

# Das Königsjahr hat sich vollends gelohnt

**Eliane Widin und Renato Mariana von der Liebeswerkstatt sowie Fabian Devos von der «dreischiibe» blicken auf ihr Königs-Jahr zurück.**

## Wie habt Ihr das Königsjahr erlebt?

**Renato Mariana:** Wir durften auf eine unheimlich grosse Akzeptanz zählen. Menschen, die wir bis anhin nicht kannten, freuten sich riesig mit uns. Zeitgleich war es für viele, welche uns seit Jahren begleiten und unterstützen ein enormes Zeichen der Wertschätzung. Für die Jäger und im Zeichen des freilebenden Wildes ist es ein grosser Applaus, der auch noch lange anhalten wird.

**Fabian Devos:** Wir haben das Königsjahr auf verschiedenen Ebenen sehr positiv erlebt. Intern: Die Mitarbeitenden sind mit dem Titel gewachsen und haben viel Selbstbewusstsein daraus gezogen. Extern: Wir konnten viele neue Kontakte gewinnen und Partnerschaften etablieren. Neue Kunden haben ihren Weg zu uns gefunden und Stammkunden fühlten sich in ihrer Meinung bestätigt.



Eliane Widin und Renato Mariana, Liebeswerkstatt

## Inwiefern wurde Euer Bekanntheitsgrad durch die Krone erhöht?

**Renato Mariana:** Wir erlauben uns zu sagen, massiv. Für einmal stand das einheimische Wild ganz oben. Damit haben wir das Ziel erreicht. Wild ist das nachhaltigste Fleisch unserer Zeit, welches kein Label und keine Zertifizierung braucht, aber eine Herkunftsgarantie verdient. Ein Jagdkollege aus der Westschweiz schmiss zusammen mit seiner Jagdgesellschaft sogar eine Party zu unseren Ehren, respektive dem Wild gebührend. Auch aus dem nahen Ausland bekamen wir sehr spannende Anfragen.

**Fabian Devos:** Die hohe Medienpräsenz hat sicher zu einer Erhöhung unseres Bekanntheitsgrads beigetragen. Wir haben die Krone auf vielen Medienkanälen, vor Ort in unserer Gaststube sowie auf der Menükarte gut in Szene gesetzt. So haben wir beispielsweise ein grosses Plakat aufgehängt und die gewonnene Krone auf ein Podest gestellt. Wir glauben auch, dass die Königswahl die Mund-zu-Mund-Propaganda angekurbelt hat – denn wir waren Gesprächsstoff. Und ein weiterer positiver Effekt ist, dass durch die Krone das Ansehen bei potenziellen Kunden gestiegen ist. Man traut uns mehr zu.



Fabian Devos, Stiftung dreischiibe

## Hat sich die erhöhte Bekanntheit positiv auf das Konsumverhalten ausgewirkt?

**Renato Mariana:** Ganz bestimmt. Wir durften nach der Wahl wiederholt in neue Regionen liefern. Die Spitzengastronomie hat den Kontakt zu uns verstärkt, wir konnten zwei neue Antierferstellen in Betrieb nehmen. Es sind neue, sehr wertvolle Freundschaften und starke Verbindungen entstanden. Das tut gut. Wenn dann auch der Familienausflug an unserer Adresse endet, weil man hier ein einzelnes Rehnüssli oder eine kleine Portion Hackfleisch von der Gemse bekommt, dann ehrt uns dies und schenkt uns sehr viel Kraft.

**Fabian Devos:** Es konnte durchaus eine Zunahme bei den neuen Gästen verzeichnet werden, beziffern lässt sich diese Zunahme aber nur schwer. Und wie nachhaltig die Stiftung «dreischiibe» diese Gäste überzeugt hat, wird sich erst in der Zukunft zeigen. Einen weiteren positiven Effekt konnte unser Team ausserdem erfreulicherweise beim Catering verzeichnen.