Schritt gemacht. Gäste können das ehemalige Kloster selbstständig erkunden und Inhalte digital vertiefen. Auch Degustationen sind eigenständig möglich.

Die Essbare Landschaft wurde als Anschauungs- und Genussort weiterentwickelt. Pflanzungen, Beschilderungen und Vermittlungsformate machen Zusammenhänge zwischen Anbau, Verarbeitung und Genuss nachvollziehbar. Bildung, Biodiversität und Kulinariik greifen sichtbar ineinander.

### Kein Genuss ohne Landwirtschaft

Projekte zur regionalen Entwicklung (PRE) fördern die Zusammenarbeit zwischen Landwirtschaft, Tourismus und Gastronomie und bieten eine Chance, das bäuerliche Einkommen zu erhöhen. Im PRE Nidwalden wurde gemeinsam mit dem Landwirtschaftsamt ein Meilenstein erreicht: Die Projektskizze wurde vom Bund genehmigt, der Start der Grundlagene-tappe erfolgt im Herbst 2026. Neben konzeptionellen Fortschritten stand der Vertrauensaufbau mit den landwirtschaftlichen Betrieben im Zentrum. Gespräche, Betriebsbesuche und Workshops legten die Basis für eine langfristige Zusammenarbeit. Die enge Einbindung der Produzentinnen und Produzenten ist entscheidend, um Wertschöpfung, Qualität und Herkunft glaubwürdig zu verbinden.

Das Bild auf dieser Seite symbolisiert diesen Zusammenhang: das ehemalige Kapuzinerkloster als Genuss- und Kompetenzzentrum, die Essbare Landschaft als Lernort und die umliegenden Landwirtschaftsbetriebe als Fundament. Ohne Landwirtschaft kein Genuss auf dem Teller: Regionale Produktion bildet die Basis für unser gastronomisches Erlebnis und unsere Wissensvermittlung.

### Team und Zusammenarbeit

Das Team der Stiftung KEDA arbeitete 2025 stabil und fokussiert. Prozesse wurden konsolidiert, Projekte effizient umgesetzt. Die Verstärkung im Bereich Kommunikation und Wissensvermittlung ermöglichte eine vertiefte inhaltliche Arbeit und neue Formate.

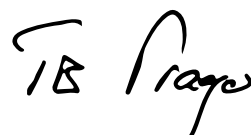
Die Zusammenarbeit mit dem Gastgeber-team im CULINARIUM ALPNUM leistet einen zentralen Beitrag zur Umsetzung des Gesamtkonzeptes. Die gemeinsame Marke wird partnerschaftlich getragen. Die enge Abstimmung zwischen Kompetenzzentrum und Gastronomie stärkt das Profil des Hauses nachhaltig.

Unser Dank gilt dem gesamten Team sowie allen Partnerinnen und Partnern, Unterstützerinnen und Unterstützern, die mit Engagement und Vertrauen zur erfolgreichen Entwicklung beigetragen haben.

### Ein Vorbild für regionale Wertschöpfung und nachhaltigen Genuss

2026 steht im Zeichen der Weiterentwicklung. Mit Alp'26 wird erneut ein internationaler Grossanlass durchgeführt. Das Kursangebot wird ausgebaut, der Podcast weiterentwickelt, die Essbare Landschaft weiter profiliert. Das PRE-Projekt wird konkretisiert, zusätzliche Initiativen in den Bereichen Wissensvermittlung, Tourismus und nachhaltige Genuss- und Ernährungssysteme werden lanciert. In Produktion ist zudem das erste hauseigene Kochbuch, das ab Herbst 2026 erhältlich sein wird.

Das CULINARIUM ALPNUM bleibt der zentrale Ort, an dem sich Kompetenz, Genuss und regionale Wertschöpfung bündeln. Die Stiftung KEDA wird ihre Rolle als Brückenbauerin zwischen Landwirtschaft, Verarbeitung, Gastronomie, Tourismus und Konsumentinnen und Konsumenten weiter festigen – mit der klaren Vision, das kulinarische Erbe der Alpen als Vorbild für nachhaltigen Genuss zu positionieren.



Tis Prager,  
Präsident des Stiftungsrates



Andres Lietha,  
Geschäftsführer



# Ein Säumerfest zum Jubiläum

*Wenn Ende August die Säumer mit ihren Saumtieren in Stans einziehen, wird alpine Geschichte lebendig. Das traditionelle Säumerfest erinnert an die historischen Handelswege über die Alpen und an den kulinarischen Austausch zwischen Nord und Süd. 2025 erhielt das Fest eine zusätzliche Bedeutung: Das CULINARIUM ALPINUM nutzte den Anlass, um im Kreis seiner wichtigsten Partnerinnen und Unterstützer auf fünf Jahre Entwicklung und Aufbau anzustossen.*



## Tradition und gelebtes Brauchtum

Das Säumerfest knüpft an eine jahrhundertealte Tradition an. Über Generationen transportierten Säumerinnen und Säumer mit ihren Tieren Waren über die Alpenpässe. Besonders der Sbrinz-Käse wurde aus der Zentralschweiz nach Italien gebracht. Auf dem Rückweg gelangten Maisgries, Reis oder Wein in die Alpenregion – Produkte, die bis heute Teil der regionalen Esskultur geblieben sind.

Diese Geschichte wurde auch 2025 wieder sichtbar und erlebbar. Am 23. und 24. August verwandelte sich der Parkplatz in einen lebendigen Treffpunkt für Einheimische, Gäste, Produzentinnen und Traditionsfreunde. Der feierliche Auszug der Säumer mit ihren Saumtieren bildete einen der Höhepunkte des Festes. Der traditionelle Säumermarkt, musikalische Unterhaltung und zahlreiche Begegnungen sorgten für eine besondere Atmosphäre.

Auch kulinarisch stand das Fest ganz im Zeichen der alpinen Tradition. Die Besucherinnen und Besucher erwartete eine vielfältige Festwirtschaft mit regionalen Spezialitäten. Neben À-la-carte-Angeboten im Restaurant wurden typische Gerichte wie Bratchäs, Säumerkaffee und verschiedene Grillspezialitäten angeboten. Gelati nach italienischem Rezept erinnerten zugleich an die historischen Handelsverbindungen über die Alpen.

Führungen durch das Haus, durch die Essbare Landschaft sowie durch den Alp-Sbrinz-Keller ermöglichten zusätzliche Einblicke in die Arbeit und Philosophie des CULINARIUM ALPINUM. Für einen besonderen Erinnerungsmoment sorgte eine Fotobox mit traditionellen Kleidern.

Der Sonntag begann mit einem Säumergottesdienst in der Kapuzinerkirche. Anschliessend machten sich die rund siebzehn Säumerinnen und Säumer gemeinsam mit ihren Tieren und mit zahlreichen Wanderinnen und Wanderern auf den Weg Richtung Domodossola. Damit wurde die historische Route symbolisch weitergeführt und die lebendige Verbindung zwischen Tradition, Landschaft und Kulinarik sichtbar gemacht.

## Fünf Jahre CULINARIUM ALPINUM

Das Säumerfest bot zugleich den passenden Rahmen für eine kleine Jubiläumsfeier: Seit fünf Jahren steht das CULINARIUM ALPINUM für alpine Kulinarik, nachhaltige Landwirtschaft und gelebte Gastfreundschaft.

Im Kreis wichtiger Partnerinnen sowie langjähriger Unterstützer wurde auf die Anfänge zurückgeblickt. Der Start des Hauses fiel mitten in die Coronazeit und war von Unsicherheiten geprägt. Umso bedeutender ist die Entwicklung der vergangenen Jahre, in denen sich das CULINARIUM ALPINUM schrittweise als Kompetenzzort für alpine Kulinarik und regionale Landwirtschaft etablieren konnte.

Das Jubiläum wurde deshalb bewusst im Rahmen des Säumerfestes gefeiert. Die Geschichte der Säumer steht für Austausch, Handel und kulinarische Vernetzung im Alpenraum – Werte, die auch für das Selbstverständnis des CULINARIUM ALPINUM zentral sind.

Corine Niederberger, Events und Kurse

# «So schmecken die Alpen» Der Podcast

*Mit dem Podcast macht das CULINARIUM ALPINUM das kulinarische Erbe der Alpen hörbar. Was als Initiative zu Jahresbeginn startete, entwickelte sich innert weniger Monate zu einem hochwertigen Medienformat mit internationaler Resonanz.*

Das CULINARIUM ALPINUM versteht Kulinarik als kulturelles Erbe sowie als musisches Handwerk und gibt den Menschen dahinter eine Stimme. Ein Podcast ist der ideale Resonanzraum, um diese Themen hintergründig erlebbar zu machen. Köchinnen, Produzenten und Organisationen, die alle gemeinsam das kulinarische Erbe der Alpen pflegen, erschaffen und für die Zukunft formen, bekommen dadurch eine Bühne. Ihr Handwerk und Wissen werden durch das zeitgemässe Medium Podcast einem breiten und heterogenen Publikum vorgestellt. Dabei erreichen wir Menschen, die sich bereits in der Alpenkulinarik auskennen, aber auch Interessierte.

## Hört, hört

Als der Podcast Anfang Dezember live ging, waren die Reaktionen durchgehend positiv und das Medienecho bestätigte die Relevanz und das Interesse am Podcast. CH-Media griff diesen schweizweit in ihrer Tagespresse sowie online mitsamt Bildern auf. Auch Fachmedien zeigten Interesse: Das Marmite-Magazin berichtete online über den neuen Podcast. Etwas später folgte die Anfrage von Gault & Millau, welcher einen Artikel über den Podcast veröffentlichte und ihn in seinen Newsletter aufnahm.

Bei der Medienarbeit bestätigten sich die Bemühungen um hochqualitative Inhalte. Nicht nur die Qualität der Audioaufnahme selbst, sondern auch die eloquenten und charismatischen Gäste, der inhaltliche rote Faden und die ergänzende fotografische Begleitung lassen den Podcast abgerundet als High-End-Medienformat erscheinen.

## Glaubwürdig: Fachwissen und Authentizität

Die beiden Hosts repräsentieren die Bandbreite des Publikums, das erreicht wird. Michaela Frank als 29-jährige Spitzenköchin mit ihrem fachlichen Background und ihrem Netz an Beziehungen spricht eine jüngere Zielgruppe an. Gian Rupf, Schauspieler und Sprecher, spricht mit seiner charismatischen, gleichzeitig neugierigen Erscheinung jede Generation an.



Eine Hörprobe finden Sie unter [www.culinarium-alpinum.ch/podcast](http://www.culinarium-alpinum.ch/podcast).

## Vom Drei-Sterne-Koch zum Käser-Weltmeister

Die im Dezember publizierten Folgen mit Käser-Weltmeister Floh Bienerth aus Andeer (GR), Drei-Sterne-Koch Norbert Niederkofler aus Bruneck (IT) und Fleischer Jogi Bischof aus dem Bregenzerwald (AUT) stossen auf grosses Interesse. Nicht nur die bisherigen Gäste, sondern auch künftige gelten als Vorzeigebetriebe und -personen. Ihr Schaffen hat grosse Auswirkungen auf die Nachhaltigkeit, dieses soll mit dem Podcast eine Bühne bekommen.

## Quo vadis?

Im Vordergrund steht, ein einwandfreies und einzigartiges Hörerlebnis zu schaffen und ein möglichst breites und abwechslungsreiches Spektrum des kulinarischen Alpenraums abzudecken. Dabei spielen diverse Faktoren eine Rolle: die Abwechslung von Berufen oder Berufungen sowie das Näherbringen von Produzenten, Verarbeitenden, aber auch von Hotellerie und Interessengruppen. Weiter spielt die geografische Vielseitigkeit eine Rolle, Themen sollen saisonal passen und unmittelbar inspirieren. Sei es zum saisonalen Kochen, zum regionalen Einkaufen oder um die Alpenregion kulinarisch zu erkunden.

Meret Wettstein, Redakteurin

# Analog? Digital? Hybrid!

Mit dem Mediaguide wurde 2025 ein digitales Instrument eingeführt, welches die bestehenden Erlebnisse des CULINARIUM ALPINUM in die digitale Welt überführt und zugleich Raum für neue Formate und Ideen schafft. Direkt auf ihrem Smartphone entdecken Gäste das Klostergebäude, die Essbare Landschaft sowie den Alp-Sbrinz-Käse – kostenlos und rund um die Uhr. Erste Nutzungsdaten zeigen, was bereits gut funktioniert und wo noch Potenzial liegt.

## Konzipiert für Museen und Galerien

Audioguides sind aus grossen Museen längst bekannt. Diese ermöglichen es Besuchern, an Hintergrundinformationen von Ausstellungsstücken zu gelangen oder in ihrer eigenen Sprache durch eine Ausstellung geführt zu werden. Für das CULINARIUM ALPINUM stand im Vordergrund, möglichst vielen Besucherinnen und Besuchern einen niederschweligen Zugang zu Themen des Stiftungszwecks zu bieten. Während Führungen oder Degustationen bisher nur auf Reservation und gegen Gebühr möglich waren, können Einzelpersonen heute zeit- und ortsunabhängig auf Entdeckungstour gehen. Seit der Einführung im September 2025 haben über 200 Personen eine Mediaguide-Tour besucht und über 3000 Medieninhalte aufgerufen. Ein willkommener Hebel, um unserer Philosophie im Gesamterlebnis noch mehr Gewicht zu geben.

## Bewährte Inhalte – durch künstliche Intelligenz aufbereitet

Menschen sprechen auf unterschiedliche Formate an. Manche lesen gern, andere hören lieber oder lernen visuell. Der Mediaguide verbindet diese verschiedenen Elemente in einem Tool und nutzt als Grundlage das Know-how der KEDA- und Gastgeberteams sowie unserer externen Führerinnen und Führer. Mithilfe frei verfügbarer KI-Software wurde dieses Wissen so aufbereitet, dass es als Bild, Text, Ton und teilweise Video abrufbar ist. Die KI harmonisiert und kürzt Texte, übersetzt sie in Fremdsprachen und spricht sie ein – so können Gäste die Entdeckungstouren in ihrer Muttersprache erleben. Neue Informationen oder weitere Themenschwerpunkte können schnell aufbereitet und ergänzt werden, ohne dass an der physischen oder technischen Infrastruktur Anpassungen notwendig sind.



## Digital – aber nicht um jeden Preis

Auch dickste Klostermauern halten die Digitalisierung langfristig nicht auf – und das ist auch gut so. Aber alle Aktivitäten ausschliesslich digital abzuhandeln, wäre der falsche Weg. Kulinarik und vielmehr Genuss bleiben vorerst analoge Erfahrungen, auch wenn erste Experimente zeigen, dass elektrische Signale einfache Geschmackseindrücke wie süss, salzig oder sauer simulieren können (sogenannter «digital taste»). Bis solche Ansätze alltags-tauglich sind, setzt das CULINARIUM ALPINUM auf das Beste aus beiden Welten – und auf echte bleibende Genusserlebnisse. Das Degu-Plättli für die Alp-Sbrinz-Degustation wird weiterhin liebevoll vom Küchenteam von Hand angerichtet, durch das Serviceteam persönlich serviert und von unseren Gästen ganz analog und genussreich probiert – am liebsten bei einem Glas süssem Birnensaft. Und seien wir ehrlich: Wer einmal die Ausdruckskraft eines gereiften Alp Sbrinz im Gaumen gespürt hat, möchte dieses Erlebnis auch künftig nicht als Stromstoss-Möckli erfahren. Es gilt also weiterhin, jene Formate zu finden und anzuwenden, welche ihren Zweck am besten erfüllen und am meisten Wirkung erzielen.

Stefan Rösli, Daten- und Wissensmanagement

# Regionale Strahlkraft, internationale Reichweite

Die Medienarbeit wurde im Jahr 2025 dank der Zusammenarbeit mit der Agentur PrimCom sowie durch eigene Medienmitteilungen weiter ausgebaut.

Insgesamt erschienen 172 Beiträge in regionalen, nationalen und internationalen Medien. Neben zahlreichen kürzeren Berichten mit spürbarer Ausstrahlung gegenüber der lokalen Bevölkerung sorgten auch grössere Publikationen und ausführliche Porträts mit internationaler Reichweite für Aufmerksamkeit. Anlass dazu boten mehrere wichtige Entwicklungen im Haus, darunter die Eröffnung des Inneren Chors, das Jubiläum in Verbindung mit dem Säumerfest sowie der Launch des Podcasts. Die breite mediale Resonanz unterstreicht das wachsende Interesse an Themen rund um alpine Kulinarik, Landwirtschaft und Esskultur – und am CULINARIUM ALPINUM.

## Kennzahlen

Januar bis Dezember 2025

- Artikel**  
172 Artikel gesamt
- Auflage**  
4,2 Mio. Exemplare
- Reichweite**  
14,5 Mio. Leserinnen und Leser
- Internet**  
223 Mio. Seitenbesuche

## Wie schält man eine Kastanie?

Hier ist „Farm to Table“ mehr als nur ein Marketingpruch: Das Culinarium Alpinum in Nidwalden zeigt, wie man ein ehemaliges Kloster in ein kulinarisches Schlaraffenland verwandelt.

Von Melanie Mühl



**Nachgarner:** Hier werden mehr als 200 Obst- und Beerenarten...

**Wie schält man eine Kastanie?**

Der Artikel beschreibt die Herausforderungen bei der Ernte und Verarbeitung von Kastanien in der Region. Er erwähnt die Zusammenarbeit mit lokalen Erzeugern und die Bedeutung der Qualität für das Culinarium Alpinum. Ein QR-Code führt zum vollständigen Artikel in der FAZ.

«Wie schält man eine Kastanie?»  
FAZ, Melanie Mühl



## Aromen aus dem Alpenraum

Wie durch die Pforte das im Jahre 1958 erbaute Kastanienhaus an der Merg in Gersau, heute eine wunderbare, geschmackvolle Wirt- und ein Wein- und Esszimmer.

Das Culinarium Alpinum präsentiert die „Kompositionen für Kultur und Alpinismus“, was in der öffentlichen Diskussion etwa per Podcast, in den sozialen Medien und in den Blogs des Culinarium Alpinum zu sehen ist. Die Küche ist ein Ort, an dem die Traditionen der Alpenregion lebendig gehalten werden. Die Mitarbeiterinnen des Culinarium Alpinum sind stolz auf ihre Arbeit und die Qualität der Speisen, die sie zubereiten.



## Ort zum Raum für Events


Das Culinarium Alpinum in Gersau ist ein Ort, an dem die Traditionen der Alpenregion lebendig gehalten werden. Die Mitarbeiterinnen des Culinarium Alpinum sind stolz auf ihre Arbeit und die Qualität der Speisen, die sie zubereiten.



## Der Umbau in Zahlen

Das Culinarium Alpinum in Gersau ist ein Ort, an dem die Traditionen der Alpenregion lebendig gehalten werden. Die Mitarbeiterinnen des Culinarium Alpinum sind stolz auf ihre Arbeit und die Qualität der Speisen, die sie zubereiten.

- 12 Monate
- 2 moderne Kunstwerke



# Thematische Vielfalt mit Events und Kursen

*Das Jahresprogramm des CULINARIUM ALPINUM baute auf den Zielen des Hauses auf und setzte die bestehenden Schwerpunkte fort. Kulinarik, Landwirtschaft, Kultur und Handwerk wurden thematisch miteinander verbunden und in unterschiedlichen Formaten zugänglich gemacht. Ziel war es, Wissen zu vermitteln, Traditionen zu pflegen und aktuelle Fragestellungen im Kontext regionaler Ernährungskultur aufzugreifen. Die Veranstaltungen boten Gelegenheit zum Austausch zwischen Fachpersonen und Öffentlichkeit und stärkten das Bewusstsein für regionale Ressourcen, nachhaltige Wertschöpfung und kulturelles Erbe.*

## **Kastanien und Hagebutten im Zentrum**

Ein inhaltlicher Schwerpunkt im Herbst war der Kastanientag vom 8. November 2025, der in Zusammenarbeit mit der IG Pro Kastanie Zentralschweiz PLUS durchgeführt wurde. Die Edelkastanie hatte im Alpenraum über Jahrhunderte eine wichtige Funktion als Grundnahrungsmittel. In Zeiten knapper Ressourcen trug sie zur Nahrungssicherung bei. Heute wird sie vor allem als vielseitige Zutat mit eigenständigem Geschmacksprofil geschätzt. Der Kastanientag stellte die Kulturpflanze in den Mittelpunkt und thematisierte ihre historische, landschaftliche und kulinarische Bedeutung.

Ein begleitender Markt versammelte regionale Produzentinnen und Produzenten, die Kastanien in unterschiedlichen Formen verarbeiten – von traditionellen Spezialitäten bis hin zu neuen, ausgeklügelten Produkten. Das Referat mit dem dazugehörigen Film «Kastanie – rundum edel» vermittelte sachliche Hintergrundinformationen zur Geschichte, zur Verbreitung sowie zu Perspektiven im Anbau und in der Nutzung. Die Tavolata am Mittag und am Abend griff das Thema kulinarisch auf. Das mehrgängige Menü präsentierte die Kastanie in verschiedenen Zubereitungsarten und zeigte ihr grosses Potenzial in einer zeitgemässen Küche.

Bereits am 18. Oktober 2025 widmete sich der Hagebuttentag der Nutzung einheimischer Wildfrüchte. Im Zentrum standen Arten wie Hagebutten, Schwarzdorn, Weissdorn und Kornelkirschen, die Bestandteil der Kulturlandschaft sind, jedoch im Alltag oft wenig Beachtung finden. Der Anlass verband praktische Verarbeitung mit

Wissensvermittlung. Mitgebrachte Früchte wurden mithilfe einer Passiermaschine verarbeitet, welche Fruchtfleisch von Kernen und Härchen trennte. Der gewonnene «Buttenmost» konnte mit nach Hause genommen oder im Kochstudio weiterverarbeitet werden. Damit wurde der gesamte Prozess von der Ernte bis zum verzehrfertigen Produkt nachvollziehbar gemacht.

Auch Personen ohne eigenes Sammelgut konnten am Programm teilnehmen. Dank der Zusammenarbeit mit der Stiftung IDEA Helvetia wurden Wildsträucher und Wildobstpflanzen zur kostenlosen Mitnahme bereitgestellt. Ergänzend informierten Fachpersonen über essbare Wildfrüchte und deren Verwendungsmöglichkeiten. Ein Werkstisch für Kinder sowie öffentliche Führungen durch die Essbare Landschaft und das ehemalige Klostergebäude erweiterten das Angebot. Der Hagebuttentag zeigte exemplarisch, wie regionale Ressourcen genutzt, verarbeitet und weitergegeben werden können.





### **Kultur und Kulinarik**

Sehr beliebt bei unserem Publikum sind kulturelle Anlässe in Verbindung mit einem kulinarischen Erlebnis. Neben den bewährten Sagenabenden und den Vorträgen von Carl Bossard wurde am 4. Dezember das Kleintheater «Animal Farm» aufgeführt. Die Inszenierung des Schauspielersduos Gian Rupf und Volker Ranisch brachte die Parabel von George Orwell in reduzierter Form auf die Bühne des CULINARIUM ALPINUM. Der Abend wurde durch ein thematisch abgestimmtes Menü begleitet. Einzelne Gänge nahmen inhaltliche Motive des Werks auf und schufen eine Verbindung zwischen literarischer Vorlage und kulinarischer Umsetzung.

Eine weitere Kooperation bestand mit den Stanser Musiktagen vom 30. April bis 4. Mai. Als offizielles «Genusslokal» der Stanser Musiktage entwickelte das Restaurant ein kulinarisches Angebot passend zum Festival. Internationale Gerichte wurden konsequent mit Zutaten aus der Region umgesetzt. Dieses Konzept verdeutlichte, dass regionale Produktbasis und internationale Einflüsse miteinander vereinbar sind. Die Zusammenarbeit schlug damit eine Brücke zwischen musikalischem Programm und gastronomischem Angebot.

### **Regional, saisonal und nachhaltig**

Ergänzend zu den thematischen Veranstaltungen wurden 2025 wiederum diverse Kochkurse angeboten, die auf grosses Interesse stiessen. Die Kurse vermittelten grundlegende handwerkliche Techniken sowie Hintergrundwissen zu saisonalen Produkten, regionaler Wert-

schöpfung und nachhaltiger Zubereitung. Im Mittelpunkt steht dabei stets die alpine Küche in unterschiedlichen Ausprägungen – von traditionellen Gerichten über vegetarische Interpretationen bis zu Spezialthemen.

Auch in unseren Kursen verwenden wir fast ausschliesslich regionale und biologisch produzierte Zutaten. Die Teilnehmenden erhalten jeweils Einblick in professionelle Arbeitsweisen und in das Konzept «Vom Hof auf den Tisch». Neben der praktischen Arbeit boten die Kurse Gelegenheit zum Austausch über Herkunft, Qualität und Verarbeitung von Lebensmitteln. Damit leisteten sie einen wichtigen Beitrag zur kulinarischen Bildungsarbeit und stärkten das Profil des CULINARIUM ALPINUM als Kompetenzort für nachhaltigen Genuss.

### **Kulinarik als verbindendes Element**

Das Jahresprogramm 2025 verdeutlichte die inhaltliche Bandbreite des CULINARIUM ALPINUM. Die einzelnen Veranstaltungen kombinierten fachliche Vermittlung mit praktischer Umsetzung und kultureller Reflexion. Kulinarik fungierte dabei als verbindendes Element zwischen Geschichte und Gegenwart sowie zwischen Theorie und Praxis.

Das Jahresprogramm ergänzte den regulären Betrieb des Hauses und stärkte dessen Position als Ort des Dialogs, der Vermittlung und der praxisnahen Auseinandersetzung mit regionaler Ernährungskultur.

Corine Niederberger, Events und Kurse



# Frisch vom Strauch *direkt in den Mund*

*Die Essbare Landschaft ist ein lebendiger Anschauungs- und Genussort, der zum Staunen und Probieren einlädt. Hier entfaltet sich eine bunte Sortenvielfalt aus Beeren und Obst, von historischen Sorten bis hin zu spannenden Neuentdeckungen aus verschiedenen Kulturkreisen. Sträucher und Blumen bereichern die Vielfalt und stärken die Biodiversität – so ergibt sich ein fruchtbares Miteinander von Natur und Kultur. Der ehemalige Klostergarten darf neu erblühen und ein 500-jähriges Kulturerbe bleibt erhalten.*

Das Jahr 2025 schenkte der Essbaren Landschaft erneut reiches Gedeihen und Florieren. Was vor drei Jahren visionär konzipiert und angepflanzt wurde, wird nun jedes Jahr sichtbarer und attraktiver. Als öffentlicher Naschgarten öffnet er seine Tore jeden Tag ein Stück mehr für alle Sinne: Hier kann man riechen, schmecken, staunen und die Natur erleben. Besucherinnen und Besucher liessen sich von frischen Düften umwehen und genossen das «Naschen-dürfen» direkt vor Ort.

Gut besucht waren auch die gartenspezifischen Workshops und die Führungen: Spannende Geschichten, interessante Pflanzentricks und kleine Aha-Momente liessen die Anlässe zu einem Erlebnis werden.

## **Essbare Alpenpflanzen – Artenvielfalt und kulinarische Verwendung**

Karen Thoma führte in eine aussergewöhnliche essbare Pflanzenwelt ein und öffnete den Teilnehmenden die Tür zu einer faszinierenden Alpenflora. Eine grosse Auswahl an Alpenpflanzen konnte hautnah erlebt werden. Ihre Formen brachten die Teilnehmenden zum Staunen, ihre Düfte verführten und ihre vielseitigen Verwendungsmöglichkeiten eröffneten eine neue Welt der Kulinarik. Viele dieser alpinen Schönheiten gedeihen auch in Gärten oder auf Balkonen in tieferen Lagen. Der Workshop bot eine praxisnahe Einführung in Auswahl, Pflanzung und Pflege.

## **Tradition bewahren – Spalierkunst wird wiederbelebt**

Entlang der Klostermauern entstehen in der Essbaren Landschaft über dreissig Obst-Spaliere. Spalier sind eine Gartenkunst. Die am Spalier kultivierten Bäume haben das Potenzial zu hohen und regelmässigen Erträgen. Aufgrund ihres geringen Platzbedarfs können mehr Arten und mehr Sorten einer Art auf kleiner Bodenfläche gepflanzt werden.

Das Know-how der Spalierkunst droht verloren zu gehen. Darum führt das CULINARIUM ALPINUM zusammen mit

dem Verein FRUCTUS regelmässig Kurse zum Spalier-schnitt für Hobbygärtner und Profis an. Auch dieses Jahr war der Workshop sehr gut besucht. Unter der fachkundigen Anleitung von Werner Amgarten und Jakob Schierscher wurden die Grundlagen zum Schneiden und Formen von Spalieren vermittelt, und die Teilnehmenden führten den Schnitt an den Spalieren entlang der Klostermauer mit den erlernten Techniken direkt vor Ort durch.

### **Wildpflanzen am Wegrand**

Der beliebteste Kurs ist unser Klassiker: Wildpflanzen am Wegrand. Mit Margreta Krummenacher wurden in der und rund um die Essbare Landschaft geniessbare Wildpflanzen am Wegrand gesammelt. Anschliessend wurden die Naturschätze gemeinsam mit dem Küchenteam des CULINARIUM ALPINUM kreativ als Vorspeisen für ein Drei-Gang-Menü zubereitet – ein Erlebnis für alle Sinne.

### **Stein für Stein – eine Kunst, die bleibt**

Die Essbare Landschaft wurde dieses Jahr um ein grosses Kräuterbeet mit zwei Etagen erweitert. Trockenmauern geben den Beeten Struktur und fügen sich harmonisch in die Umgebung ein.

Seit Jahrhunderten werden Trockenmauern gebaut – eine Bautechnik ohne Mörtel. Im Alpenraum prägen diese Mauern bis heute Wiesen, Hänge und Terrassen. Sie hal-

ten Erde, geben Halt, schützen vor Erosion und schaffen Lebensräume, in denen es summt, raschelt und blüht. Trockenmauern sind Ausdruck einer jahrhundertealten Handwerkskunst, in der Funktionalität, Ästhetik und Nachhaltigkeit miteinander verschmelzen. Jeder Stein hat seinen Platz, jede Mauer ihren Charakter.

Im Rahmen eines Workshops zum Trockenmauerbau erhielten die Teilnehmenden eine praxisnahe Einführung in die Grundlagen dieser traditionellen Bauweise. Unter der fachkundigen Leitung von Simon Rohner von Steinkultur wurden zentrale Aspekte wie die Auswahl geeigneter Steine sowie deren fachgerechtes Setzen im Hinblick auf Stabilität und Langlebigkeit vermittelt. Das erworbene Wissen wurde unmittelbar vor Ort angewendet, indem gemeinsam ein Teilabschnitt der Mauern für die Kräuterbeete errichtet wurde.

In den neuen Beeten wachsen und gedeihen nun Kräuter, welche die Küche des Hauses mit frischen Aromen und Düften bereichern.

Sabine Mensch, Essbare Landschaft



# PRE Nidwalden – vom Entscheid zur Umsetzung

*Mit der Genehmigung der Projektskizze durch das Bundesamt für Landwirtschaft hat das PRE Nidwalden 2025 eine entscheidende Etappe erreicht. Nun beginnt die Phase der Konkretisierung: Projekte werden vertieft, Partnerschaften gestärkt und die Grundlagen für eine langfristige regionale Wertschöpfung geschaffen.*



Die Fördermassnahme «Projekte zur regionalen Entwicklung», kurz «PRE», des Bundes und der Kantone zielt darauf ab, die Wertschöpfung in der Landwirtschaft zu steigern und die Zusammenarbeit zwischen Landwirtschaft, Tourismus, Gastronomie und Gewerbe zu stärken. Im Auftrag des Landwirtschaftsamtes des Kantons Nidwalden durften wir dieses Projekt für Nidwalden koordinieren und entwickeln. Nach intensiven Vorarbeiten wurde die Projektskizze vom Bundesamt für Landwirtschaft genehmigt. Am 15. September 2025 startete das PRE Nidwalden offiziell in die Vorabklärungsphase – und damit in die vertiefte inhaltliche Ausarbeitung.

Im Zentrum stehen derzeit 12 Teilprojekte. Ziel ist es, bis Sommer 2026 ein vollständig ausgearbeitetes Vorprojekt vorzulegen. Nun geht es um die Substanz: Welche Initiativen sind tragfähig? Wo entsteht nachhaltige Wertschöpfung? Und welche Projekte haben das Potenzial, Landwirtschaft, Verarbeitung und Vermarktung im Kanton langfristig zu stärken?

## **Wertschöpfung gemeinsam denken**

Mehrere Teilprojekte zeigen bereits heute grosse Dynamik. Dazu gehört die Weiterentwicklung der Marke «Natürlich Nidwalden», die seit November als eigenständiger Verein organisiert ist. Mit einer klaren Struktur und einem engagierten Vorstand wird die Vermarktung regionaler Produkte vorangetrieben. Die Schnittstelle zum PRE stellt sicher, dass Synergien genutzt und Kommunikationsmassnahmen gebündelt werden.

Ein weiteres zentrales Vorhaben ist der Standort Parketti in Grafenort. Die Vision beinhaltet ein Geissen-Erlebniszentrum, das die gesamte Wertschöpfungskette erlebbar macht – von der Tierhaltung über die Verarbeitung bis zur Degustation. Ergänzt wird dieses Projekt durch die Zusammenarbeit mit dem Kompetenzzentrum für Heilpflanzen und seinem botanischen Garten.

Mit der Tottikonmatte im Zentrum von Stans entsteht zudem ein Ort, der Produktion sichtbar und Landwirtschaft erfahrbar macht. Lokales Gemüse, Getreide und Blumen stehen beispielhaft für eine regionale Versorgung, die Wissen vermittelt und den Dialog mit der Bevölkerung sucht.

Weitere Projekte stärken gezielt die Verarbeitung: eine Trocknungsanlage für Getreide, eine Schälmaschine für Kastanien, eine Abfüllanlage sowie die Modernisierung einer Käserei. Gemeinsames Ziel aller Initiativen ist es, die landwirtschaftliche Wertschöpfung im Kanton Nidwalden zu sichern und auszubauen.

Die Ideen gewinnen an Kontur. Nun gilt es, Machbarkeit, Finanzierung und Zusammenarbeit sorgfältig zu prüfen und tragfähige Strukturen zu schaffen. Das PRE Nidwalden lebt vom Engagement vieler Beteiligten. Mein Dank gilt den Verantwortlichen der Teilprojekte für ihren grossen Einsatz sowie allen beratenden Fachpersonen, die den Prozess kompetent begleiten. Ein besonderer Dank geht an das Amt für Landwirtschaft des Kantons Nidwalden für das Mandat sowie an das Bundesamt für Landwirtschaft für die kontinuierliche und fachlich wertvolle Unterstützung.

Marie Pfammatter, Projekte und Beratung

# ALP'26

## Internationale Plattform für alpine Produkte

ALP'26, der internationale Wettbewerb der alpinen Regionalprodukte, findet vom 6. bis 8. November 2026 zum zweiten Mal im CULINARIUM ALPINUM in Stans statt. Im Mittelpunkt stehen Qualität, Vielfalt und Innovationskraft alpiner Spezialitäten – von Milch- und Fleischprodukten über pflanzliche Erzeugnisse und Backwaren bis hin zu Getränken und genussvollen Neuentwicklungen. Diese werden am Wettbewerb mit internationaler Ausstrahlung prämiert und zelebriert. Am grossen Degustationsmarkt, der sich praktisch auf alle Räume des ehemaligen Kapu-

zinerklosters ausbreitet, können auserwählte Produkte degustiert und gekauft werden.

Ein zentrales Element bildet das Forum ALP'26 am Freitag, 6. November. Es bringt Akteurinnen und Akteure aus alpiner Landwirtschaft, Gastronomie und Tourismus zusammen und versteht sich als Brückenbauer zwischen zentralen Entwicklungsmotoren im Alpenraum. Internationale Referate mit hoher Praxisrelevanz sowie interaktive Workshops schaffen Raum für fachlichen Austausch, strategische Impulse und nachhaltige Vernetzung.



## International Alpine Food Contest, Forum & Market

6.–8. November 2026  
CULINARIUM ALPINUM, Stans

alp26.ch

# Wissen mit Geschmack und Herkunft

*Die Kommunikation des CULINARIUM ALPINUM wurde in diesem Jahr inhaltlich geschärft und strategisch weiterentwickelt. Im Zentrum steht die Frage, wie Angebote, Werte und Wissen so vermittelt werden können, dass sie ihre Wirkung entfalten. Ziel ist es, die Vielfalt des Hauses klarer sichtbar zu machen, die Angebote gezielter zu positionieren und die Wissensvermittlung fundiert, verständlich und ansprechend zu gestalten – nach innen wie nach aussen.*

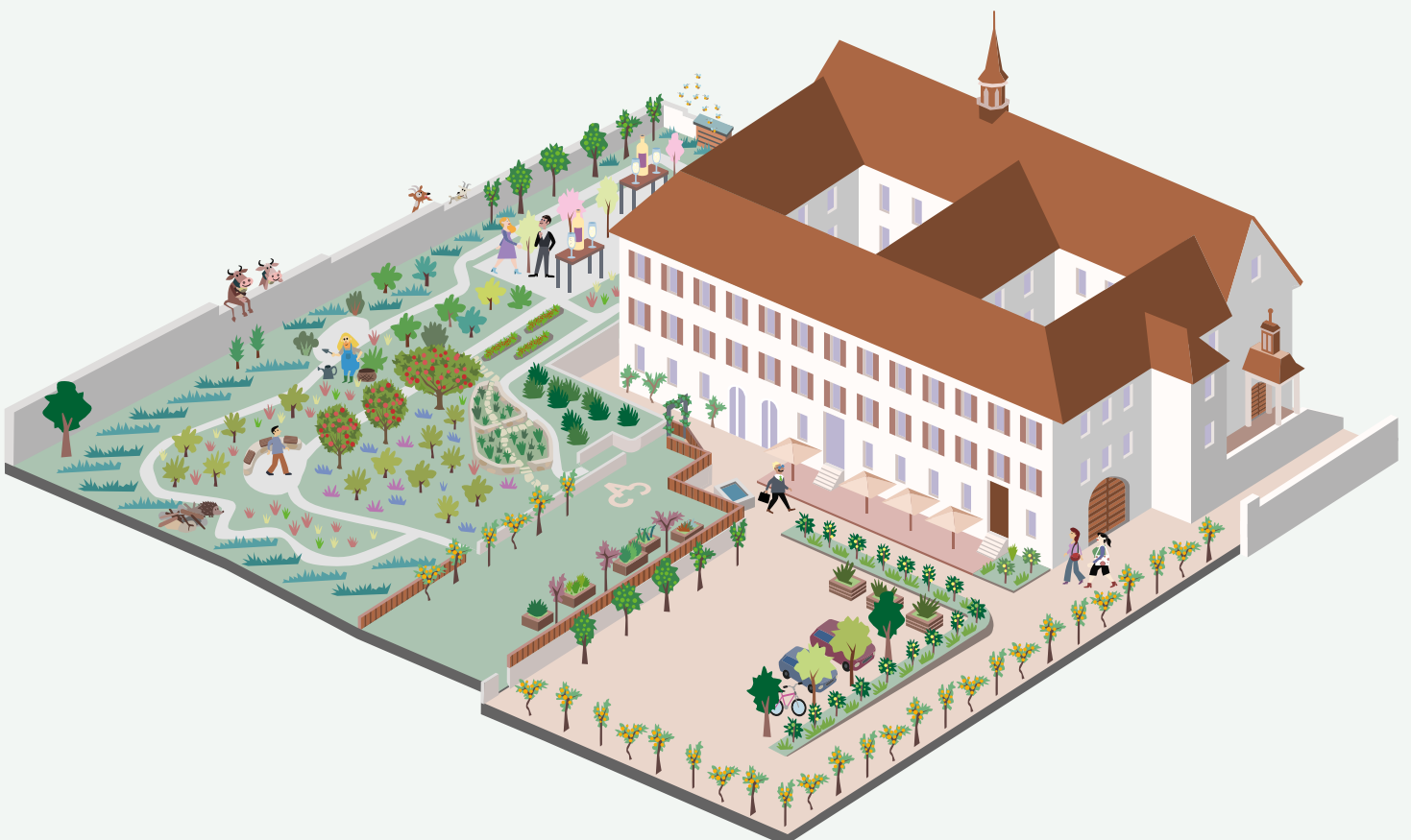
## Edutainment als Grundhaltung

Kommunikation und Wissensvermittlung basieren auf der Überzeugung, dass Edutainment für unsere Zielgruppen die passende Sprache ist. Inhalte sollen informieren und gleichzeitig unterhalten, ohne belehrend zu wirken. Dafür wurde ein thematischer Aufbau entwickelt, bei dem jeweils ein Genussobjekt im Zentrum steht und durch Aspekte wie Herkunft, Verarbeitung oder Produktion vertieft wird. Im Fokus stehen dabei stets die persönlichen Geschichten der beteiligten Menschen.

Parallel dazu wird die Sichtbarkeit über alle Kanäle hinweg systematisch ausgebaut. Attraktiv aufbereitete Inhalte, zur richtigen Zeit im passenden Format platziert, schaffen wiederholte Berührungspunkte. Followerinnen und Follower auf Social Media stossen auf den Podcast, Gäste im Haus abonnieren den Newsletter und gelangen von dort zu vertiefenden Magazinbeiträgen. Ziel ist es, aus Interessierten langfristige Freunde des Hauses zu machen und Werte nachhaltig zu prägen – vom Essverhalten über den Einkaufsort bis hin zum Besuch und Genuss vor Ort im CULINARIUM ALPINUM.

## Reichweite mit Wirkung

Die Social-Media-Kommunikation wurde weiterentwickelt und wird vollständig inhouse umgesetzt. Ein strukturierter Content-Mix aus Wissensvermittlung, Angebotskommunikation und Image-Inhalten sorgt für Wiedererkennung und Vertrauen. Die Resonanz bestätigt diese Ausrichtung: Während Facebook stabile Interaktionen verzeichnet, wächst die Community auf Insta-



gram konstant und erfreulich dynamisch. Besonders erfolgreiche oder aufwendig produzierte Beiträge werden gezielt finanziell unterstützt, um Reichweite und Wirkung innerhalb der definierten Zielgruppen weiter zu erhöhen.

Auch der Newsletter wurde ausgebaut. Monatlich erhalten Abonnentinnen und Abonnenten Neuigkeiten aus dem Haus, Hinweise zu Veranstaltungen, Empfehlungen zu Kursen sowie Einblicke in Podcast- und Blogformate direkt ins Postfach. Die sehr hohe Öffnungsrate von rund 70 Prozent unterstreicht sowohl die Qualität der Inhalte als auch die Relevanz der kontinuierlich wachsenden Adressdatenbank.

### Visuelle Klarheit

In der Umsetzung wird wieder konsequenter auf die Einhaltung der Corporate Identity geachtet. Insbesondere im digitalen Bereich des Design Manuals konnten einzelne, im Laufe der Jahre entstandene Lücken schrittweise geschlossen werden, um Konsistenz und Anwendbarkeit im Alltag sicherzustellen.

Die Bilddatenbank wurde mit Stimmungs- und Werbebildern von Haus und Essbarer Landschaft in sommerlicher Blüte und herbstlicher Erntezeit erweitert. Die Bildwelt des Nidwaldner Fotografen Timo Schwach prägt zahlreiche Kommunikationsmittel, unter anderem auch diesen Geschäftsbericht.

Zur besseren Übersicht im ehemaligen Kloster wurde in Zusammenarbeit mit dem Stanser Illustrator Diego Balli ein umfassender Lageplan mit fünf Ansichten realisiert – vom Aussenbereich über Keller und Erdgeschoss bis zu beiden Obergeschossen. Der lockere, humorvolle Zeichnungsstil macht das breite Angebot zugänglich und erleichtert die Orientierung im Haus.

### Angebote sichtbar machen

Die KEDA Kommunikationsabteilung ist auch verantwortlich für die Vermarktung der Angebote des Gastgeberteams. Interne Abläufe wurden klar definiert: Die organisatorische Verantwortung bleibt bei den jeweiligen Zuständigen, die Kommunikation wird ergänzend aus Marketingsicht auf Attraktivität, Klarheit und Qualität geprüft.

Eigene Kanäle werden gezielt eingesetzt. Ausgewählte Anlässe und grössere Events werden mit bezahlten Massnahmen unterstützt, etwa durch Inserate in lokalen Medien oder Social-Media-Kampagnen. Gerade Social Media ermöglicht eine flexible, buchungsorientierte Aktivierung. So können kurzfristig Plätze gefüllt und die Auslastung gezielt verbessert werden.

## Kennzahlen

### Instagram

~ 4800 Follower  
805 000 Aufrufe\*

### Facebook

~ 4100 Follower  
1 Mio. Aufrufe\*

### Newsletter

~ 2200 Adressen  
71% Öffnungsrate

\* So oft wurde der Inhalt abgespielt/angezeigt.

### Wissen teilen, Tiefe schaffen

Das Format der Monatsthemen wurde inhaltlich präzisiert und formal neu aufgesetzt. Die Themenwahl erfolgt bewusst kuratiert und orientiert sich an einem klar definierten Schwerpunkt: Im Zentrum steht jeweils ein konkretes Produkt oder Genussthemata, das aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchtet wird – von der Produktion über die Verarbeitung bis hin zur Einbettung in regionale Zusammenhänge. Anstelle eines Flyers erscheinen die Inhalte neu als vertiefte Beiträge auf der Website und bilden dort das inhaltliche Fundament. Darauf aufbauend werden ausgewählte Aspekte gezielt für Social Media aufbereitet. So entsteht nicht nur verwertbarer Content für mehrere Kanäle, sondern ein systematischer Multiplikatoreffekt, der Reichweite, Sichtbarkeit und Wirkung des Gesamtformats erhöht.

### Ausblick – nächste Meilensteine

Im kommenden Jahr stehen mehrere zentrale Projekte an. Die Website wird grundlegend erneuert, um Struktur, Nutzerführung und inhaltliche Tiefe zu stärken. Parallel wird der kontinuierliche Ausbau der Reichweiten auf Social Media und im Newsletter fortgeführt. Ein weiterer Meilenstein ist die Lancierung des geplanten Kochbuchs. Zudem werden die Wissensformate – insbesondere Podcast und Fokusthemen – weiterentwickelt, geschärft und strategisch stärker miteinander verzahnt. Künftig sollen Synergien noch gezielter genutzt werden, um Inhalte kanalübergreifend wirksam zu machen und die Positionierung des CULINARIUM ALPNUM weiter zu festigen.

Viviane von Moos, Kommunikation



# Wachstum mit Ausstrahlung

*Ein erfolgreiches Geschäftsjahr mit steigender Auslastung, wachsender Aufenthaltsdauer und zunehmender internationaler Ausstrahlung: Das CULINARIUM ALPINUM hat seine Position als Kompetenzzort für Kulinarik, Landwirtschaft und Nachhaltigkeit weiter gefestigt. Gleichzeitig bleiben die Wintermonate eine Herausforderung – und ein Ansporn, mit innovativen Formaten neue Impulse zu setzen.*

## **Stabile Entwicklung und wachsende Ausstrahlung**

Das vergangene Geschäftsjahr war für uns ein erfolgreiches Jahr mit einer erfreulichen Steigerung der Auslastung und einer leicht verlängerten Aufenthaltsdauer im Hotel. Besonders positiv entwickelte sich die Zimmerbelegung, die im Vergleich zum Vorjahr nochmals leicht zunahm. Diese Entwicklung stärkt die wirtschaftliche Basis unseres Hauses und bestätigt die Positionierung des CULINARIUM ALPINUM als Ort mit besonderer Ausstrahlung.

Spürbar gewachsen ist unser Bekanntheitsgrad – insbesondere in der Romandie sowie im benachbarten Ausland. Zunehmend dürfen wir Gäste und Organisationen aus Frankreich, Deutschland, Österreich und weiteren europäischen Regionen begrüßen. Diese internationale

Wahrnehmung zeigt, dass unser Profil als Kompetenzzentrum für alpine Kulinarik, Nachhaltigkeit und Landwirtschaft weit über die Zentralschweiz hinaus Resonanz findet.

## **Vom Hof auf den Tisch – gelebte Partnerschaft**

Das kulinarische Herz unseres Hauses bleibt das Restaurant mit seinem klaren Bekenntnis zum Prinzip «vom Hof auf den Tisch». Rund 20 Partnerbetriebe aus der Region beliefern uns regelmässig mit hochwertigen Lebensmitteln. Mit diesen Produzentinnen und Produzenten pflegen wir eine enge, persönliche und langfristig angelegte Zusammenarbeit. Transparenz, faire Preise und gegenseitiges Vertrauen bilden die Grundlage dieser Partnerschaften.

Die Nähe zu unseren Lieferanten ermöglicht nicht nur kurze Wege und höchste Qualität, sondern auch einen direkten Austausch über Anbaumethoden, Tierhaltung, Saisonalität und Verfügbarkeit. Viele unserer Gäste schätzen diese nachvollziehbare Herkunft und die authentische alpine Küche, die daraus entsteht. So wird jede Mahlzeit zu einem Ausdruck regionaler Wertschöpfung und gelebter Verantwortung – im Einklang mit dem inhaltlichen Anspruch des CULINARIUM ALPINUM.

### Seminare und Events als tragende Säule

Die Seminarsaison erstreckte sich erfreulicherweise von Ostern bis Mitte Dezember. Damit konnte sich dieser Bereich als stabile und verlässliche Stütze unseres Betriebs etablieren. Geschäftsessen sind heute auf Kosten der traditionellen Weihnachtessen stärker über das ganze Jahr verteilt, was zu einer besseren Grundauslastung beiträgt.

Als Veranstaltungsort wurden wir beim Swiss Location Award mit der hervorragenden Bewertung von 9,2 ausgezeichnet. Diese Anerkennung freut uns sehr und ist zugleich Ansporn, unsere Qualität weiter hochzuhalten.

Wir durften zahlreiche Organisationen und Unternehmen aus den Bereichen Landwirtschaft, Nachhaltigkeit, Ernährung und Tourismus bei uns begrüßen. Auch Architektur- und Kirchenkreise nutzten unser Haus als Plattform für Austausch und Begegnung sowie als Anschauungsobjekt für eine gelungene Umnutzung eines Klosters.

Höhepunkte des Jahres waren unter anderem die Moverence Regenerative Tourism Conference und die Umsetzungswerkstatt Avenir Swiss. Beide beschäftigten sich mit nachhaltigen Tourismus- und Ernährungssystemen. Auch werden wir regelmässig von Tourismusdelegationen besucht, welche sich für unsere Positionierung und unser Nachhaltigkeitskonzept interessieren. Neben Vertretern aus dem Tirol und aus Zermatt durften wir sogar eine Delegation aus Tadschikistan begrüßen. Der internationale Dialog zu Nachhaltigkeit und Tourismus unterstrich die inhaltliche Relevanz unseres Standorts.

### Wintermonate als Herausforderung

Nach wie vor bleibt der Winter – insbesondere die Monate Januar bis März – die anspruchsvollste Zeit. Hier gilt es, mit eigenen Veranstaltungen, Kursen und attraktiven Formaten gezielt Impulse zu setzen. Erste Erfahrungen zeigen, dass thematische Angebote grosses Potenzial haben. Vom Publikum sehr geschätzt wird die Verbindung von kulturellen Angeboten mit Kulinarik. Anlässe wie die Sagenabende, die bereits legendären Vorträge von Carl Bossard sowie das Kleintheater «Animal Farm» waren sehr gut besucht und die kulinarische Begleitung geschätzt.

Unser Ziel bleibt es, die Wintermonate mit innovativen Inhalten zu beleben und die Auslastung schrittweise zu erhöhen.

### Team und Ausbildung

Personell war das Jahr von Kontinuität und Entwicklung geprägt. Neben verschiedenen Weiterbildungen, welche

zu kulinarischen Themen besucht wurden, gewinnt das Ausbildungswesen mit insgesamt fünf Lernenden immer mehr an Bedeutung. Die Qualität unserer Ausbildung hat sich auch mit dem dritten Rang von Ben Cesa beim nationalen Kochnachwuchswettbewerb «Gusto25» gezeigt. Besonders erfreulich ist, dass wir erstmals eine Lernende als Hotelkommunikationsfachfrau ausbilden dürfen. Die Nachwuchsförderung ist für uns ein zentrales Anliegen und ein wichtiger Beitrag zur Zukunft einer nachhaltigen Gastronomie und Hotellerie.

### Dank und Ausblick

Das positive Geschäftsjahr ist das Resultat einer engagierten Teamleistung sowie der vertrauensvollen Zusammenarbeit mit der Stiftung KEDA. Gemeinsam entwickeln wir das CULINARIUM ALPINUM kontinuierlich weiter – als Ort des Genusses, des Dialogs und der Zukunftsfragen rund um Landwirtschaft und Ernährung.

Für das kommende Jahr setzen wir weiterhin auf Qualität, thematische Schärfung und gezielte Impulse in den schwächeren Monaten. Die erfreuliche Entwicklung bestärkt uns, diesen Weg mit Überzeugung weiterzugehen.

Peter Durrer, Gastgebersteam Peter Durrer AG



# Eine Investition in die Zukunft

*Im Gastgeberteam Peter Durrer wurden im vergangenen Jahr fünf Lernende ausgebildet. In verschiedenen Feldern wird so der gastronomische Nachwuchs gefördert und in nachhaltiger Gastronomie und Hotellerie ausgebildet. Das CULINARIUM ALPINUM legt dabei den Fokus auf eine engagierte, praxisnahe und wertorientierte Ausbildung, wobei Persönlichkeiten gestärkt und gefördert werden.*

Fünf Lernende machen in der Gastronomie des CULINARIUM ALPINUM ihre Ausbildung. Dabei werden zwei angehende Köche, zwei Restaurationsfachfrauen und eine Hotelkommunikationsfachfrau gebildet und gefördert.

## Nachhaltige Praxis

Ziel ist, dass die Lernenden bereits früh Verantwortung übernehmen und die Praxis ab Tag eins Alltag ist. Das bestätigt auch die lernende Hotelkommunikationsfach-

frau Malia Tedesco, die sich im ersten Jahr ihrer Ausbildung befindet: «Ich mag es, Gäste zu begrüßen, sie zu beraten und dazu beizutragen, dass sie sich bei uns wohlfühlen.»

Praxisnah wird auch im Restaurant gearbeitet. Jael Müller befindet sich im ersten Jahr zur Ausbildung als Restaurationsfachfrau. Sie schätzt die Vielseitigkeit an Events und Anlässen und die freundlichen und wertschätzenden Gäste des Hauses, das sei keine Selbstverständlichkeit. Auch Lucy Hüppi, die sich im letzten Jahr derselben Ausbildung befindet, nimmt das CULINARIUM ALPINUM als besonderen Ausbildungsort wahr: «Das Haus vereint Tradition, Nachhaltigkeit und Kreativität auf eine inspirierende Weise.»

Paul Häcki startete dieses Jahr seine Ausbildung zum Koch. Am meisten gefällt ihm an seiner Arbeit, wie mit regionalen Produkten gearbeitet und dabei für die knapperen Monate vorgesorgt wird, sei es mit Konfitüren, Chutneys, Sirupen oder Kräutersalzen. Auch Pamela Zumbühl im dritten Lehrjahr als Köchin schätzt die aussergewöhnliche Küche: «Sehr beeindruckend finde ich die Frische der Produkte. Viele Zutaten kommen direkt von regionalen Bauern und werden teilweise noch am selben Tag verarbeitet. Das merkt man deutlich am Geschmack, die Qualität ist wirklich grandios.»

## Förderung von Talent und Engagement

Dass der Ausbildungsbetrieb die Lernenden fördert, merkt man deutlich an deren Verantwortungsübernahme und Initiative. So hat Pamela im Dezember eine Guetzli-Backaktion zugunsten der Organisation «Tischlein deck dich», welche Lebensmittel an armutsbetroffene Menschen verteilt, ins Leben gerufen. Dabei hat sie für die Zutaten bei den Hauslieferanten um Unterstützung gefragt und freiwillige Helferinnen und Helfer zusammengebracht, welche im Kochstudio Guetzli für rund 60 Säckli gebacken haben.

Auch Ben Cesa, der im vergangenen Jahr seine Ausbildung zum Koch abgeschlossen hat, zeigte besonderes Engagement und Talent: Er belegte den sensationellen dritten Rang beim Wettbewerb «Gusto25», dem wichtigsten Nachwuchs-Kochwettbewerb der Schweiz.



# Revisionsbericht



Tel. +41 41 618 05 50  
www.bdo.ch  
stans@bdo.ch

BDO AG  
Obere Spichermatt 12  
6370 Stans

## Bericht der Revisionsstelle zur eingeschränkten Revision An den Stiftungsrat der

### Stiftung KEDA, Stans

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (bestehend aus Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der Stiftung KEDA für das am 31. Dezember 2025 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Stiftungsrat verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, die Jahresrechnung zu prüfen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Zulassung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Revision erfolgte nach dem Schweizer Standard zur Eingeschränkten Revision. Demnach ist diese Revision so zu planen und durchzuführen, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung erkannt werden. Eine eingeschränkte Revision umfasst hauptsächlich Befragungen und analytische Prüfungshandlungen sowie den Umständen angemessene Detailprüfungen der bei der geprüften Einheit vorhandenen Unterlagen. Dagegen sind Prüfungen der betrieblichen Abläufe und des internen Kontrollsystems sowie Befragungen und weitere Prüfungshandlungen zur Aufdeckung deliktischer Handlungen oder anderer Gesetzesverstösse nicht Bestandteil dieser Revision.

Bei unserer Revision sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung nicht dem schweizerischen Gesetz und der Stiftungsurkunde entspricht.

Stans, 27. April 2026

BDO AG

Marcel Geisser

Leitender Revisor  
Zugelassener Revisionsexperte

i.V. Kai Stadelmann

Zugelassener Revisor

Beilage  
Jahresrechnung

BDO AG, mit Hauptsitz in Zürich, ist die unabhängige, rechtlich selbstständige Schweizer Mitgliedsfirma des internationalen BDO Netzwerkes.

Vollständigen  
Revisionsbericht  
einsehen:



# Bilanz

AKTIVEN	31.12.2025	Vorjahr
Flüssige Mittel	190'150	251'691
Flüssige Mittel Erneuerungsfonds FF&E	80'000	–
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	44'133	28'103
Übrige kurzfristige Forderungen	32'424	42'204
Vorräte und nicht fakturierte Dienstleistungen	16'849	–
Aktive Rechnungsabgrenzungen	19'362	15'474
<b>Total Umlaufvermögen</b>	<b>382'918</b>	<b>337'471</b>
Finanzanlagen	200'791	200'695
Mobile Sachanlagen	23'113	22'502
Immobilien Sachanlagen	302'473	317'836
Immaterielle Werte	3	19'820
<b>Total Anlagevermögen</b>	<b>526'379</b>	<b>560'853</b>
<b>TOTAL AKTIVEN</b>	<b>909'297</b>	<b>898'325</b>

PASSIVEN	31.12.2025	Vorjahr
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	28'030	49'743
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	11'339	17'634
Übrige kurzfristige verzinsliche Verbindlichkeiten	100'000	100'000
Passive Rechnungsabgrenzungen	68'230	63'353
<b>Total kurzfristiges Fremdkapital</b>	<b>207'598</b>	<b>230'729</b>
Langfristige verzinsliche Verbindlichkeiten	243'750	343'750
Erneuerungsfonds FF&E	80'000	–
Zweckgebundene Spenden	112'361	62'361
<b>Total langfristiges Fremdkapital</b>	<b>436'111</b>	<b>406'111</b>
<b>Total Fremdkapital</b>	<b>643'709</b>	<b>636'840</b>
Stiftungskapital	250'000	250'000
Bilanzgewinn		
Gewinn-/Verlustvortrag	11'484	28'989
Aufwands-/Ertragsüberschuss	4'104	–17'504
<b>Total Eigenkapital</b>	<b>265'588</b>	<b>261'484</b>
<b>TOTAL PASSIVEN</b>	<b>909'297</b>	<b>898'325</b>

# Erfolgsrechnung

	2025	Vorjahr
Erhaltene Zuwendungen	1'545'583	1'770'120
Erhaltene Subventionen	48'757	101'824
Ertrag aus Dienstleistungen	13'489	14'293
Mietertrag	175'411	179'376
Übrige Erträge	16'446	29'540
<b>Total Betriebsertrag</b>	<b>1'799'686</b>	<b>2'095'153</b>
<b>Verwendung von Beiträgen und Zuwendungen</b>	<b>-182'963</b>	<b>-723'184</b>
<b>Personalaufwand</b>	<b>-810'691</b>	<b>-641'880</b>
Kosten Projektphase	-8'202	-43'590
Beratungskosten Dritte	-60'980	-69'215
Übriger Verwaltungsaufwand	-34'263	-79'829
Übriger Verwaltungsaufwand Organe	-14'502	-12'696
Marketingaufwand	-136'622	-55'134
Liegenschafts- und Mietaufwand	-376'378	-310'830
Unterhaltsaufwand	-41'713	-39'613
Energieaufwand	-30'403	-27'616
Übriger Aufwand	-3'653	-5'137
<b>Total übriger Betriebsaufwand</b>	<b>-706'716</b>	<b>-643'661</b>
<b>Abschreibungen und Wertberichtigungen auf Anlagevermögen</b>	<b>-65'542</b>	<b>-98'732</b>
<b>BETRIEBLICHES ERGEBNIS</b>	<b>33'774</b>	<b>-12'305</b>
<b>Finanzertrag</b>	<b>9'523</b>	<b>1'682</b>
<b>Finanzaufwand</b>	<b>-39'193</b>	<b>-6'881</b>
<b>AUFWANDS-/ERTRAGSÜBERSCHUSS</b>	<b>4'104</b>	<b>-17'504</b>

Alle Angaben in CHF

# Unsere fünf Handlungsfelder für nachhaltigen Genuss

Das CULINARIUM ALPINUM in Stans ist das führende internationale Kompetenzzentrum für Kulinarik im Alpenraum und nachhaltigen Genuss. Unsere Vision ist es, die Innovationskraft und die Zukunftsfähigkeit der Landwirtschaft sowie aller Beteiligten entlang der Wertschöpfungskette zu stärken. Wir fördern den nachhaltigen Konsum, die regionale Produktion und den fairen Handel qualitativ hochwertiger Lebensmittel. Diese Leitgedanken prägen unser Verhalten in den folgenden fünf Handlungsfeldern:

## 1 Tradition bewahren

Die alpine Kulinarik im Alpenraum ist ein wertvolles kulturelles Erbe. Diese Schatzkammer machen wir in unseren Kommunikationskanälen und Publikationen zugänglich und mit unseren Angeboten erlebbar. Unsere Wissensvermittlung – von der Alp-Sbrinz-Wanderung über Kochkurse bis hin zu Vorträgen – verbindet Tradition und Innovation und schafft ein Bewusstsein für die Bedeutung dieser Vielfalt.

## 2 Genuss erleben

Unser Gastronomie- und Kurszentrum bietet eine Plattform für die Begegnung von Produzentinnen, Köchen und Konsumentinnen. In unserem Restaurant arbeiten wir mit authentischen, unverfälschten Produkten aus der Region. Attraktionen wie die Essbare Landschaft, der Alp-Sbrinz-Keller und monatliche Themenschwerpunkte bringen den Gästen die Vielfalt der alpinen Kulinarik näher. Die Essbare Landschaft wollen wir als Vorzeigemodell für Biodiversität und Nachhaltigkeit weiterentwickeln.

## 3 Zukunft nachhaltig gestalten

Wir setzen auf Innovation, Zusammenarbeit und Vernetzung, um Kulinarik im Alpenraum zukunftssicher zu machen. Initiativen wie zum Beispiel das Projekt «Zukunft alpiner Acker- und Gemüsebau Nidwalden» oder das PRE-Projekt «Genuss aus der Urschweiz» unterstützen die Diversifikation der Landwirtschaft und eröffnen neue Absatzmöglichkeiten. Durch internationale Kooperationen – etwa die UNESCO-Bewerbung der «Esskultur der Alpen» – schaffen wir eine globale Bühne für die alpine Kulinarik.

## 4 Bildung und Vernetzung fördern

Mit Alp'24 und Alp'26 organisieren wir internationale Events, die den Austausch zwischen den Akteurinnen und Akteuren von Produktion, Handel und Gastronomie und den Konsumentinnen und Konsumenten fördern. Unsere Wissensvermittlung, Bildungsprogramme und Kooperationen schaffen Wissen und Inspiration für kommende Generationen. Parallel bauen wir ein internationales Netzwerk auf, das Partnerinnen und Partner aus allen Alpenländern miteinander verbindet.

## 5 Innovationskraft stärken

Durch gezielte Investitionen in Projekte, die nachhaltige Landwirtschaft, klimaschonende Produktion und innovative Vermarktungsstrategien fördern, sichern wir langfristig die Wettbewerbsfähigkeit der regionalen Wertschöpfungskette. Mit innovativen Angeboten und Massnahmen fördern wir die Motivation für nachhaltigen Konsum.

## Unser Engagement

Diese Ziele erfordern ein motiviertes Team, eine enge und gute Zusammenarbeit mit dem Gastgeberteam, eine solide Planung sowie eine nachhaltige Finanzierung. Diese Voraussetzungen sind erfreulicherweise vorhanden und dank der Unterstützung unserer Partnerinnen, Förderer und Institutionen können wir diese ambitionierten Vorhaben umsetzen. Wir danken allen Beteiligten für ihren Beitrag zur Stärkung der Kulinarik im Alpenraum und freuen uns darauf, gemeinsam die Zukunft dieses einzigartigen Kulturraums zu gestalten.



# Mitglieder des Stiftungsrats



«Ich engagiere mich für das CULINARIUM ALPINUM, weil die einleuchtende Absicht, dass lokal Produziertes vermehrt lokal konsumiert werden soll, in aller Munde ist. Leider wird das bisher praktisch nur ansatzweise umgesetzt. Ich

möchte am Beispiel des CULINARIUM ALPINUM beweisen, wie sich diese Absicht praktisch und wirtschaftlich umsetzen lässt.»

**Tis Prager** – Stiftungsratspräsident Stiftung KEDA, Gesamtleitung Projektaufbau CULINARIUM ALPINUM



«Ich setze mich mit grosser Begeisterung für das CULINARIUM ALPINUM ein, weil dieser einzigartige Ort das Erlebnis bietet, unser Gut der Regionalkulinarik zu erfahren und zu geniessen. Gleichzeitig ermöglicht und sichert es als Kompetenzzentrum den Wissenstransfer unseres wertvollen kulinarischen Erbes. Es ist eine Bereicherung für die ganze Bevölkerung sowie die gesamte Tourismusindustrie.»

**Hanna Rychener Kistler** – Gründerin, ehemalige Eigentümerin der IST – Höhere Fachschule für Tourismus & Outdoor, Zürich und Lausanne, Bildungs- und Tourismusexpertin

«Das CULINARIUM ALPINUM ist eine grosse kulinarische und touristische Chance für Stans und die Region. Ich engagiere mich dafür, weil vorwiegend regionale Produzenten und Partner für das CULINARIUM ALPINUM in diesem historischen Gebäude berücksichtigt werden. Das gibt neue Impulse und stärkt das Wissen – das passt zu diesem ehemaligen Kloster.»



**Beatrice Richard-Ruf** – Landrätin, ehemalige Gemeindepräsidentin von Stans

«Die Wahrung der Biodiversität und die Verarbeitung von hochwertigen landwirtschaftlichen Rohstoffen in bester Bioqualität begleiten mich in meinem beruflichen und privaten Leben seit über 20 Jahren. Mit meinem Engagement beim CULINARIUM ALPINUM möchte ich dieser grossartigen Mission im Zeichen der Regionalkulinarik im Alpenraum mit Rat und Tat zur Seite stehen.»



**Clemens Rüttimann** – cr-solutions, Unternehmensberatung



«Unsere Ernährung der Zukunft sollte genussvoll, gesund, sicher und nachhaltig sein. Zunehmend gewinnen regenerative Produktions- und Konsumgewohnheiten an Bedeutung. Das CULINARIUM ALPINUM vermittelt im Kontext des kulinarischen Erbes der Alpen wissensbasiert und transformativ Kompetenzen mit klarer Anwendungsorientierung. Ich freue mich, gemeinsam mit dem hochmotivierten Team und allen Beteiligten des Wertschöpfungsnetzwerkes einen Beitrag zu einer erfolgreichen Ernährungszukunft zu leisten.»

**Prof. Dipl.-Ing. Michael Kleinert** – Leiter Institut für Lebensmittel- und Getränkeinnovation ZHAW

## Herzlichen Dank an unseren Beirat

**Thomas Bratschi** – Leiter Geschäftsentwicklung, ZHAW Life Sciences und Facility Management, und Gründer der foodward foundation | **Dr. Olivier Girardin** – Direktor Fondation Rurale Interjurassienne (FRI), Präsident Kulinarisches Erbe der Schweiz | **Patrick Honauer** – Koch, Mit-Gründer, Mit-Unternehmer, Dozent | **Beat Heuberger** und **Jost Huwyler** – Partner, H & H Management Luzern | **Lukas Kilcher** – Geschäftsführer AGRIDEA | **Simon Mouttet** – Selbstständiger Berater | **Wendel Odermatt** – Meisterlandwirt und Betriebsleiter auf dem Lochrütihof

# Herzlichen Dank

**An unsere Gründungstifterinnen,  
Kooperationspartner, die öffentliche  
Hand, unsere Sponsoren, Gäste  
und Lieferantinnen sowie an alle  
Mitarbeitenden!**

## **Impressum**

Inhalt und Gestaltung: Stiftung KEDA  
Fotografie: Timo Schwach Photography  
Korrekturat: KORRIGIERT.  
Druck: Druckerei Odermatt AG



CO<sub>2</sub> reduction through  
climate contribution

through Swiss Climate  
SC2026050101

## **CULINARIUM ALPINUM, Stiftung KEDA**

Mürgstrasse 18 | CH-6370 Stans  
MWST-Nr.: CHF-233.761.762  
+41 41 619 17 00 | [keda@culinarium-alpinum.ch](mailto:keda@culinarium-alpinum.ch)  
[culinarium-alpinum.ch](http://culinarium-alpinum.ch) | [stiftungkeda.ch](http://stiftungkeda.ch)

