

Thema 1: Welche Unterstützung braucht es für Innovationen in einer standortangepassten und nachhaltigen Berglandwirtschaft?

Rebecca Göpfert
Forschungsgruppe Tourismus und Nachhaltige Entwicklung,
ZHAW
Katja Jacot
Forschungsgruppe Agrarlandschaft und Biodiversität,
Agroscope

Thema 2: Was gibt es für innovative Produktionszweige in der Berglandwirtschaft?

Roman Grüter Forschungsgruppe Geography of Food, ZHAW
Alex Mathis Forschungsgruppe Hortikultur, ZHAW

Thema 3: Wie können lokale Produzenten und Gastronomie zur Innovation der Berglandwirtschaft beitragen und welcher Nutzen resultiert daraus?

Thomas Bratschi
Gründer und Co-Geschäftsleiter foodward

Thema 4: Wie können Produkte aus alpinen Regionen vermarktet und vertrieben werden?

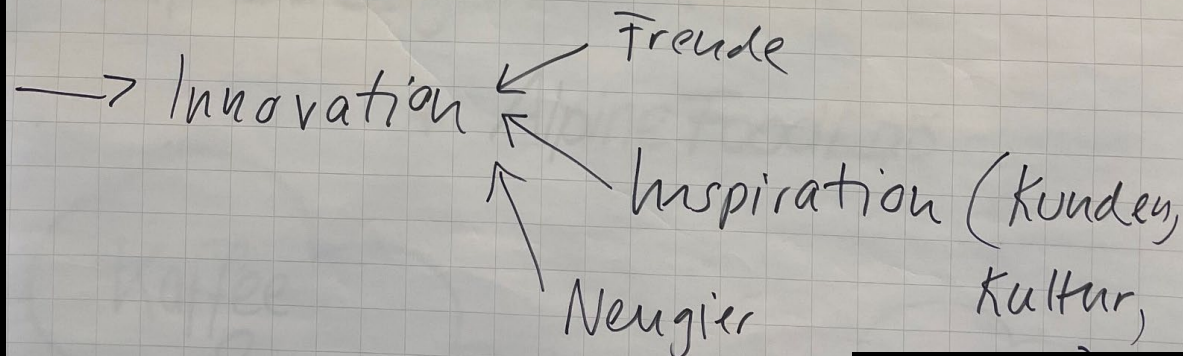
Stefan Forster
Leitung Forschungsbereich Tourismus und nachhaltige
Entwicklung, ZHAW

Ökonomie - Ökologie - Soziologie

Unterstützung?

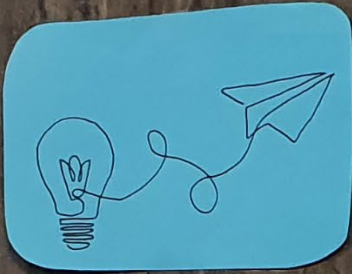
- ▷ Vernetzung, überregional, Wissenstransfer
- ▷ Kompetenz, Erfahrungen
- ▷ Fehlerkultur, Risiko teilen (finanziell)

→ Arbeit, Marketing, Absatz



Thema 2

Was gibt es für innovative Produktionszweige in der Berglandwirtschaft?



Innovation	Ökologische Dimension	Ökonomische Dimension	Soziale Dimension	Potenzial-einschätzung ↑ ↗ → ↘
Wildobst	Mutter für Biere (Polenogal) getrocknete Beeren	Getränk mit Kräutern, Schnaps Kulturvererbt (Vogelbeere, Holunderbeere) → Nischen! Auswaschung!		↗
100% Fleischverarbeitung "nose to tail" ganzes Tier, "seife mit Wurst", Molkedrink "Life style"	kein Abfall	Wertschöpfung voll genutzt		↗
(Brennmasse) Holzreste		ganze Wertschöpfungskette		↘
Berghamisilup "Brennmasse"				
"Seetrankoffel"				
"Erlebnissgärten", essbarer Garten				
Pommernente				

Innovation	Ökologische Dimension	Ökonomische Dimension	Soziale Dimension	Potenzial-einschätzung ↑ ↗ → ↘
Schwarze Alpen-Schweine	• Tierswohl • geschlossener Nährstoffkreislauf • lokales Futter			
Pommern-Ente	Laufente			
Beeren (auch weiterverarbeitet)	Schnaps			
Schafwolle	Ökologische Wirkung	Verarbeitung lokal? Wertschöpfung Kreislaufwirtschaft		
Lo div. Nutzung				
Schamsen				
Bohnen/Linsen/Lupine				
Treibhaus (an Südhängen) → mehrstet d. Südhitze u. Solarwärme	1300 m. (Südhang)	Bewilligungen etc.		
Haidkräuter/Wildkräuter Teemischungen	gesetzliche Hürden? Wetterabhängig	Handarbeit		
Haidbeeren Wild/Anbau			Agrotourismus Menschen mit Beeinträcht.	

Erfahrungen

→ wer produziert was?

↳ unkompliziert! → App?

↳ wie bekomme ich das? Erreichbarkeit

Versfügbarkeit

↳ Saisonalität - Haltbarmachung

GASTRO [?] LANDWIRTSCHAFT
geg. Verständnis

▷ ALDINA VERA

▷ GRAN ALPIN

BEST. VERTRIEBSKOSTEN /
LOGISTIK

IDEEN

▷ 'Bündner CC' mit reg. Produkten

▷ digitale Plattform → gemeinsame Logistik

▷ Netzwerk! (Austausch zwischen ^{den} Stationen)

▷ gemeinsame Lagerung / grössere Mergen

HERAUSFORDERUNGEN (2)

→ verfügbare Menge pro Produzent

→ welches braucht auf Eigeninitiative → ohne System

↳ es braucht Netzwerk! + Kontinuität

→ Standardisierungen bei Fleisch + Gemüse

→ Risiko beim Zwischenhändler?

Beispiel Tirol

→ gemeinsame Marke + Logistik

▷ GASTRO: Flexibilität?

↳ Küchenchefs = Schlüsselrolle?

↳ könnte grossen Beitrag an div. Berglandw. leisten!

↳ Risiko gemeinsam tragen!

▷ Resteverwertung als Ansatz

FOODLAB?

Stärkung Gastro / Landwirtschaft → Netzwerk

Küchenchefs 'Sensibilisieren' / Küchenpersonal -

↳ Bewusstsein schaffen (Planung, Einkaufsprozess)

Weiterbildungen / z.B. Workshop Nose to tail in Ausbildung

Thema 3

alpen
weit
blick
2025

INNOVATION

▷ Beispielprodukte → real!

kleinstmengen

→ Inspiration

▷ Resteverwertung (als Thema)

▷ Begegnung / Austausch

▷ Küchenchefs, Gelbesen → Fleischersatz

Sicherstellung

▷ Verwertung + Verarbeitung der Produkte, wenn vorhanden

↓
Generation ^{altes Wissen} ≠ als Chance!

Lokale Stakeholder als Teilhaber
→ Genossenschaft



Thema 4
Wie können Produkte aus alpinen
Regionen vermarktet und
vertrieben werden?



IKZABL

- Alpinavera
- GR viva
- Vivonda AG
- Individuelle
Direktvermarkt.
- Pärke /
Regionen
- Gross-
vertriebs

- Zugänge
Lösungen
- Koop.
GR viva
Alpinavera
- Kunst-
Vermittlung-
Werthalten
- Anfklärung
"Fleisch"
- Klimaneutrales
Fleisch

- Heraus-
forderungen
"Lücken"
- Massstab
Hot-Regio-GR →
- Mitmachen
an "grosse"
Idee
- Logistik
- Komm. /
Vermittlung
→ Touristisches
Gastr./Hotel
- Konsumenten
Trends
Vermarktung

ERWARTUNGEN & BEDÜRFNISSE AN DAS

INNOVATIONS- UND KOMPETENZZENTRUM ALP- UND
BERGLANDWIRTSCHAFT & ALPINE FOODLAB

- logistische Unterstützung
- Marketing " "
- Wissensvermittlung
- Netzwerk Konsument - Produzent ("Intelligentes Nhr")
- Organisation zentraler Verarbeitung (Qualitäts-, Hygienevorschriften...)

