

Informations- und Mitwirkungsveranstaltung

Innovations- und Kompetenzzentrum Alp- und Berglandwirtschaft und Alpine FoodLab

26.04.2022 | 9.30 - 15.30 Uhr | Plantahof, Landquart

Zusammenfassung und Rückblick



Alle Präsentationen der Veranstaltung sind hier zu finden: www.zhaw.ch/alpenweitblick

RÜCKBLICK

Im Rahmen des [PRE Safiental](#) wird das Bedürfnis und die Machbarkeit eines Innovations- und Kompetenzzentrums für die Alp- und Berglandwirtschaft (IKZABL) in Tenna geprüft.

Der Verein Tenna Plus als Träger dieses Projektes hat in Zusammenarbeit mit dem Naturpark Beverin, der Regiun Surselva und der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften zu einer Informations- und Mitwirkungsveranstaltung am Plantahof eingeladen. Dieser Einladung folgten über 60 Personen, um sich aus erster Hand informieren zu lassen und gemeinsam die Projektidee zu diskutieren und weiterzuentwickeln. Neben Landwirtinnen und Agronomen, waren unter anderem auch Älpler, Lebensmittelverarbeitende, sowie Wissenschaftlerinnen, Gastronomen und weitere Interessierte an diesem Austausch beteiligt.

Im Fokus der Veranstaltung stand die Vorstellung der Idee für den Aufbau eines Innovationszentrums für die Berglandwirtschaft sowie das Abholen der Bedürfnisse und der Einschätzungen aller Interessierten zu diesem Vorhaben. Nach der Präsentation der Projektidee stellten sich drei beteiligte Bergbauern in einer Diskussionsrunde den Fragen der Anwesenden. Ausserdem wurde das «Lebensmittel Innovations Zentrum», ein ähnliches Projekt aus Österreich vorgestellt. Die Teilnehmenden konnten sich im Plenum, bilateral als auch in einzelnen Workshops zum Vorhaben direkt äussern und einbringen. Dabei entstanden spannende Gespräche und Diskussionen, die zur Weiterentwicklung des Projekts beitragen. Die Rückmeldungen waren überwiegend positiv. Ausserdem konnten neue Kontakte geknüpft und somit das Netzwerk der Projektidee erweitert werden.

DIE PROJEKT-IDEE: EIN INNOVATIONSZENTRUM FÜR DIE BERGLANDWIRTSCHAFT

(Alp-)käse und Salsiz sind bekannte und beliebte Produkte aus den Berggebieten. Sie zeichnen die Berglandwirtschaft aus. Obwohl der Fleischkonsum in der Bevölkerung zunehmend kontrovers diskutiert wird und vegane oder vegetarische Ernährungsweisen zunehmen, bleiben die Milch- und Fleischproduktion im Berggebiet nach wie vor wichtige Produktionszweige. Die Tierhaltung mit der dazugehörigen Graslandwirtschaft wird auch weiterhin eine zentrale Rolle in der Berglandwirtschaft einnehmen, wenn die Grundlagen für die Ernährung im Berggebiet weiterhin sinnvoll genutzt werden sollen. Ergänzend zu den traditionellen Betriebszweigen soll die Produktpalette der Berglandwirtschaft erweitert werden, durch innovative Produkte aus einer nachhaltigen und standortangepassten Berglandwirtschaft. Der Zeitpunkt scheint ideal, um Veränderungen in der alpinen Nahrungsmittelproduktion gemeinsam anzugehen und eine zukunftsfähige Berglandwirtschaft mit Antworten auf globale Herausforderungen zu schaffen.

Das künftige Innovationszentrum Berglandwirtschaft soll als Anlaufstelle und Kompetenz-Netzwerk funktionieren. Als Denk- und Machlabor soll es Impulsgeber für lebenswerte und lebendige Bergtäler werden und somit die Diversifizierung und Widerstandfähigkeit der Berglandwirtschaft fördern. Die Grundidee ist es, den inter- und transdisziplinären Austausch rund um die alpine Nahrungsmittelproduktion zu unterstützen und zu fördern, um die Diversifizierung erfolgreich und gemeinsam umzusetzen. Der Wissensaustausch zwischen Theorie und Praxis spielt dabei eine zentrale Rolle, um die verschiedenen Bereiche entlang der Wertschöpfungskette in der Nahrungsmittelproduktion im Alpenraum miteinander zu verbinden. Zu dieser branchenübergreifenden Vernetzung zählen neben der Berglandwirtschaft unter anderem auch Verarbeitungsbetriebe wie Sennereien oder Mühlen, sowie Gastronomie, Tourismus oder Kunst. Dabei sollen so viele Produktionsschritte wie möglich in der Region stattfinden, um vor Ort eine möglichst hohe Wertschöpfung zu generieren – nach dem Motto «Vom Feld bis auf den Teller in der Region».

Der Verarbeitungsraum und die Experimentierküche im zugehörigen Alpine FoodLab stehen Personen aus der Landwirtschaft, der Lebensmittelverarbeitung oder mit grundsätzlichem Interesse an alpinen Lebensmitteln zur Verfügung, um zu experimentieren, kreieren und alpine Rohstoffe zu veredeln. Die Marktfähigkeit der Produkte aus dem FoodLab können dann in Zusammenarbeit mit dem Hotel-/Restaurantbetrieb im Berghotel Alpenblick direkt von den Köchen und Gästen getestet werden.

Weitere Informationen sind auf der Präsentation oder unter www.alpenweitblick.ch zu finden.

Denk- und Machlabor entlang der Wertschöpfungskette

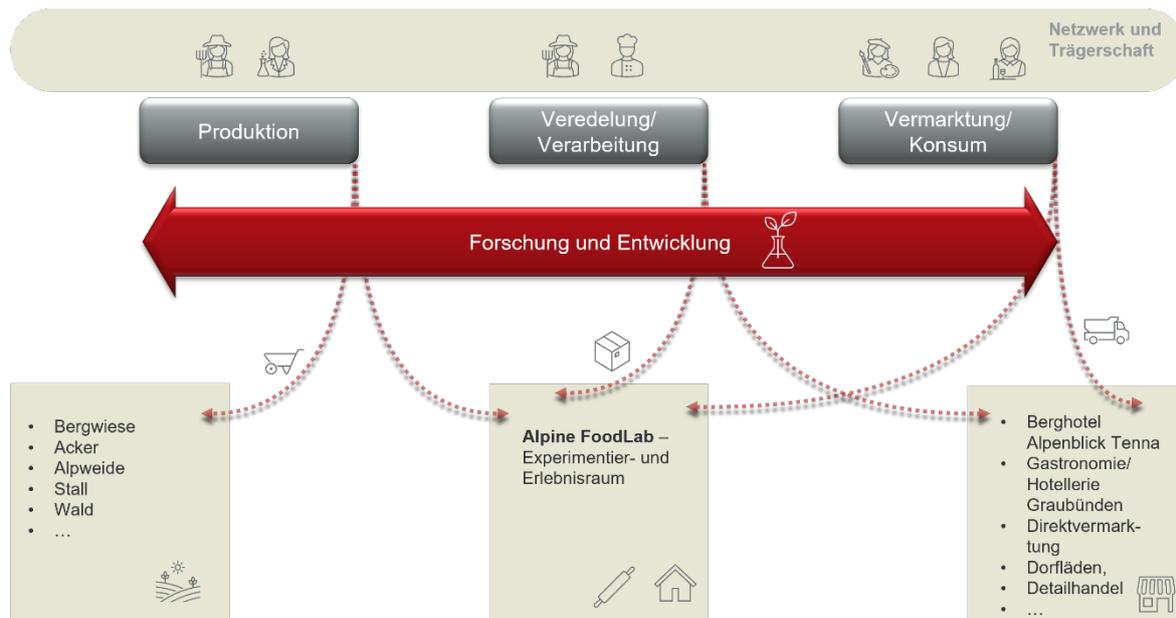


Abbildung 1: Das Innovationszentrum mit Alpine FoodLab als Denk- und Machlabor entlang der Wertschöpfungskette

LEBENSMITTEL-INNOVATIONS-ZENTRUM (TIROL)

Die Agrarmarketing Tirol befindet sich ebenfalls im Aufbau eines Zentrums, um die Wertschöpfung der landwirtschaftlichen und gewerblichen Produzierenden zu erhöhen und die kleinstrukturierte Berglandwirtschaft weiterhin zu erhalten.

Abgestützt ist dieses Zentrum mit einer Forschungseinrichtung für landwirtschaftlichen Pflanzenbau und Tierhaltung («farm lab»), einem Kitchen-Lab für innovative Produktentwicklung («Genusswerk»), einer Beratungsstelle sowie einer Innovationsmanagementstelle. Begleitet werden diese vier Bereiche ebenfalls durch Forschung und Entwicklung in der Lebensmittelproduktion.

Das Lebensmittel-Innovations-Zentrum bietet die Möglichkeit ein übergreifendes Netzwerk zu bilden, Synergien zu nutzen und sich bestenfalls gegenseitig zu unterstützen.

ERGEBNISSE AUS DEN WORKSHOPS

In den verschiedenen Workshops kamen spannende Diskussionen und Ideen auf. Die Präsentationen der Kurzinputs sind ebenfalls unter www.zhaw.ch/alpenweitblick zu finden.

Geäusserte Erwartungen und Bedürfnisse der Teilnehmenden an das Innovations- und Kompetenzzentrum Alp- und Berglandwirtschaft & Alpine FoodLab:

- Logistische Unterstützung
- Marketing
- Wissensvermittlung
- Netzwerk Konsument-Produzent («Intelligentes Netzwerk»)
- Organisation zentraler Verarbeitung (Qualitäts-, Hygienevorschriften, ...)

THEMA 1:

WELCHE UNTERSTÜTZUNG BRAUCHT ES FÜR INNOVATIONEN IN EINER STANDORTANGEPASSTEN UND NACHHALTIGEN BERGLANDWIRTSCHAFT?

(KATJA JACOT, REBECCA GÖPFERT)

Eine nachhaltige und standortgerechte Berglandwirtschaft charakterisiert sich durch die individuellen Anpassungen der Betriebe an die lokalen topografischen und klimatischen Bedingungen vor Ort, um sozial, ökologisch und ökonomisch vertretbar im Berggebiet zu produzieren.

Aktuell hat die Berglandwirtschaft mit verschiedenen Krisen wie den Klimawandel oder der Zersiedelung zu kämpfen. Hinzukommt, dass immer mehr Flächen intensiviert bewirtschaftet werden, wodurch die Biodiversität stark leidet.

Obwohl die Thematik heut zu Tage immer mehr Gehör findet, muss auch in der Berglandwirtschaft noch offener und innovativer gedacht werden, damit vorausschauend gehandelt werden kann.

Innovationen werden unterschiedlich wahrgenommen. Treiber für solche Innovationen sind Freude an der Thematik, Inspiration durch beispielsweise Kunden oder Kultur, Neugierde und dem Mut aus Fehlern zu Lernen.

Hierbei ist insbesondere wichtig, dass z.B. Biodiversität in Gesamtkontext involviert und integriert wird, sowie eine Vernetzung untereinander. Dabei kann das Innovationszentrum die Rolle der Netzwerkpflege und -koordination übernehmen und somit auch einen überregional Wissenstransfer ermöglichen, um Erfahrungen auszutauschen und Synergien zu nutzen. Neben einem gemeinsamen Sprachrohr verfügt das Innovationszentrum auch über ein kompetentes Netzwerkwissen und kann somit Unterstützung bei der Arbeit, dem Marketing und Absatz bieten.

THEMA 2:**WAS GIBT ES FÜR INNOVATIVE PRODUKTIONSZWEIGE IN DER BERGLANDWIRTSCHAFT?**

(ROMAN GRÜTER, ALEX MATHIS, SEBASTIAN NAGELMÜLLER)

Kurzinput «Produktion von Pilzen (outdoor) und essbaren Insekten (indoor) auf Holz / “food from wood”; Imkerei: Nutzung von Drohnen als essbare Insektenprodukte» (Jürg Grunder ZHAW, Leitung Forschungsstelle Phytomedizin)

Zu Beginn des Workshops wurde der Innovationsbegriff anhand einer erweiterten Definition eingeführt:

«In der Wirtschaft ist Innovation etwas Neues oder deutlich Verbessertes, das von einem Unternehmen getan wird, um entweder direkt für das Unternehmen oder indirekt für dessen Kunden einen Mehrwert zu schaffen» (Rogers, 2018). Für eine nachhaltige Entwicklung in der Berglandwirtschaft sind aber Innovationen erwünscht, die zusätzlich, oder anstelle davon auch Mehrwerte für die Umwelt oder die Gemeinschaft bieten.

Innovationen sind für die Berglandwirtschaft von zentraler Bedeutung, da sie (Teil-)Lösungen für drängende Herausforderungen wie Abwanderung, Klimawandel oder Verbuschung bieten und damit die Resilienz der Berglandwirtschaft erhöhen.

Anhand der entsprechenden drei Nachhaltigkeitsdimensionen (Ökologie, Ökonomie, Soziales) nahm Jürg Grunder eine Beurteilung der vorgestellten Projekte vor. Der Beitrag stiess auf grosses Interesse und es wurden im Anschluss Möglichkeiten und Hindernisse diskutiert, im Berggebiet Outdoor Pilze zu produzieren oder in der Bergimkerei Drohnen zu nutzen. Zwei entscheidende Aspekte dabei waren die Verfügbarkeit von Laubholz für die Pilzproduktion und der Absatz von frischen Produkten (Pilze, Drohnen).

Im Anschluss wurden in zwei Kleingruppen Beispiele für innovative Produktionszweige gesammelt, und für diese anhand der drei Nachhaltigkeitsdimensionen eine grobe Beurteilung und Potenzialabschätzung vorgenommen. Die Idee dabei war, sowohl bereits bestehende als auch neue innovative Produktionszweige mit einem Potenzial zur lokalen Wertschöpfung gemeinsam zusammenzutragen und zu diskutieren.

In diesem Austausch kam eine breite Palette an Ideen zusammen:

- Anbau von Wildobst, Haselnüssen oder Baumnüssen, Saatkartoffeln, Beeren, Schamserbohnen, Lupine und Produktion von vielfältigen Spezialitäten
- Produktion von Bergahornsirup
- Vermarktung von Heil- und Wildkräutern und Wildbeeren
- 100%ige Fleischverwertung (Nose to Tail, Kräuterseife, Molke-Drink...)
- Haltung von Schwarzen Alpenschweinen
- Diversifizierte Nutzung von Schafwolle (Mulch, Schneckenschutz, Dämmmaterial, Dünger, Bekleidung...)
- Einsatz der Pommernente
- Aufbau einer Erlebnispflanzerei
- Bau von Treibhäusern an Südhängen unterstützt durch Erd- und Solarwärme
- ...

Die Ideen widerspiegeln die Expertisen und Interessen der am Workshop beteiligten Akteure und sind nicht repräsentativ für die gesamte Berglandwirtschaft. Es wurden aber Aspekte diskutiert, die bei der Etablierung von Innovationen im Berggebiet grundsätzlich wichtig sind, wie die Profitabilität,

gesetzliche Hürden, die lokale Wertschöpfung, die Verfügbarkeit von Arbeitskräften, die Verbindung mit dem Agrotourismus oder die ökologischen Auswirkungen (positive und negative). Ausserdem wurde deutlich, dass bereits viele innovative Produktionszweige oder Ansatzpunkte dafür in der Berglandwirtschaft vorhanden sind, auf deren Erfahrungen aufgebaut werden soll. Teilweise sind sie aber heute noch nicht sichtbar. Hier könnte das IKZABL bei der Verwaltung und beim Austausch von Wissen und Erfahrungen eine wichtige Rolle spielen.

THEMA 3:

WIE KÖNNEN LOKALE PRODUZENTEN UND GASTRONOMIE ZUR INNOVATION DER BERGLANDWIRTSCHAFT BEITRAGEN UND WELCHER NUTZEN RESULTIERT DARAUS?

(THOMAS BRATSCHI, NATHALIA TRÜB)

Kurzinput «Von Wertschöpfungsketten zu Wertschöpfungsnetzwerken – warum das «Netzwerken» zum Erfolgsfaktor wird» (Thomas Bratschi, Gründer und Co-Geschäftsleiter foodward):

- Kurzinfo zu [foodward](#) und zum neuen [CAS «Alpine food & local value networks»](#)
- Die Wertschöpfungskette der landwirtschaftlichen Nahrungsmittelproduktion sollte zyklisch und im grösseren Kontext betrachtet werden: als *Ernährungssystem*.
- Es gibt verschiedene Trends (und Definitionen) rund um das Thema Food, Beispiel Food-Trend-Map 2021.
- Der Begriff «Regional» wird definiert, bzw. verschiedene Definitionen aufgezeigt. Bsp. «Regionale Produkte werden in grösstmöglicher Nähe zu der Küche produziert, in der sie verbraucht werden.» (Matthies-Umhau, 2005)

Bekannte und weniger bekannte **Herausforderungen** rund um regionale / alpine Nahrungsmittelproduktion werden diskutiert:

- fehlendes Netzwerk: Die Gastronomie weiss nicht, welche Produkte bei welchen Produzenten wann verfügbar sind. Auch gibt es viele spannende Eigeninitiativen, aber ohne «System».
- Verfügbare Menge und Qualität: Lokale Lebensmittel sind häufig nur in kleinen Mengen und saisonal verfügbar. Hier fehlt es auch häufig an Wissen in der Gastronomie: wie geht man mit Kleinmengen um und reagiert auf saisonale Schwankungen in der Speisekarte?
- Eine zentrale Logistik und Vermarktung wäre wünschenswert, eine Art «Bündner CC» für die Gastronomie.
- Risikobereitschaft: Es ist niemand bereit das Risiko allein zu tragen und mit neuen, innovativen Produkten zu starten. Der Produzent braucht einen Abnehmer, der Abnehmer / Gastronom braucht konstante und zuverlässige Lieferungen.

Die besondere **Rolle der Gastronomie** wird besprochen und kritisch betrachtet:

- Küchenchefs haben Schlüsselrolle, sie kreieren die Menüs und kaufen ein
- Gastro könnte einen wichtigen Beitrag an die Diversifizierung der Berglandwirtschaft leisten. Das Risiko müsste gemeinsam getragen werden. Die Resteverwertung ist ein möglicher Ansatz, um innovative Lebensmittelverwendung zu initiieren und gemeinsam neue Produkte zu kreieren.
- Gastronomie ist oftmals wenig flexibel, z.B. in der täglichen Anpassung der Speisekarte oder zum Ausprobieren von neuen Ideen / Produkten.

Lösungen und Potential vom Alpine FoodLab

Netzwerk: Das Alpine FoodLab könnte eine Lösung für oben genannte Herausforderungen sein, in dem es ein (physisches) Netzwerk rund um Gastronomie und Berglandwirtschaft aufbaut und pflegt.

Sensibilisierung und Bildung: Küchenchefs / Küchenpersonal könnten sensibilisiert werden und unter anderem ein Bewusstsein beim Einkaufsprozess und in der Menüplanung geschaffen werden. Ebenfalls wären Weiterbildungen und Workshops zur Verwendung von alpinen Nahrungsmitteln für Fachpersonen oder auch in der Grundausbildung eine Möglichkeit. Das FoodLab könnte die saisonale Verarbeitung und Verwendung von Produkten fördern, sicherstellen und thematisieren.

Reallabor und Anwendungsbeispiele: Das FoodLab bietet ausserdem die Möglichkeit, dass innovative Produkte in Kleinstmengen als Anschauungsbeispiele degustiert und verwendet werden könnten als Inspiration für Küchenchefs oder Betriebsleiter:innen.

Genossenschaftliche Organisation: Eine Idee zum Betrieb des FoodLabs ist eine Genossenschaft: verschiedene Stakeholder werden Teilhaber der Idee, gestalten die Inhalte mit und beteiligen sich finanziell.

THEMA 4:

WIE KÖNNEN PRODUKTE AUS ALPINEN REGIONEN VERMARKTET UND VERTRIEBEN WERDEN?

(STEFAN FORSTER, SOLVEJG JEHLE)

Kurzinput «Vermarktung von Regionalprodukten» (Daniel Buschauer, Amtsleiter ALG)

Aktuell gibt es bereits im Kanton Graubünden verschiedene Massnahmen zur Vermarktung von regionalen Produkten. Neben Vermarktung und Vertrieb der Produkte durch Naturpärke, private Organisationen wie Graubünden Vivonda oder kantonalen Dienststellen (Graubünden Viva, alpinavera) ist die Direktvermarktung für Landwirte sehr erfolgsversprechend.

Trotz dieser Möglichkeiten in Vertrieb und Vermarktung gibt es immer noch einige Lücken, die es zu schliessen gilt. Folgende Herausforderungen sollten daher im Bereich Vermarktung angegangen werden:

- Logistik: die dezentrale Lagerung der Produkte wird seit Jahren als Herausforderung genannt und muss verbessert werden. Eine Zusammenarbeit mit Unternehmen, deren Logistik bereits in Bergregionen existiert (Post, Volg), könnte hierfür abgeklärt werden.
- Massstab: Je nach Verkaufsplattform werden unterschiedliche Massstäbe (Hof-Region-Kanton) angewendet. Hier sollte eine Lösung gefunden werden, dass keine Konkurrenz zwischen Hofprodukten (Direktvermarktung), Regionalprodukten (z.B. Naturpark-Label) und kantonalen Vermarktungsplattformen (z.B. Graubünden Viva) besteht.
- Mitmachen an «grosser» Idee: Durch die funktionierende Direktvermarktung fehlt oftmals die Motivation oder Notwendigkeit an einer Zusammenarbeit mit weiteren Partnern bzw. an einer gemeinsamen «grossen» Idee. Durch einen Zusammenschluss gäbe es jedoch die Möglichkeit mit einem gemeinsamen Sprachrohr einen grösseren Wirkungskreis zu erzielen und dadurch die Bevölkerung für die Herausforderungen in den Bergregionen zu sensibilisieren.

- Verbesserte Kommunikation zwischen Tourismus, Gastro und Landwirtschaft sorgen branchenübergreifend für mehr Wertschätzung und Verständnis. Dadurch kann eine gemeinsame Vermarktung entstehen. Dieser Austausch sollte auch bereits in der Ausbildung stattfinden, dass z.B. auch in der Gastro die Verarbeitung und Vermarktung von regionalen Produkten gelernt wird. Wichtig miteinzubeziehen sind dabei auch die Trends und Bedürfnisse seitens Konsumentinnen.

Ausserdem wurden Zugänge zu Lösungsansätze genannt:

- Kooperation mit bereits existierenden Vermarktungsplattformen wie z.B. GR Viva, Alpinavera und weitere erscheinen sinnvoll.
- Kunst kann genutzt werden, um Werte aus den Berggebieten zu vermitteln und eine Stadt-Land-Brücke schlagen.
- Aufklärung Fleisch: Trotz berechtigter Diskussionen um den globalen Fleischkonsum, ist es wichtig aufzuzeigen, warum Fleisch aus den Bergregionen mit kurzen Transportwegen durchaus Sinn macht. Lösungsansätze für die Sensibilisierung der Fleischprodukte wären beispielsweise Konzepte von Schau-Metzgereien, oder ein neues Labeling für «Klimafreundliches Fleisch» (geringerer Co2-Ausstoss, da Futter/Arbeit/Wohnen/Verarbeiten/... vor Ort) sinnvoll;

AUSBLICK UND WEITERES VORGEHEN

Die Rückmeldungen zur Veranstaltung waren überwiegend positiv. Ausserdem konnten neue Kontakte geknüpft und das Netzwerk für die Projektidee somit erweitert werden. Dieses Netzwerk soll nun weiter ausgebaut und laufend informiert werden über die weiteren Entwicklungen rund um das Innovationszentrum Alp- und Berglandwirtschaft und dem Alpine FoodLab. Ziel ist es, die Handlungsfelder aufgrund der Rückmeldungen weiterzuentwickeln und bis Ende Jahr einen Businessplan zu erarbeiten. Hierfür muss die Finanzierung geklärt sein und zeitnah eine Trägerschaft evaluiert und gegründet sein.

Weiterhin sind alle Interessierten dazu eingeladen, sich auch künftig beim Innovations- und Kompetenzzentrum Alp- und Berglandwirtschaft und Alpine FoodLab einzubringen und somit das Netzwerk «Berglandwirtschaft und Nachhaltige Lebensmittelproduktion» zu erweitern.



Kanton Graubünden
Chantun Grischun
Cantone dei Grigioni



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Bundesamt für Landwirtschaft BLW
Office fédéral de l'agriculture OFAG
Ufficio federale dell'agricoltura UFAG
Uffizi federal d'agricultura UFAG

