

Wirkungsmessung NRP- und Interreg-Projekte 2026:

Wirkungsmessung mit Schwerpunkt Soziale Innovationen «Branchenübergreifende Tourismusangebote»



Quelle: Website Zürcher Weinland

Das Projekt in Kürze	
Kanton	Zürich
Beginn des Förderprojekts	01.01.2020
Ende des Förderprojekts	31.12.2023
Unterstützung Finanzierung	à fonds perdu (Förderung Bund: CHF 57'582)
Projektkosten	CHF 139'260 – Anteil NRP (Kanton und Bund): CHF 115'165 – Anteil Gemeinden: CHF 12'796 (Gemäss Umsetzungsprogramm beteiligen sich die Gemeinden im Wirkungssperimeter mit einem Beitrag von 80 Rappen pro Kopf an die NRP) – Sonstige Beiträge: CHF 11'299 (Weinbauverein)
Kontext und Inhalte NRP-Projekt	– Der Verein Standortförderung Zürcher Weinland (früher ProWeinland), initiiert und führt verschiedene Produkte zur Tourismusförderung im Zürcher Weinland durch. Der Verein ist mittels Leistungsvereinbarung mit dem Kanton Zürich mit der Umsetzung der NRP direkt in der Region betraut. – Folgende Produkte wurden im Rahmen des Projekts «Branchenübergreifende Tourismusangebote» realisiert bzw. professionalisiert¹: – Mühlendorf Führungen: Führungen in Andelfingen mit lokalen Guides zur Geschichte des Dorfes und der Mühlen – Weinlandführungen: Öffentliche Führungen im Zürcher Weinland zu unterschiedlichen Themen – Velokarte: Überarbeitete Karte für zwölf Velowege in der Region sowie mit dem Regionalen Naturpark Schaffhausen. – Weinwanderwege: Fünf Wanderwege entlang von Reben- und Hopfenfeldern mit kulinarischem Begleitangebot – Dem Projekt gehen unterschiedliche Projekte des Vereins Standortförderung Zürcher Weinland voraus, die die Etablierung des Vereins und die Promotion der lokal produzierten Güter unterstützten.
Ziele / strategische Ausrichtung NRP-Projekt / Einordnung in übergeordnete Strategie	– Mit den branchenübergreifenden Tourismusangeboten will die Standortförderung Zürcher Weinland die touristischen Potenziale der Region besser nutzen und zur Entdeckung des Zürcher Weinlands einladen. – Das NRP-Projekt hat zum Ziel, das Zürcher Weinland wettbewerbsfähiger zu machen, den Besucher/-innen der Region einen Mehrwert zu bieten und mehr Wertschöpfung für alle beteiligten Akteure zu generieren. – Dazu wurde auf bestehenden Strukturen und Angeboten aufgebaut und diese professionalisiert. – Das Projekt wurde im Rahmen des Schwerpunkts 'Tourismus' des Umsetzungsprogramms 2020-2023 des Kantons Zürich initiiert.

¹ Zusätzlich zu den aufgeführten Angeboten wurden auch die internen Aufwände für das Projekt Rhein-Welten (eigenes interkantonaies NRP-Projekt zum Ausbau einer E-Bike-Route) über das Projekt «Branchenübergreifenden Tourismusangebote» finanziert.

Projektaufbau (Input)

Aufbau

- Initiiert von der regionalen Standortförderstelle (Verein Zürcher Weinland)
- 20% zentrale Projektleiterstelle
- Breite Projektpartnerschaft, u.a. 16 Weinbaubetrieben, Gastro, Käserei, Metzgerei, Verkehrsverein, Naturpark

Während NRP-Förderung

- Die Standortförderung Zürcher Weinland (ehemals ProWeinland), hat das Projekt initiiert, um den Tourismus im Zürcher Weinland zu fördern.
- Durch das Projekt «Branchenübergreifenden Tourismusangebote» soll im Rahmen des Schwerpunkts Tourismus des Umsetzungsprogramms 2020-2023 einerseits die Region bekannt gemacht und andererseits ein direkter wirtschaftlicher Mehrwert für lokale Betriebe generiert werden.
- Um den bestehenden Charakter des Zürcher Weinlands und die Bedürfnisse der lokalen Bevölkerung zu wahren, soll die Förderung der touristischen Wertschöpfung gleichzeitig auch einen Mehrwert für das Freizeitangebot der lokalen Bevölkerung bringen.
- Die Projektorganisation gestaltete sich wie folgt:
 - Die Standortförderung Zürcher Weinland ist Projektträgerin. Mittels Leistungsvereinbarung mit dem Amt für Landschaft und Natur des Kantons Zürich ist sie mit der Umsetzung der NRP im Zürcher Weinland betraut, kann aus eigener Initiative Projekte anstossen und mit Mitteln der NRP fördern.
 - Für die verschiedenen touristischen Angebote im Rahmen dieses NRP-Projekts arbeitete der Projektleiter u.a. mit 16 Weinbaubetrieben, vier Gastronomiebetrieben, zwei Bäckereien, einer Käserei, einer Metzgerei sowie mit dem lokalen Verkehrsverein Andelfingen (VVA) und dem Regionalen Naturpark Schaffhausen zusammen.
 - Punktuell entstanden Kooperationen mit weiteren lokalen Akteuren (z.B. lokaler Golfclub).
- Für die Umsetzung des NRP-Projekts wurden folgende Ressourcen eingesetzt:
 - 60% der Mittel wurden vom Projektträger für die geleisteten Arbeitsstunden (1770 Stunden) eingesetzt. Dies entspricht im Durchschnitt über vier Jahre einer 20%-Stelle.
 - Die restlichen Mittel (CHF 54'778.-) wurden für extern in Auftrag gegebene Arbeiten eingesetzt (v.a. Vergütung für Führungen; Kommunikation/Medienarbeit).
- Die Angebote wurden z.T. auch mit Kampagnen von Falstaff (Medium zu Wein, Kulinarik und Reisen) und dem House of Winterthur verknüpft.
- Die Projektorganisation hat sich grundsätzlich bewährt:
 - Der Projektleiter kannte die lokalen Gegebenheiten, was das Kontakteknüpfen erleichterte, und die Kooperationsbereitschaft erhöhte. Bei den Weinwanderwegen hätten die lokalen Akteure noch stärker den Lead übernehmen können und dabei ihre Wirkung als Multiplikator gestärkt werden können.
 - Es konnten Synergien mit anderen Regionen und Kantonen genutzt werden. Dies wäre bei einer lokaleren Verankerung (bspw. lokale Weinbauer-Trägerschaft) nicht oder nur begrenzt möglich gewesen.
 - Da alle Arbeiten und die Finanzierung von einer Person koordiniert wurden, konnte das Projekt sehr effizient umgesetzt werden. Durch diese Projektorganisation entfällt jedoch die direkte Kontrolle bzw. Qualitätssicherung im Projekt durch

eine externe Stelle.

- Durch den Einbezug vieler einzelner Akteure und die starke Einbindung dieser Personen in die saison- und wetterabhängige Landwirtschaft, gab es eine leichte Verzögerung des Projekts von einem Jahr. Dies hatte aber den positiven Effekt, dass eine gemeinsame Basis mit allen Beteiligten geschaffen werden konnte und so eine nachhaltige Zusammenarbeit auch über das NRP-Projekt entstand.

Nach der NRP-Förderung

- Die Projektorganisation wird auch nach der NRP-Förderung weitergeführt.
- Die beteiligten Akteure in den einzelnen Produkten sind langfristig involviert und stellen die zukünftige Umsetzung der Projektergebnisse sicher.
- Die Standortförderung Zürcher Weinland ist weiterhin Anlaufstelle für die involvierten Akteure.

Finanzierung

- NRP-Mittel von insgesamt CHF 115'165
- Nach NRP-Förderung selbsttragend durch Einnahmen der Angebote und Beiträge der Gemeinden

Während NRP-Förderung

- Mittel insgesamt: CHF 139'260
- À fonds perdu Bund: CHF 57'582
- À fonds perdu Kanton Zürich: CHF 57'583
- Gemeindebeiträge: CHF 12'796 (anteilmässig gemäss UP: 80 Rp. pro Einwohner/-in für NRP)
- Sonstige Beiträge²: CHF 11'299
- 60% der Mittel wurden für die Projektorganisation, also die Arbeitsaufwände der Standortförderung Zürcher Weinland (SZW) eingesetzt. 40% der Mittel für externe Dienstleistungen.
- Die Projektkosten (also geleistete Stunden des Vereins und externe Dienstleistungen) aufgeteilt nach den jeweiligen Produkten gestalteten sich wie folgt:

Produkt	Stunden SZW	Externe Kosten in CHF
Weinwanderwege	389	18'156
Mühlendorf Führungen	42	0
Weinlandführungen	86	1'600
Velokarte	100	9'585
RheinGenussRoute ³	184	0
Allgemeine Arbeiten	969	25'437
Total	1'770	54'778

- Zudem konnten durch die Angebote Einnahmen von 34'020 während der Projektlaufzeit generiert werden.⁴
- Im Rahmen des NRP-Projekts wurden keine weiteren Investitionen getätigt. Einige Weinbaubetriebe haben aber in ihre

² Beiträge des Weinbauvereins Zürcher Weinland und Sponsoringbeiträge für die Weinwanderwege (CHF 10'300) sowie weitere Sponsoringbeiträge und Rückerstattung für retourniertes Material (CHF 999).

³ Rheinwelten (Genussroute): Interkantonales Projekt mit Kantonen SG, TG, SH, ZH, AG und BL. Interne Kosten (Personalaufwände) wurden über das NRP-Projekt «Branchenübergreifende Tourismusangebote» abgerechnet, externe Kosten im separaten Rheinwelten-Projekt.

⁴ Weinwanderwege: CHF 19'613, Mühlendorf Führungen: CHF 4'430, Weinlandführungen: CHF 9'977.

Räumlichkeiten für Degustationen investiert. Dies könnte indirekt mit dem NRP-Projekt zusammenhängen, ist aber auch durch den Generationenwechsel auf den Betrieben getrieben.

- In Anbetracht des breiten Einbezugs der lokalen Wirtschaft und den verschiedenen erstellten Angeboten wird das Kosten-Nutzen-Verhältnis positiv beurteilt. Insbesondere die effiziente Projektorganisation mit einem Single-Point-of-Contact (SPOC) bei der Standortförderung Zürcher Weinland ermöglichte eine ressourcenschonende Umsetzung des Projekts.

Nach der NRP-Förderung

- Seit Abschluss der NRP-Projektphase werden die verschiedenen Angebote über die Besuchergebühren und die Gemeindebeiträge des Vereins (nicht mehr über die NRP) gedeckt. Die Mühlendorf Führungen und Weinlandführungen sind kostendeckend, die Weinwanderwege sollen dies zukünftig auch sein (Preise wurden angepasst).
- Die Projektergebnisse können folglich ohne weitere Bundesbeiträge weitergeführt werden.

Projektresultate und Wirkung auf die Zielgruppe (Output und Outcome)

Infrastruktur / Angebote

- Zusammenarbeit verschiedener lokaler Akteure
- Lancierung neuer touristischer Angebote
- Weiterentwicklung bestehender touristischer Angebote
- Vernetzung über die Region und den Kanton hinaus

Während der NRP-Förderung

- Im Rahmen des NRP-Projekts wurde in Zusammenarbeit mit branchenübergreifenden Akteuren aus dem Zürcher Weinland touristische Angebote entwickelt.
- In den ersten Jahren des Projekts wurde vor allem das Netzwerk in der Region aufgebaut, bestehende Angebote analysiert und diese gezielt dort unterstützt, wo ein zusätzlicher Mehrwert für die Region geschaffen werden konnte. Anschliessend wurden auch neue Angebote konzipiert.
- Umgesetzt wurden folgende Angebote:
 - Mühlendorf Führungen: Die Führungen wurden vor dem NRP-Projekt vom lokalen Verkehrsverein (VVA) angeboten. Der Verein wollte sich auflösen. Mithilfe des NRP-Projekts konnte eine Lösung gefunden werden, um die Führungen weiterzuführen, zu professionalisieren und langfristig zu sichern. Die Guides konnten vom VVA übernommen werden.
 - Weinlandführungen: Verschiedene thematische Führungen (bspw. Rundgang Festung, Hopfenwanderung, Spargelstechen etc.) wurden in Kooperation mit lokalen Akteuren lanciert. Bestehende Führungen wurden weiterentwickelt und professionalisiert. Das Ziel der Führungen ist, verschiedene touristische Angebote einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich zu machen.
 - Velokarte: Mithilfe des NRP-Projekts konnten thematische Velorouten durch eine übersichtliche, attraktiv gestaltete Velokarte kommuniziert werden. Die Velokarte dient als wichtiges Kommunikationsinstrument, um die Region (und auch die Sponsoren) bekannter zu machen sowie neue Zusammenarbeit zu fördern.

- Weinwanderwege⁵: Die bestehenden Weinwanderwege wurden neu konzipiert. In engem Austausch mit 15 lokalen Weinbaubetrieben und vier Gastronomiebetrieben wurden die Routen angepasst und das Begleitangebot definiert.



Weinreben im Zürcher Weinland, Quelle: Zürcher Weinland

- Alle geplanten Produkte wurden erstellt und darüber hinaus entstanden weitere Angebote wie bspw. gastronomische Begleitangebote bei den Weinwanderwegen. Es entstanden neue Kooperationen, die auch über das Projekt hinaus eine positive Wirkung haben.
- Das NRP-Projekt entspricht dem Bedürfnis der lokalen Akteure, die touristischen Angebote im Zürcher Weinland zu professionalisieren, bekannter zu machen und gleichzeitig Synergien und neue Absatzmöglichkeiten für lokale Produzenten zu schaffen.

Nach der NRP-Förderung

- Die Angebote werden stetig weiterentwickelt und angepasst. Auf Basis der entstandenen Kooperation der lokalen Weinbaubetriebe wurde der «Wein im Rebberg» ins Leben gerufen, ein zweitägiger Anlass, der 2025 zum ersten Mal stattfand und auch 2026 durchgeführt wird. Des Weiteren konnte ein neues NRP-Projekt lanciert werden, dass an verschiedenen Orten auf den Weinwanderwegen weitere Informationen über die Region und den Rebbau via QR-Codes ermöglichte.
- Auch überregional konnte auf den bestehenden Angeboten und durch die stärkere Wahrnehmung des Zürcher Weinlands die Vernetzung relevanter Akteure gefördert werden. So konnte der Austausch mit dem House of Winterthur, Schaffhauserland Tourismus, Naturpark Schaffhausen (auch über Tourismusthemen hinaus) gestärkt werden. Des Weiteren besteht auch Austausch mit den Kantonen Tessin und Aargau, welche ähnliche Weinwander-Angebote erstellen möchten.

Nutzung / Wirkung auf die Zielgruppe

- Zielgruppe: Tagestourismus aus den umliegenden Regionen
- Grosse Nachfrage nach den verschiedenen touristischen Angeboten
- Positive Rückmeldungen zu den Weinwanderwegen

Während der NRP-Förderung

- Die Angebote wurden vor allem von Tagestouristinnen und -touristen wahrgenommen: Gruppen aus Zürich, Schaffhausen, Thurgau, die das Zürcher Weinland innerhalb einer Stunde erreichen können.
- Die folgenden Zahlen zeigen, dass die Angebote von der Zielgruppe rege genutzt wurden:
- Mühlendorf Führungen: Es wurden jährlich zwischen 8 und 13 Führungen durchgeführt. Zwischen 116 und 244 Personen nahmen jährlich Teil.

⁵ <https://regios.ch/regios-article/weinwandern-im-zuercher-weinland-genuss-wissen-und-digitale-innovation/>

- Weinlandführungen: Während der Projektlaufzeit besuchten jährlich zwischen 106 und 187 Personen eine der zahlreichen Führungen.
- Velokarte: Die Anzahl Nutzende der Velokarten kann nicht genau ermittelt werden, allerdings gibt die Anzahl bestellter Flyer einen Hinweis auf die Grösse der potenziellen Nutzenden: 2021-2023 wurden insgesamt 5'685 Flyer bestellt.
- Weinwanderwege: 2023 wurden die Begleitangebote von 338 Personen gebucht.
- Die Auswertung des Fragebogens zu den Weinwanderwegen im Jahr 2023 (und auch in den Folgejahren) zeigt die Zufriedenheit mit dem Angebot. 2023 bewerteten (auf einer Skala von 1-5) 81% der Umfrageteilnehmenden (n = 21) das Preis-Leistungs-Verhältnis mit der Note 4 oder 5.

Nach der NRP-Förderung

- Die Resultate bestehen auch nach der NRP-Projektförderung. Die Nachfrage konnte weiter gesteigert werden: Bspw. besuchten im Jahr 2025 340 Personen die Mühlendorf Führungen (2023: 116) und 1'128 Personen haben die Begleitangebote bei den Weinwanderungen gebucht (2023: 338 Personen). Bei den Weinlandführungen blieben die Besucherzahlen stabil.
- Auch nach der NRP-Förderung soll die Zielgruppe aus der näheren Umgebung im Fokus stehen. Durch die verstärkte überregionale Zusammenarbeit kann davon ausgegangen werden, dass zukünftig noch vermehrt Besucherinnen und Besucher aus entfernteren Regionen der Schweiz kommen werden.

Weitere (ergänzende) Angebote

- Kulinarische Begleitangebote

- Zusätzlich zur Anpassung der Weinwanderwege wurden auch die kulinarischen Begleitangebote erstellt. Diese entstanden durch die Initiative der beteiligten lokalen Akteure, sind auf die Wanderrouen abgestimmt und bilden ein beliebtes Angebot.

Wirkung auf die Region (Impact)

Auswirkungen des NRP-Projekts im engeren Sinn

- Zusammenarbeit der Akteure in der Region gestärkt
- Positive Wirkung auf Marke Zürcher Weinland

- Das Projekt konnte in seiner Grösse und Qualität nur dank der NRP-Unterstützung durchgeführt werden und ist ein wichtiger Baustein für die Professionalisierung der Strukturen und Angebote im Zürcher Weinland.
- Ohne NRP wären höchstens punktuelle Anpassungen der Angebote möglich gewesen, die aber kaum Wirkung auf die Marke «Zürcher Weinland» gehabt hätten.
- Auch die Zusammenarbeit zwischen den vielen Akteuren ist nur aufgrund der NRP-Förderung in dieser Breite entstanden.

Auswirkungen des Projekts im weiteren Sinn

- Attraktivitätssteigerung der Region

- Die lokale Wirtschaft konnte in verschiedener Hinsicht vom NRP-Projekt profitieren:
- Das Zürcher Weinland konnte als Freizeit und Tourismus-Standort an Attraktivität gewinnen, wodurch Gastronomie und weitere Wirtschaftszweige auch zukünftig profitieren.
- Das Projekt leistete einen Beitrag zum Umsetzungsprogramm für die NRP des Kantons Zürich der Umsetzungsperiode 2020-2023, dessen Ziel war, Regionalentwicklungsprozesse und -strukturen im Zürcher Weinland zu etablieren.

Investitionen

- Keine direkten Investitionen bekannt

- Im Rahmen des Projekts wurden keine grösseren Investitionen getätigt.

Neu geschaffene Unternehmen / Beteiligung lokaler Unternehmen

- Keine neu geschaffenen Unternehmen

- Durch das Projekt entstanden keine zusätzlichen Unternehmen.
- Das zukünftige Bestehen lokaler Unternehmen wurde durch das Projekt durch den sehr breiten Einbezug lokaler Akteure gefördert.

Arbeitsplätze / regionale Beschäftigungswirkung

- Leichter Beschäftigungseffekt bei den beteiligten Betrieben

- Es kann von einer leichten indirekten Beschäftigungswirkung bei den gastronomischen Betrieben ausgegangen werden, die die angemeldeten Personen bei den Weinwanderungen in Empfang nehmen und bedienen.
- Weitere indirekte Beschäftigungseffekte sind auch bei den weiteren beteiligten Unternehmen (lokale Produzenten) zu erwarten, da die angebotenen Produkte von lokalen Herstellern bereitgestellt werden.
- Die Effekte auf die Hotellerie in der Region können nicht abgeschätzt werden, dürften aber aufgrund des Fokus auf Tages-touristen nicht erheblich sein.
- Das Projekt entspricht demnach den übergeordneten NRP-Zielen, die Beschäftigung zu fördern.

Regionale Umsätze

- Zusätzliche Umsätze bei den beteiligten Akteur/-innen
- Projekt stärkt regionale Umsätze durch Vorleistungen bei lokalem Gewerbe

- Das NRP-Projekt wirkt sich positiv auf die regionalen Umsätze aus
 - Durch die Weinwanderwege konnten neue Absatzmöglichkeiten für die Weinbaubetriebe geschaffen werden. Neben den zusätzlichen Weinverkäufen durch die Weinwanderwege können die Weinbaubetriebe auch ihren Kundenstamm erweitern.
 - Die beteiligten Restaurants und das lokale Gewerbe (Bäckereien, Metzgerei, Käserei) konnte durch die kulinarischen Begleitangebote der Weinwanderwege (Weinwandersäckli) Umsatz generieren.
 - Für das NRP-Projekt arbeitete die Standortförderung Zürcher Weinland mit regionalen Dienstleistern (im Rahmen von rund CHF 18'000) für Fotografien, für den Druck der neuen Broschüren, für die Pfeile für die Wanderwege und für die Website zusammen.
- Die Umsätze, die durch die touristischen Angebote entstehen, lassen sich nicht auf die einzelnen Unternehmen herunterbrechen, können aber anhand der Einnahmen aus den unterschiedlichen Angeboten abgelesen werden:
 - CHF 4'430 Mühlendorf Führungen (Jahre 2022 / 2023): CHF 200 Pauschale pro Führung.
 - CHF 19'613 Begleitangebot Weinwanderwege (2023)
 - CHF 9'977 Weinlandführungen (2021-2023)

Schwerpunkt 2026: Soziale Innovation

Das Schwerpunktthema der vorliegenden Wirkungsmessung ist «Soziale Innovationen». Das untersuchte Projekt wird zusätzlich daraufhin untersucht, wie stark einzelne Merkmale von Sozialen Innovationen im vorliegenden Projekt ausgeprägt sind. Dabei handelt es sich nicht um eine Beurteilung, ob das NRP-Projekt eine Soziale Innovation ist oder nicht. Mehr Informationen zum Thema finden sie auf der Homepage von [regiosuisse](https://regiosuisse.ch).

Merkmal	
Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung	– Soziale Dimension: Das NRP-Projekt förderte den Austausch und die Zusammenarbeit zwischen lokalen Akteuren und trägt langfristig zum sozialen Zusammenhalt bei. – Ökologische Dimension: Die Angebote wurden ökologisch verträglich ausgestaltet (Ziel ist nachhaltige Tourismusförderung). – Ökonomische Dimension: Die lokalen Betriebe können auch längerfristig von den zusätzlichen Einnahmen durch die Angebote profitieren.
Vielfältige Akteurslandschaft	– Unterschiedliche regionale Akteure involviert: Regionale Standortförderstelle (Verein Zürcher Weinland), lokales Gewerbe (Weinbau, Gastronomie etc.) sowie punktuell überregionale Zusammenarbeit (Naturpark Schaffhausen, House of Winterthur etc.) – Die Zivilgesellschaft ist nicht direkt ins Projekt eingebunden.
Kontextbezogen neuartig	– Die breite Kooperation der lokalen Weinbaubetriebe ist im Zürcher Weinland ein Novum.
Stärkung sozialer Beziehung	– Durch entstandenen Dialog und Nutzung von Synergien konnten Beziehungen zwischen den Betrieben verbessert, Vorbehalte abgebaut und neue Kooperationen geschaffen werden.
Ergebnisoffener Prozess	– Es gab kein konkretes Konzept für das Projekt. Vielmehr wurde geschaut, welche Tourismusangebote weiterentwickelt werden können. Dadurch konnte ein ergebnisoffener Prozess gewährleistet und Ideen rollend angepasst werden.
Beitrag zur regionalen wirtschaftlichen Wertschöpfung	– Direkte Effekte auf die regionale Wertschöpfung entstanden durch die neuen bzw. die weiterentwickelten Angebote, die den Absatz des lokalen Gewerbes verbessern. Auch Gebühren für Führungen tragen zur lokalen Wertschöpfung bei. – Der nachhaltige Beitrag zur regionalen Wertschöpfung zeigt sich in den neuen Angeboten, die durch die aufgebauten Netzwerke auch nach der NRP-Phase entstanden («Wein im Rebberg», Partnerschaften für Führungen).
Kollektives Lernen	– Durch die gestärkte Kooperation zwischen Weinbaubetrieben wird auch in diesem Bereich das kollektive Lernen gefördert. – Regelmässiges Monitoring der Projektergebnisse, um Angebote bei Bedarf anzupassen (bspw. Beschränkung der Weinlandführungen aufgrund hoher Nachfrage).
Pilotcharakter	– Die Angebote haben an sich keinen Pilotcharakter, da es sich primär um eine Weiterentwicklung/Professionalisierung bestehender Angebote handelt und die erstellten Produkte auch aus anderen Regionen bekannt sind. Die Breite des Einbezugs der lokalen Wirtschaft ist dabei aber hervorzuheben.
Partizipation	– Die Ausgestaltung der Produkte wurde in sehr enger Zusammenarbeit mit dem lokalen Gewerbe erarbeitet.
Veränderte Narrative	– Zürcher Weinland ist keine bekannte touristische Region. Durch die unterschiedlichen Angebote und insbesondere durch die Kommunikationsmassnahmen konnte der Verein als

Merkmal	
	touristischer Akteur überregional bekannter gemacht und die Region einem breiteren Publikum nähergebracht werden.
Institutionelle Verstetigung	– Durch Vernetzung der Akteure wurden neue Kooperationen geschaffen, die auch über die Projektlaufzeit hinaus bestehen.

Würdigung entlang der Evaluationskriterien

- Relevanz
- Effektivität
- Effizienz
- Beständigkeit

Relevanz

- Das Projekt deckt mit dem Thema Weinbau einen relevanten Tourismus- und Wirtschaftszweig der Region ab. Die Bedürfnisse der Bevölkerung, neue Tourismus- und Freizeitangebote zu erstellen und jene der Anbieter, regionale Produkte bekannt zu machen, wurden gut abgeholt.
- Es fand eine breite Koordination der lokalen Akteure aus unterschiedlichen Gewerben und zusätzliche Vernetzung mit überregionalen Akteuren statt.
- Das Projekt ist konsistent mit den Zielen der NRP, die regionale Wertschöpfung durch eine Anschubfinanzierung zu steigern.

Effektivität

- Es gab keine vorgängigen Zielvorgaben für die Erstellung bestimmter Angebote. Vielmehr wurde zu Beginn geschaut, welche Angebote erstellt bzw. verbessert werden können.
- Die Nachfrage nach den erstellten Produkten ist gross.
- Die regionale Wirtschaft profitiert vom Projekt, da die Bekanntheit der Region gefördert werden konnte und Umsätze in der lokalen Wirtschaft generiert wurden.

Effizienz

- Das Kosten-Nutzen-Verhältnis ist positiv zu beurteilen, da ein langfristiger Nutzen für unterschiedliche regionale Akteure entstand.
- Die Standortförderung Zürcher Weinland konnte einerseits den Einbezug lokaler Akteure und andererseits auch den Austausch auf überregionaler Ebene gewährleisten.
- Die Projektsteuerung war aufgrund der klaren Zuständigkeiten und bestehenden Entscheidungskompetenzen des Vereins sowie dem Projektmanagement durch eine Person sehr effizient.
- Um einen breiten Einbezug der lokalen Akteure zu ermöglichen, verzögerte sich die Umsetzung der Weinwanderwege um ca. ein Jahr.

Beständigkeit

- Die Projektergebnisse bestehen auch nach der Projektlaufzeit, da die Angebote grösstenteils kostendeckend angeboten werden. Zusätzliche Aufwände werden durch die Vereinsmittel gedeckt.
- Die nötigen organisatorischen und personellen Kapazitäten zur Weiterführung der einzelnen Angebote sind vorhanden. Die durch das Projekt angestossene Zusammenarbeit der Akteure ermöglicht sogar den selbständigen Aufbau neuer Angebote.
- Durch die kostendeckende Ausgestaltung der Angebote ist eine langfristige Finanzierung ohne zusätzliche Unterstützung gewährleistet.

Informationen zur durchgeführten Wirkungsmessung	
Typ	Ex-Post Wirkungsmessung
Durchführung	Maxie Wäli / maxie.waelti@regiosuisse.ch Michèle Kreienbühl / michele.kreienbuehl@regiosuisse.ch
Projekträgerschaft	Standortförderung Zürcher Weinland
Einbezogene Personen	Nik Berger, Standortförderung Zürcher Weinland Kenny Keller, Keller Weinbau Waltalingen
Zeitraumen	Mai 2026 – August 2026