

Jahresbericht



2024

Impressum

Herausgeber

Verein graubündenVIVA
Alexanderstrasse 2
7000 Chur
info@graubuendenviva.ch
graubuendenviva.ch

Fotos

Yvonne Bollhalder
Tanja Thaler
Leonie Liesch
Fäh + Fäh
YES! Creative Digital Marketing

Gestaltung und Grafiken

Hü7 Design AG
Compognastrasse 39
7430 Thusis



Inhalt

3

Organisation **4**

Auszug – Programm 2023 – 2026 **5**

Bericht Präsidentin **6**

Bericht Geschäftsführerin **7**

Übersicht Projekte und Engagements **8**

Kommunikation und Sensibilisierung **10**

Partnerschaften und Vernetzungen **13**

Netzwerkanlässe **15**

Fact & Figures **16**

Jahresrechnung **17**

Revisionsbericht **19**

Organisation

Der Verein graubündenVIVA wurde im Jahr 2016 gegründet. Der Verein hat sich zur Aufgabe gemacht, den Kanton Graubünden in enger Zusammenarbeit mit Produzent:innen, landwirtschaftlichen und touristischen Organisationen sowie Verbänden und Wirtschaftspartnern zu einer «Hochburg der alpinen Genusskultur» zu positionieren. Mit dem Regierungsbeschluss vom 12. Oktober 2021 (Protokoll Nr. 890/2021) des Kantons Graubündens wurde der Grundstein für die Fortführung von graubündenVIVA gelegt, womit das Programm graubündenVIVA für weitere fünf Jahre bewilligt wurde.

Der Verein hat über 140 Mitglieder. Das strategische Gremium besteht aus 10 Vorstandsmitgliedern. Die Geschäftsstelle umfasst 220-Stellenprozent sowie weitere Ressourcen vom Plantahof (bis zu 50%). Der Verein graubündenVIVA soll als Trägerin des Bündner Kooperationsprogramms für Genuss, Kulinarik und Regionalität wahrgenommen werden. graubündenVIVA arbeitet jeweils im Netzwerk (vgl. Grafik auf Seite 5).

Um die gesetzten Ziele zu erreichen, setzt graubündenVIVA verschiedene Kommunikations- und Sensibilisierungsmassnahmen um und engagiert sich für neue und innovative Projekte, Inhalte und Produkte, welche dem Netzwerk, dem Bündner Ernährungssystem sowie der Förderung der Wertschöpfung nutzen.

4

Vorstand

im Vereinsjahr 2024

Der Vorstand setzt sich per 31.12.2024 folgt zusammen:

Corina Casanova, Tarasp — Präsidentin
 Andreas Bärtsch, Flims — Marke graubünden
 Georg Blunier, Paspels — Produzent
 Michael Caffisch, Chur — Kanton Graubünden
 Curdin Capeder, Cumbel — Produzent
 Giorgio Cappellin, Chur — Finanzierung, Vize Präsident
 Piotr Caviezel, Chur — Mobilität
 Kaspar Howald, Poschiavo — Tourismus
 Fadri Stricker, Sent — Landwirtschaft
 Carlo Weber, Zizers — Veredler

Geschäftsstelle

Stand 31.12.2024

Die Geschäftsstelle setzt sich wie folgt zusammen:

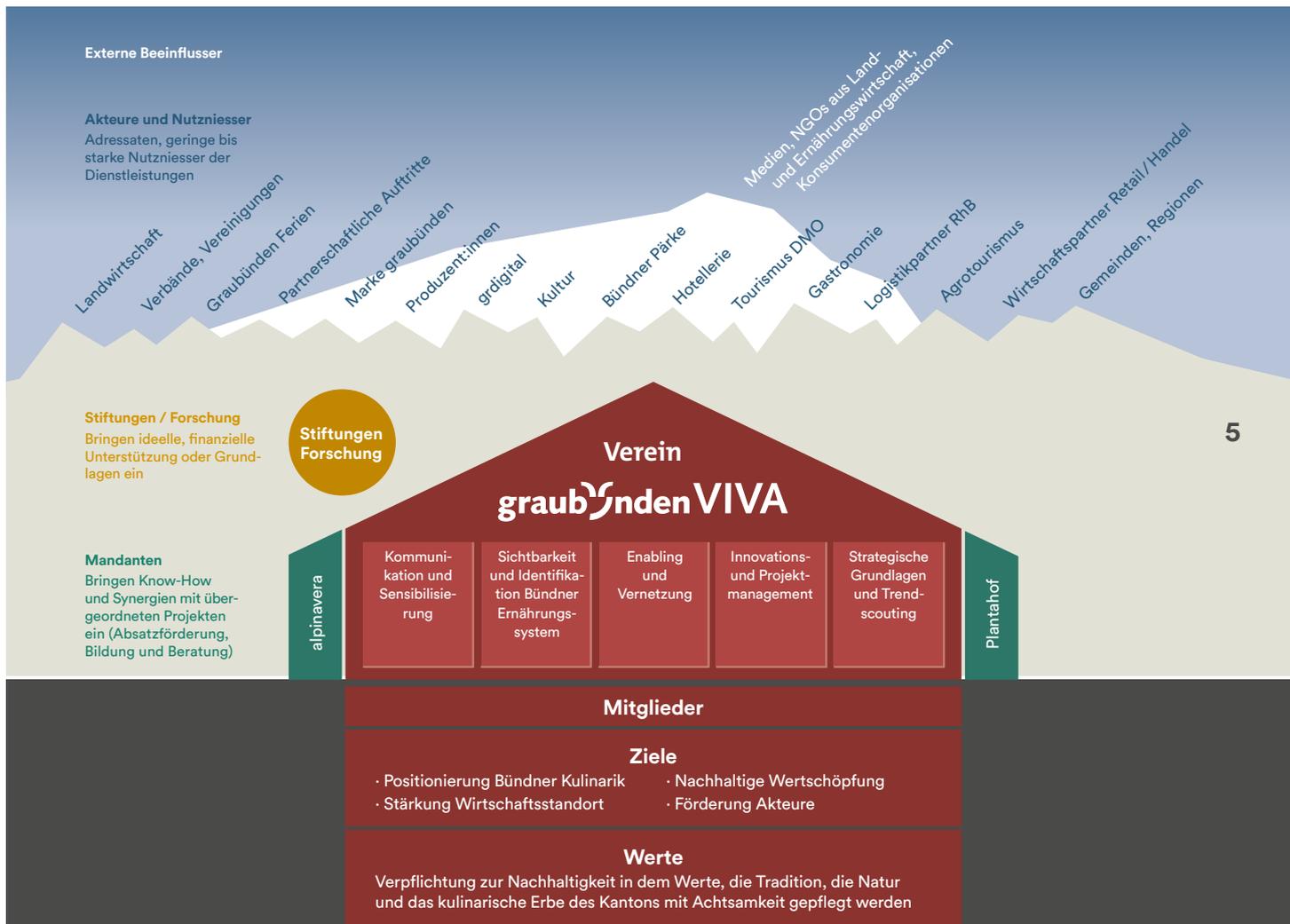
Leonie Liesch (100%)
 Geschäftsführerin
 Tanja Thaler (80%)
 Marketing & Projekte
 Sandra Meli (40%)
 Marketing & Projekte
 Sabine Bosshard (20%)
 Bildung, Netzwerk Landwirtschaft
 (Mitarbeiterin Plantahof)

Revisionsstelle

BMU Treuhand, Chur

Auszug – Programm 2023 – 2026

Die operative Umsetzung orientiert sich konsequent an den Zielen, Werten sowie den fünf Handlungsfeldern und an den Bedürfnissen des Netzwerks. Nachfolgend im Überblick sind das Netzwerk, die fünf Handlungsfelder, sowie die vier Ziele und die Werte zu sehen:



Authentischer Genuss und bewusste Ernährung sind globale Megatrends und Gastfreundschaft im übergeordneten Sinn ein entscheidendes Qualitäts- und Differenzierungsmerkmal von erfolgreichen Tourismusregionen der Zukunft. Graubünden hat in fast allen Bereichen der landwirtschaftlichen Produktion und Veredlung, des kulinarischen Erbes sowie der regionalen Gastronomie ein überdurchschnittliches Potenzial.

graubündenVIVA ist das Bündner Kooperationsprogramm für Genuss, Kulinarik und Regionalität. Wertschätzung für das Terroir und die gewachsene alpine Genusskultur

sorgen für Wertschöpfung vor Ort. Durch die identitätsstiftende Arbeit nach innen entsteht glaubwürdige Wahrnehmung nach aussen. Über das Netzwerk, Begleitung von Erlebnisformaten und relevanten Inhalten erschliesst das Programm von graubündenVIVA Einheimischen und Gästen den ganzen Facettenreichtum der Bündner Genusswelt. Rezepturen, Vernetzung, Präsentation und Geschichten machen jede graubündenVIVA-Erfahrung zu einem Qualitätserlebnis für sich.

Die detaillierten Ausführungen zum Programm 2023–2026 stehen auf graubunden viva.ch/programm zur Verfügung.

Bericht Präsidentin

«Die zehrende Gebirgsluft und die sommers wie winters oft mühsame und schwere Arbeit im Freien hätten zur Folge gehabt, dass wohl in wenig Gauen des Alpengebiets so kräftig und fett gekocht wurde wie in Bünden. Bei allen Mahlzeiten habe es eine reichliche Menge Milch, Käse, Zieger, Mehlspeisen gegeben, deren übermässig fette Zubereitung ein städtischer Magen nicht ertragen würde.» Ob es tatsächlich hundertjährige Speckstreifen gegeben hat, bleibe dahingestellt. Zum Jubiläum «500 Jahre Freistaat der Drei Bünde» hat der Verein graubündenVIVA einen kulinarischer Streifzug durch 500 Jahre Graubünden mit einer Rezeptsammlung 1524 – 2024 herausgegeben (vgl. obigen Abschnitt). Eingebettet sind die zehn Rezepte in soziokulturelle Geschichten nationaler und internationaler Prägung.

In Umsetzung des Programms 2023 – 2026 wurden verschiedene Netzwerkanlässe organisiert. Dabei ging es unter anderem um die Haltbarmachung von Lebensmitteln oder eine vom Verein «alpinavera» organisierte Geschmacksschulung. Angeboten wurde auch eine Videoschulung anhand von Storytelling mit dem Smartphone. Bei solchen Anlässen können sich Gleichgesinnte vernetzen und ihr Wissen erweitern.

Persönlich kam ich im August in den Genuss von geräuchertem Saibling, capuns und einem feinen Beerentraum in der Höflbeiz in Chur, in welcher das graubündenVIVA-Team den Abend professionell und sehr sympathisch bestritten hat.

Mit Genugtuung konnte der Verein im dritten Jahr seines Bestehens seit der Neuausrichtung feststellen, dass graubündenVIVA dank zahlreicher Aktivitäten immer bekannter wird. Ziel ist, die im Kanton produzierten, veredelten und verarbeiteten Produkte bekannt zu machen und da-

durch Graubünden zu einer Hochburg der alpinen Genusskultur zu positionieren.

Der zehnköpfige Vorstand plant, steuert und beaufsichtigt die Tätigkeiten der Geschäftsstelle. Dafür wurden verschiedene Arbeitsgruppen eingesetzt, die sich sektorieller Aufgaben annehmen, darunter auch die Gruppen für partnerschaftliche Auftritte oder der Food Trendradar, der aktuelle Entwicklungen und Trends für das Netzwerk aufbereitet. Weiter wurde im Hinblick auf die Wahlen 2025 eine Findungskommission konstituiert, die sich mit der Suche nach neuen Vorstandsmitgliedern befasst, da mehrere Mitglieder ihr Mandat nicht erneuern. Die Bestrebungen betreffend die ordentliche Auflösung der «graubündenVIVA AG» konnten weitergeführt werden, so dass diese Firma zeitnah im Handelsregister gelöscht werden kann.

Auch ich werde mein Mandat als Präsidentin des Vereins nicht erneuern. Ich werde mich in Zukunft noch vermehrt Kräutern, Beeren und Kartoffeln widmen und mich um ertragreiche Ernten bemühen. Gerne möchte ich die Gelegenheit nutzen, allen Beteiligten für ihr grosses Engagement herzlich zu danken, allen voran den Vorstandsmitgliedern sowie der Geschäftsstelle mit Leonie Liesch an ihrer Spitze. Sie alle haben in den vergangenen drei Jahren mit grossem Einsatz dazu beigetragen, graubündenVIVA als Schaltstelle der Kulinarik in Graubünden zu aktivieren und so zu positionieren, dass wir ein sichtbarer player sind. Danken möchte ich auch dem Kanton für die grosszügige Unterstützung sowie den Mitgliedern und Partnerinnen und Partnern.

Corina Casanova
Präsidentin



Bericht Geschäftsführerin

Mit Freude präsentiere ich Ihnen den Geschäftsbericht für das Jahr 2024. Der Verein graubündenVIVA konnte im vergangenen Jahr wertvolle Entwicklungen verzeichnen und positive Ergebnisse erzielen, die ich Ihnen gerne näherbringen möchte.

Die Weiterentwicklung unseres Netzwerks ist uns wichtig. Dabei geht es sowohl um die Stärkung der internen Verbindungen als auch um die Erhöhung der Sichtbarkeit der Bündner Kulinarik nach aussen. Intern haben wir im vergangenen Jahr unser Mitgliederwesen gezielt ausgebaut und neue Benefits unter dem Motto «Von Mitgliedern, für Mitglieder» geschaffen, die unseren Mitgliedern spürbaren Mehrwert bieten. Die Mitgliederzahl ist mittlerweile auf über 140 gestiegen, ein klares Zeichen dafür, dass das Interesse an unserem Verein und seinem Netzwerk stetig wächst.

Auch nach aussen hin konnten wir unsere Reichweite deutlich erhöhen. Die verschiedenen Kommunikationskanäle verzeichnen ein kontinuierliches Wachstum, wodurch wir unsere Inhalte und Botschaften noch gezielter verbreiten können. Dies ermöglicht es uns, das Bewusstsein für Regionalität zu stärken und eine breite Zielgruppe für die Bündner Kulinarik zu begeistern.

Der direkte Austausch mit unseren Netzwerkpartnern ist uns besonders wichtig. Neben unseren regulären Netzwerkanlässen nutzen wir die Sommermonate gezielt, um verschiedene Regionen zu besuchen und Produzent:innen persönlich kennenzulernen. Diese Begegnungen sind stets inspirierend und wertvoll, da sie uns neue Einblicke geben und dazu beitragen, den graubündenVIVA-Gedanken kontinuierlich weiterzuentwickeln.

Unsere Massnahmen sind breit abgestützt. Wir engagieren uns nicht nur innerhalb des Kantons Graubünden, sondern erreichen mit unseren Massnahmen auch ein Publikum in der ganzen Schweiz. Der kulinarische Reiseführer, die historische Rezeptsammlung oder der Saisonkalender sprechen unterschiedlichste Interessensgruppen an. Wir konnten mit gezielten Initiativen verschiedenste Zielgruppen erreichen: Die «Ferienpässe» brachten bereits den Jüngsten das Thema Kulinarik näher, unsere Netzwerkanlässe richteten sich an Kulinarik-Interessierte, die «Genuss-Pa-

laver» sprachen insbesondere die Gastronomiebranche an, der Auftritt an der agrischa erreichte die breite Bevölkerung, und der Saisonkalender fand besonders grosse Resonanz bei Lehrpersonen. Mit der historischen Rezeptsammlung wiederum konnten wir Hobbyköche direkt ansprechen. So entstand eine vielseitige und umfassende Vernetzung, die zahlreiche Anknüpfungspunkte für die Zukunft bietet.

Als graubündenVIVA unterstützen wir aktiv Projekte, Programme und Partnerorganisationen, die den Netzwerkgedanken teilen. So haben wir Bio Grischun bei der Umsetzung des Jubiläumsmagazins «20 Jahre Bio Grischun Preis» begleitet, Bündner Produzent:innen beim Auftritt an der Alp'24 unterstützt, sind Teil der Projektgruppe «Graubünden nachhaltig» und haben die Valposchiavo in ihrer Positionierung als Schweizer Genussort gefördert. Diese Kooperationen stärken den Gemeinschaftssinn und stärken die Aussenwahrnehmung von graubündenVIVA.

Zum Abschluss möchte ich mich herzlich bei unseren Mitgliedern und Partner:innen bedanken, darunter insbesondere der Bündner Bauernverband, Graubünden Ferien, GastroGraubünden, alpinavera sowie viele weitere engagierte Akteure. Mein besonderer Dank gilt unserem Auftraggeber, dem Kanton Graubünden, insbesondere dem Amt für Landwirtschaft und Geoinformation. Auch die enge Zusammenarbeit mit dem Plantahof war für uns von grossem Wert.

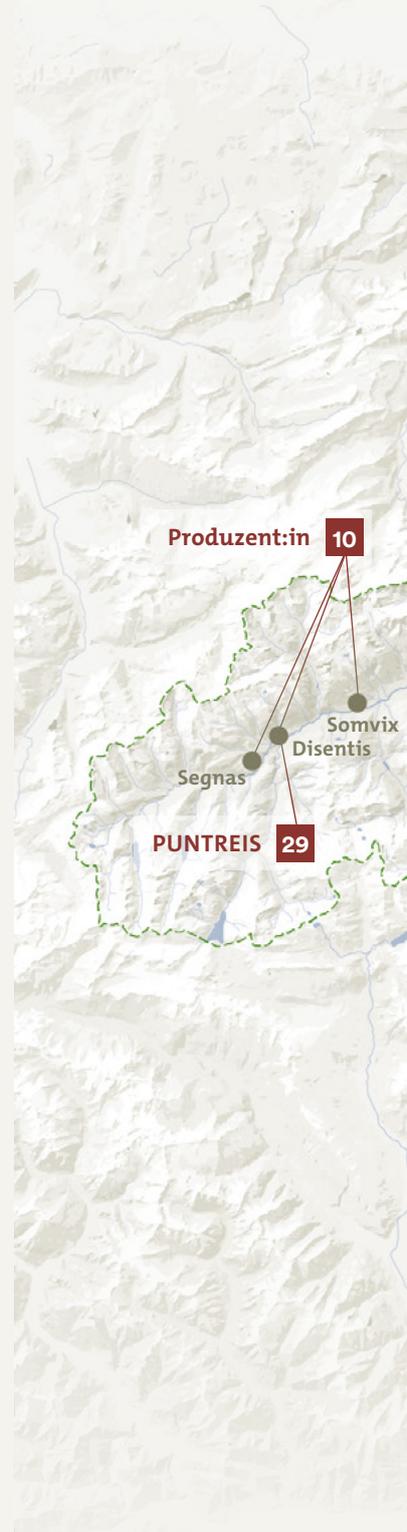
Ein grosses Dankeschön geht an das engagierte Team für seinen unermüdlichen Einsatz sowie an den Vorstand, der uns stets unterstützt und den Rücken stärkt.

Das vergangene Jahr war für den Verein graubündenVIVA voller wertvoller Erfahrungen und Entwicklungen. Mit Zuversicht blicken wir auf das kommende Jahr, in dem wir weiterwachsen, spannende Projekte umsetzen und das Kulinarik-Netzwerk Graubünden mit echten Mehrwerten bereichern werden.



Leonie Liesch
Geschäftsführerin

Anlass	Details
1 Food Zürich	graubündenVIVA konnte sich mit verschiedenen Formaten integrieren wie Eröffnung mit Produzent:innen, Slow Food Market, Food-Workshops.
2 Historische Rezeptsammlung zum Jubiläum 500 Jahre Freistaat der drei Bünde	Jubiläumsbeitrag: 500 Jahre Freistaat der drei Bünde. Alte Rezepte neu interpretiert zum Nachkochen. Inklusive Transkription, Übersetzung und historischem Wissen.
3 Bündner Saisonkalender	Praktischer Saisonkalender, gespickt mit regionalen Rezepten und praktischen Tipps sowie Erklärvideos. (inkl. online Version)
4 Kulinarischer Reiseführer	100 Kulinariktips (Genussstationen, Produzent:innen, Produkte, Rezepte) portraitiert/integriert. Auflage 30'000.
5 Graubünden kocht	über 20 Produkte/Produzent:innen wurden in der Kampagne in Zusammenarbeit mit some-dia integriert (Magazin, Zeitungsbeiträge, Radiobeiträge, Social Media, Portraits, Kochshow)
6 Kochshow	Im atelier VERT im Hotel Alpengold wurde gekocht mit Bündner Zutaten. Die Show wurde auf TV Südschweiz ausgestrahlt.
7 Jubiläumsmagazin Bio Grischun-Preis	Support in der Umsetzung des Jubiläumsmagazin 20 Jahre Bio Grischun-Preis
8 Ostereiersuche	Besucher von 3 auserwählten Hofläden durften das «graubündenVIVA Osterei» finden und konnten einen Frühlingskorb gewinnen.
9 Adventskalender	In der Adventszeit konnten 24 Preise (von Vereinsmitgliedern) aus den Regionen gewonnen werden.
10 Besuche der Produzent:innen	Team graubündenVIVA hat 16 Produzent:innen besucht. Stärkung Netzwerk.
11 Standauftritt an agrischa	Auftritt an der agrischa in Zusammenarbeit mit Bündner Bauernverband, Verein Agrotourismus Graubünden, Bündner Bäuerinnen und Landfrauenverein
12 Höflibeiz	graubündenVIVA kochte gemeinsam mit Mitgliedern ein Menü aus regionalen Zutaten.
13 Sport: Partnerschaft EHC Chur	Auch ein Sportclub kann lokal, Support u.a. mit Kulinarik-Netzwerk.
14 Sport: TRAIL RUN Chur	Siegerpreise mit Bündner Spezialitäten.
15 Sport: öKK Bikerevolution	Siegerpreise mit Bündner Spezialitäten.
16 Kultur: Weinfest Malans	Finanzielle Unterstützung.
17 Kultur: Konzert Kammerphilharmonie Graubünden	Regionale Grussbotschaft aus Graubünden für die Konzert-Besucher.
18 Geschenkkörbe	21 Geschenkkörbe aus 7 Regionen konnten bestellt werden. Adventskampagne mit regionalen Spezialitäten.
19 Wissenstransfer: Workshop	Workshop mit Biokäse Prättigau zum Thema Zukunftschancen.
20 Wissenstransfer: Handlungsempfehlungen	graubündenVIVA schrieb für Käseerei Bregaglia ein Kommunikationskonzept mit Handlungsempfehlungen.
21 Schweizer Genusswoche/Genussort	Die Valposchiavo war im 2024 die Schweizer Genussregion. Höhepunkte waren die Genusswoche im September mit nationaler Ausstrahlung.
22 Rassegna Gastronomica del Moesano	Event-Support. Kulinarische Wochen mit regionalen Zutaten
23 Markt: Genussmarkt - Fall in Love	Event-Support. Markt zählte über 4000 Besucher.
24 Markt: Passmärkte alpinavera	Kommunikationssupport für die Passmärkte.
25 Alp24	Support für Wettbewerbs-Teilnahme an Alp'24 für Produzent:innen
26 Alpspektakel	Event-Support. Der Anlass zählt ca. 6000 Besucher.
27 Netzwerkanlass «graubündenVIVA im Fokus»	Betriebsbesichtigung und Degustation bei swiss nuss.
28 Netzwerkanlass «graubündenVIVA im Fokus»	Geschmacksschulung bei Biobergün mit Einblick in die Vielfalt der Bündner Aromen mit alpinavera.
29 Netzwerkanlass «graubündenVIVA im Fokus»	Workshop zum Thema «Lebensmittel haltbar machen» im Puntreis.
30 Netzwerkanlass «graubündenVIVA im Fokus»	Backstage-Rundgang und Apéro bei der Bäckerei Weber.
31 Pop-Up-Stand Churer Wochenmarkt	Die Mitglieder von graubündenVIVA haben im zwei-Wochen-Rhythmus ihre Produkte präsentiert und verkauft.
32 Pop-Up-Stand higa	Die Mitglieder von graubündenVIVA haben an einem Marktstand ihre Produkte präsentiert und verkauft.
33 Kochvideo	Im Rahmen der Kampagne Graubünden kocht, kochten Dumeng und Gian Giovanoli 4 Gerichte mit regionalen Zutaten.
34 Kochvideo	Im Rahmen der Kampagne Graubünden kocht, kochte Manuel Zünd 3 Gerichte mit regionalen Zutaten.
35 Kochvideo	Im Rahmen der Kampagne Graubünden kocht, kochte Michèl Hug 4 Gerichte mit regionalen Zutaten.
36 Kochvideo-Serie «Brutal lokal»	Promis kochten mit Fadri Arpagaus im Berghaus Radons. Mit dabei war Andrea Zogg.
37 2. Genuss-Palaver	Netzwerkanlass für Gastronomen und Produzenten
38 3. Genuss-Palaver	Netzwerkanlass für Gastronomen und Produzenten
39 Ferienpass	Die Capuns-Werkstatt führte mit den Schulkindern einen spannenden Workshop durch.
40 Ferienpass	Der Hof Flidais führte mit den Schulkindern einen spannenden Workshop durch.
41 Kursangebote	Unterstützung des «ready to eat»-Kurs am Plantahof.
42 Kulinarische Schätze	Mit dem Projekt «Kulinarische Schätze» macht graubündenVIVA die Vielfalt regionaler Spezialitäten aus Graubünden sichtbar.
43 Produzenten-Portrait (Blog)	Ein Einblick in die Herstellung von Trockenfleisch ohne Zusatzstoffe.
44 Produzenten-Portrait (Blog)	Ein Einblick in die Arbeit von Capuns-Wickler Thomas.
45 Produzenten-Portrait (Blog)	Ein Einblick in die Produktion der Bio-Lebensmittel-Hanf-Produkte.
46 Produzenten-Portrait (Blog)	Ein Einblick in die Produktion des Bündner Shots.
47 Produzenten-Portrait (Blog)	Ein Einblick in die älteste Kaffeerösterei Graubündens.
48 Produzenten-Portrait (Blog)	Ein Einblick in die Delikatessen-Manufaktur, welche Delikatessen aus regionalen Zutaten entwickelt.
49 Produzenten-Portrait (Blog)	Ein Einblick in die Schokoladenmanufaktur des Familienunternehmens Merz.
50 Produzenten-Portrait (Blog)	Ein Einblick in die Arbeit von Biobauer Jürg-Adank.
51 Produzenten-Portrait (Blog)	Wie regionales Gemüse mit einem Abo direkt nachhause geliefert wird.
52 Produzenten-Portrait (Blog)	Ein Einblick in die Arbeit von Biobauer Simon Kunfermann.
53 Produzenten-Portrait (Blog)	Ein Besuch bei Spitzenkoch Hansjörg Ladurner auf seinem Bergacker, auf dem er seine eigenen Produkte anbaut.



Ausland

17 Konzert, Fulda (D)

Ausserhalb des Kantons

1 Food Zürich, Zürich (ZH)

25 Alp24 – Culinarium Alpinum, Stans (NW)

Ganzer Kanton

2 Historische Rezeptsammlung

3 Bündner Saisonkalender

4 Kulinarischer Reiseführer

5 Graubünden kocht

7 Bio Grischun

9 Adventskalender

24 alpinavera Passmärkte

42 Kulinarische Schätze

39 Ferienpass

41 Plantahof

44 Capuns-Werkstatt

19 Bio Käserei Prättigau

45 AlpenPionier

6 Graubünden kocht

15 Bikeevent

30 Bäckerei Weber Davos

34 atelierVERT
Koch Manuel Zünd

37 Genuss-Palaver

48 feingemachte Delikatessen

28 alpinavera
Geschmacksschulung

23 Genuss Werkstatt
Andreas Caminada

38 Genuss-Palaver

47 Cafè Badilatti

43 Alpahirt

33 Hotel Privata
Köche Vater und Sohn Giovanoli

18 Valposchiavo
Geschenkkörbe

21 Valposchiavo
Schweizer Genusswoche

18 Unterengadin
Geschenkkörbe

9

8 Ostereiersuche



Kommunikation und Sensibilisierung

2024 setzte graubündenVIVA erfolgreich auf strategische Marketing- und Kommunikationsmassnahmen, um die kulinarische Identität Graubündens zu stärken. Dabei wurden digitale Innovationen, Social Media, Content-Projekte und Events wirkungsvoll kombiniert. Hier ein Überblick über die Highlights:

Adventskalender: Interaktive Genussmomente

Der digitale Adventskalender war ein grosser Erfolg. Mit 348'698 Seitenaufrufen und durchschnittlich 7'200 Teilnahmen pro Tag übertraf die Kampagne alle Erwartungen zum zweiten Mal nach 2023. Die tägliche Verlosung von Bündner Produkten wurde durch Social-Media-Ads und zielgerichtete Kommunikation unterstützt. Die hohe Beteiligung verdeutlicht die starke Verbindung zur Community und die Begeisterung für die Bündner Kulinarik.

Kulinarische Schätze: Einblicke in die Vielfalt Graubündens

Ein zentrales Projekt war die monatliche Präsentation von «Kulinarischen Schätzen», die unter graubuendenviva.ch/schaetze zu finden sind. Ziel war und ist es, die einzigartige Vielfalt der Bündner Kulinarik zu zeigen. Je tiefer das Verständnis für den Ursprung und die Identität der Bündner Kulinarik ist, desto mehr kann man die Werte und den einzigartigen Charakter der heutigen Küche schätzen. 2024 wurden folgende Schätze recherchiert, aufbereitet und kommuniziert: Puschlaver Ringbrot, Salsiz, Plain in Pigna, Pfirsichsteine, Golden Delicious, Röteli, Maluns.

500 Jahre Freistaat Graubünden: historische Rezeptsammlung

Ein besonderes Highlight war die Lancierung des Rezeptbuches «500 Jahre Freistaat Graubünden», das Rezepte in 50-Jahres-Schritten präsentiert und die kulinarische Geschichte Graubündens erlebbar macht. Das Buch ist ein grosser Erfolg und wurde über 1'400 Mal individuell bestellt. Mit weiteren Distributionsmassnahmen haben knapp 3'000 Exemplare einen Platz in einem Schweizer Haushalt gefunden. Aufgrund der grossen Nachfrage ist ein zweiter Nachdruck bereits in Auftrag gegeben worden. Mehr Informationen finden sich unter graubuendenviva.ch/500jahre.



Die Kulinarischen Schätze werden auf der Website in einer Kurzversion als Blog vorgestellt. Für detaillierte Informationen können Interessierte ein Factsheet herunterladen, das tiefere Einblicke in die Herkunft, Geschichte und Verarbeitung des Produkts gibt. Begleitend wurde der Content auch in Printmedien beworben, um eine grössere Zielgruppe anzusprechen. Die positive Resonanz aus der Community zeigt, dass das Projekt einen hohen Mehrwert bietet und die Wertschätzung für regionale Produkte steigert.



Bündner Saisonkalender: Orientierungshilfe für regionale Produkte



Der Bündner Saisonkalender, der sowohl als Tischkalender als auch digital unter graubuendenviva.ch/saisonkalender verfügbar ist, erfreute sich grosser Beliebtheit. 5'000 Exemplare sind bereits im Umlauf. Nutzer:innen schätzen die kulinarische Inspiration, die der Kalender bietet. Einige Zitate:

“

«Den Saisonkalender finde ich super. Er hat schon einen festen Platz in meiner Küche. Ich werde sicher einige Rezepte ausprobieren.»

«Vielen Dank für die tolle Inspiration und den Saisonkalender pro Monat.»

«Ihr Bündner Saisonkalender ist spitze! Herzlichen Dank und beste Grüsse.»

«Ihr Saisonkalender bringt mir viele gute Anregungen. Herzlichen Dank.»

«Werde einige Rezepte ausprobieren :) Und hab einiges gelernt.»

”

Kampagne «Graubünden kocht»

Die Kampagne «Graubünden kocht» (14.08.–04.10.2024) zielte darauf ab, Aufmerksamkeit für regionale Kulinarik zu schaffen. Über verschiedene Medien (Print, TV, Radio, Social Media, Newsletter) wurden Rezepte, Produkte und Partner:innen präsentiert. Massnahmen wie Printanzeigen, TV- und Radiospots sowie Social-Media-Pushs lenkten die Zielgruppe auf die Webseite suedostschweiz.ch/kochen respektive auf graubuendenviva.ch. Eine Themenwoche auf TV & Radio sowie das Magazin «Graubünden kocht» rundeten die Kampagne ab. Die Social-Media-Pushs erreichten über 128'000 Personen mit über 115'000 Impressions und 272 Klicks.

Social Media: Community- Wachstum und Engagement

Die Präsenz auf Social Media wurde 2024 weiter ausgebaut:

Facebook

Die Anzahl der Fans stieg von **3'800 auf 4'250** (+11,8%). Insgesamt wurden 1'971'031 Impressions und 3'936 Interaktionen verzeichnet.

Instagram

Die Followerzahl wuchs von **3'366 auf 3'992** (+18,6%). Mit 789'074 Impressions und 5'855 Interaktionen wurde eine starke Bindung zur Community erreicht.

LinkedIn

Die Followerzahl erhöhte sich von **142 auf 188** (+32,4%). Zudem wurden 7'235 Impressions und ein Engagement-Wachstum von +30,8% erzielt.

Newsletter: Ein wertvolles Kommunikationsinstrument

Der monatliche Newsletter erwies sich erneut als essenzielles Tool zur Bindung und Aktivierung der Community. Die Anzahl der Abonnent:innen stieg von 5'441 Anfang Januar auf beeindruckende 9'211 Ende Dezember, was einem Zuwachs von knapp 70% entspricht. Insgesamt wurden lediglich 377 Abmeldungen im Jahr verzeichnet, was die hohe Attraktivität und Relevanz des Newsletters unterstreicht.

Webseite: Plattform für Genuss und Information

Die Website graubuendenviva.ch verzeichnete insgesamt 583'524 Seitenaufrufe. Besonders erfolgreich waren:

- 1. Die Adventskalender-Seite mit 348'698 Aufrufen**
die durch den hohen Traffic zu einem zentralen Element der Website wurde.
- 2. Die Rezept-Seite mit 14'021 Aufrufen**
die Besucher:innen durch inspirierende Inhalte anzog.
- 3. Die Seite «Brutal lokal» mit 13'546 Aufrufen**
die den Fokus auf lokale Produkte und Geschichten legte.
- 4. Die Veranstaltungsseite mit 8'412 Aufrufen**
die einen Überblick über kulinarische und regionale Events bot.
- 5. Die Historische Rezeptsammlung mit 7'708 Aufrufen**
die Einblicke in die kulinarische Vergangenheit Graubündens gewährte.
- 6. Die Seite «Hoffläden entdecken» mit 7'706 Aufrufen**
die Besucher:innen eine praktische Orientierung zu regionalen Einkaufsmöglichkeiten bot.
- 7. Die Seite «Geschenkkörbe bestellen» mit 5'036 Aufrufen**
die besonders in der Weihnachtszeit einen wertvollen Beitrag zur Vermarktung regionaler Produkte leistete.
- 8. Die Seite «Kulinarische Schätze» mit 4'034 Aufrufen**
die durch spannende Inhalte und die Möglichkeit, zusätzliche Factsheets herunterzuladen, punktete.

12

Besondere Erkenntnisse aus dem Nutzerverhalten:

Die Durchschnittliche Interaktionsdauer lag bei 1 Minute und 19 Sekunden, was auf eine hohe Relevanz der Inhalte hinweist.

Traffic-Quellen

42 % der Seitenaufrufe stammten aus organischen Suchanfragen, was die starke Auffindbarkeit der Inhalte in Suchmaschinen unterstreicht. 35 % wurden direkt aufgerufen, während 15 % über Social-Media-Kanäle kamen.

Wochentage

Die höchsten Besucherzahlen wurden dienstags und donnerstags verzeichnet, während die Interaktionen an Wochenenden etwas niedriger lagen.

Gerätenutzung

68 % der Zugriffe erfolgten über Mobilgeräte, gefolgt von 25 % über Desktops und 7 % über Tablets. Dies zeigt die zunehmende Bedeutung mobiler Optimierung.

Die demografischen Daten unterstreichen, dass graubündenVIVA ein breites Publikum erreicht:

Herkunft

Schweiz

63'901 aktive Nutzer:innen.

Deutschland

4'853 aktive Nutzer:innen.

Weitere Länder

USA (619), Österreich (597), Italien (405), Niederlande (372) und Liechtenstein (308).

Geschlecht

67,1% weiblich, 32,9% männlich.

Altersgruppen

Die meisten Nutzer:innen gehören der Altersgruppe 35–44 Jahre an, gefolgt von den Gruppen 25–34 Jahre und 45–54 Jahre.

Partnerschaften und Vernetzung

Eines der fünf zentralen Handlungsfelder des Vereins graubündenVIVA ist «Enabling und Vernetzung». In diesem Rahmen setzt sich der Verein gezielt für die Zusammenarbeit zwischen Produzent:innen, Veredler:innen und Konsument:innen ein.

Als bedeutender Akteur in der Regionalentwicklung das Netzwerk und das Fachwissen stärkt der Verein graubündenVIVA die Wertschöpfung in der Region und unterstützt vielfältige Initiativen zur nachhaltigen Entwicklung der Kulinarik.

Initiativen

Bei graubündenVIVA stehen Projekte im Zentrum, die Nachhaltigkeit und Innovation in Graubünden fördern. Unser Engagement gilt einer zukunftsfähigen Entwicklung mit Schwerpunkt auf Qualität, Vertrauen, Regionalität, Effizienz und Kooperation. graubündenVIVA betrachtet nachhaltige Entwicklung als einen wichtigen Teil und stützt sich dabei auf Werte, die Nachhaltigkeit fördern. Die Aktivitäten werden im Rahmen von Projekt- und Produktmanagement von fünf Nachhaltigkeitswerten geleitet:

1. Qualität im Produkte- und Beziehungszyklus (Anbau, Verarbeitung, partnerschaftlicher Umgang)
2. Vertrauen, Regionalität und Identifikation (Wertschätzung, Verantwortung, Bewusstsein)
3. Effizienz und Fairness (Steigerung der Wertschöpfung und respektvoller Umgang mit den Ressourcen)
4. Netzwerk und Kooperation (Austausch von Wissen und Erfahrung)
5. Kreativität und Innovation (Förderung von Eigenverantwortung und mutigem Handeln)

Aufbauend auf den Werten wurden Nachhaltigkeitsziele in den Bereichen Wirtschaft, Umwelt, Gesellschaft und Kultur und für die eigene Organisation definiert. Zentral ist zudem, dass Projekte begleitet werden, die nachhaltig sind, eine möglichst langfristige Wirkung erzeugen und auch in der Zukunft eine entsprechende Relevanz haben. Hier drei Beispiele, wo sich der Verein graubündenVIVA im Jahr 2024 engagierte:

Der Verein graubündenVIVA organisierte einen Erfahrungsaustausch für die Bio Käserei Prättigau. Gemeinsam wurden die Herausforderungen in Bezug auf Wirtschaftlichkeit und Geschäftsfelder diskutiert. Es zeigte sich, dass die Lösung einer nachhaltigen Produktion mehr braucht, als die Willenskraft des Teams, da man von vielen Faktoren ausserhalb der eigenen Einflussnahme beeinflusst und abhängig ist. Ebenso konnte für die Latteria Bregaglia ein Dokument mit Handlungsempfehlungen erarbeitet werden. Im Bereich des Agrotourismus konnte graubündenVIVA den neuen Leitfaden «Agrotourismus Graubünden» begleitend unterstützen.

13

Vernetzung Plantahof

Die enge Kooperation mit dem Plantahof-Team stellt eine wertvolle Bereicherung für graubündenVIVA dar – sei es bei der Umsetzung von Projekten, der Netzwerkpflege oder dem Austausch von Fachwissen. Dank der vielseitigen Expertise des Plantahofs kann graubündenVIVA jederzeit auf fundiertes Know-how zurückgreifen, wodurch sowohl strategische Projekte als auch das Tagesgeschäft effizient und kompetent umgesetzt werden konnten.

Besonders hervorzuheben sind gemeinsame Erfolge wie die Historische Rezeptsammlung, der Bündner Saisonkalender mit Erklärvideos, die aktive Mitwirkung an Netzwerkanlässen, die Unterstützung bei den «Genuss-Pala-

vern», der gemeinsame Auftritt «Treffpunkt agricultura» an der agrischa in Grüşch, der Austausch mit Produzent:innen sowie zahlreiche weitere kleinere und grössere Initiativen.

Zudem trägt die Kooperation dazu bei, das Kursangebot des Plantahofs einem breiteren Netzwerk zugänglich zu machen und damit die Branchenvernetzung zu stärken. Zudem kann graubündenVIVA im Modul «Willkommen auf dem Bauernhof» zwei Lektionen gestalten und so den direkten Austausch mit jungen, engagierten – vorwiegend angehenden Landwirtinnen – weiter stärken. Die Zusammenarbeit zwischen graubündenVIVA und dem Plantahof ist somit ein klassisches Beispiel für eine «Win-Win-Kooperation», die langfristig zur Förderung einer nachhaltigen Bündner Kulinarik beiträgt.

Erfolgreiche Genuss-Palaver stärken die Vernetzung in der Gastronomie



Im vergangenen Jahr haben GastroGraubünden und graubündenVIVA zwei erfolgreiche Gastro-Events durchgeführt. Diese exklusiven Anlässe richteten sich gezielt an Gastronom:innen und Produzent:innen, die sich für regionale Produkte begeistern und Wert auf Nachhaltigkeit und Qualität legen. Die «Genuss-Palaver» boten den Teilnehmenden eine einzigartige Plattform zum Austausch und zur Vernetzung. Köch:innen, Restaurant- und Hotelbetreibende sowie Auszubildende der Gastronomiebranche nutzten die Gelegenheit, sich mit Bündner Produzent:innen zu vernetzen, Best Practices zu teilen und wertvolle Impulse für ihre Betriebe mitzunehmen. Spannende Vorträge, inspirierende Gesprächsrunden und der direkte Kontakt mit Produzent:innen machten die Veranstaltungen zu einem besonderen Highlight.

Der Erfolg dieser Anlässe zeigt sich auch in der wachsenden Nachfrage: Bereits neue Regionen haben ihr Interesse bekundet, künftig ähnliche Formate anzubieten und die Vernetzung innerhalb der Bündner Kulinarik weiter mit graubündenVIVA zu stärken.

Präsenz am Churer Wochenmarkt

14

In der Saison 2024 war graubündenVIVA mit einem Pop-Up-Stand alle zwei Wochen am Churer Wochenmarkt vertreten. Der Stand, an dem wechselnde Mitglieder von graubündenVIVA ihre regionalen Produkte präsentierten, wurde von den Marktbesucher:innen äusserst positiv aufgenommen. Die direkte Begegnung zwischen Produzent:innen und Konsument:innen förderte nicht nur den Austausch, sondern stärkte auch das Bewusstsein für Regionalität und Nachhaltigkeit.

Genussvolle Begegnungen: Ein regionales Menü in der Hoflibeiz

Im August 2024 fand in der Hoflibeiz in Chur ein besonderer kulinarischer Abend statt, den das Team von graubündenVIVA zusammen mit fleissigen Mitgliedern des Vereins gemeinsam gestalteten. Im Mittelpunkt stand ein sorgfältig zusammengestelltes regionales Menü, das die Vielfalt und Qualität der Bündner Kulinarik eindrucksvoll präsentierte.

Mit viel Leidenschaft bereitete das Team die Gerichte zu und vermittelten den Gästen den einzigartigen Geschmack lokaler Produkte. Die Veranstaltung war ein voller Erfolg und zeigte einmal mehr, wie wichtig der direkte Austausch zwischen Produzent:innen und Konsument:innen für die Stärkung der regionalen Küche ist.





Netzwerkanlässe

Im vergangenen Jahr fanden vier **Netzwerkanlässe «graubündenVIVA – im Fokus»** statt und stellten die Vielfalt der Bündner Kulinarik in den Mittelpunkt. Diese exklusiven Events boten Mitgliedern und Interessierten die Möglichkeit, regionale Spezialitäten zu verkosten und spannende Einblicke in deren Herstellung zu gewinnen. Gleichzeitig dienten sie als wertvolle Plattform für Austausch und Vernetzung in einer Gemeinschaft, die Regionalität und Kulinarik aktiv fördert.

Juli, Davos

Einblick in traditionelles Handwerk – Besuch der Bäckerei Weber

Am 18. Juli 2024 organisierte der Verein graubündenVIVA einen Netzwerkanlass in der Bäckerei Weber in Davos. Dabei erhielten die Teilnehmenden exklusive Einblicke in die Verbindung von traditionellem Bäckerhandwerk sowie modernen Kreationen und Infrastrukturen. Die Veranstaltung bot die Möglichkeit, die einzigartige Atmosphäre einer echten Bündner Traditionsbäckerei zu erleben und sich mit Fachleuten der Branche auszutauschen.



August, Disentis

Wissenstransfer und Tradition – «Lebensmittel haltbar machen»

Am 7. August 2024 fand der Besuch in der Puntreis in Disentis bei Fatmir Spescha zum Thema «Lebensmittel haltbar machen» statt. Die Teilnehmenden erhielten wertvolle Einblicke in traditionelle und moderne Konservierungsmethoden. Der Anlass bot eine ideale Plattform, um althergebrachtes Wissen mit aktuellen Techniken zu verbinden und den bewussten Umgang mit regionalen Lebensmitteln zu fördern.



Oktober, Bergün

Geschmacksbildung und Aromenvielfalt – Geschmacksschulung von alpinavera

Am 28. Oktober 2024 fand in Bergün die Geschmacksschulung von alpinavera statt. Die Teilnehmenden erhielten unter fachkundiger Anleitung vertiefte Einblicke in die Aromenvielfalt und lernten, regionale Spezialitäten bewusster wahrzunehmen und essen. Der Anlass stärkte das Bewusstsein für Qualität und Herkunft lokaler Produkte und förderte den fachlichen Austausch.



November, Malans

Exklusiver Einblick in die Nussverarbeitung – Besuch bei swiss nuss

Am 13. November 2024 fand der letzte Netzwerkanlass «graubündenVIVA im Fokus» des Jahres statt. Über 40 Teilnehmende erhielten bei einer Führung durch swiss nuss exklusive Einblicke in die Nussverarbeitung. Ein anschließender Apéro bot Raum für Austausch und neue Kontakte. Der erfolgreiche Abschluss der Reihe betonte die Bedeutung solcher Anlässe für Wissenstransfer, regionale Wertschöpfung und Vernetzung.



Facts & Figures

per 31.12.2024



16



Jahresrechnung

Erfolgsrechnung 2024

Ertrag	01.01. – 31.12.2024		01.01. – 31.12.2023	
	CHF	%	CHF	%
Betriebsertrag	1'056'682.85	100.00	1'079'059.00	100.00
Mitgliederbeiträge	43'600.00		34'500.00	
Leistungen Kanton Graubünden	990'000.00		990'000.00	
Einnahmen Events/Projekte	0.00		320.00	
Einnahmen Partner	23'082.85		54'239.00	
Betriebsertrag	1'056'682.85	100.00	1'079'059.00	100.00
Projektaufwand/ Drittleistungen	-88'384.75	-15.90	-171'611.25	-15.90
Personalaufwand	-382'628.04	-32.64	-352'203.25	-32.64
Betriebsaufwand	-574'753.17	-46.19	-498'428.22	-46.19
Raumaufwand	-24'398.75		-10'733.10	
Unterhalt/Ersatz mobile Sachanlagen	-3'796.85		-24.95	
Versicherungen/Gebühren	-426.70		-585.20	
Verwaltungs-/IT-Aufwand	-113'852.87		-65'639.80	
Kommunikations- und Sensibilisierungsaufwand	-432'278.00		-421'445.17	
Betriebsergebnis vor Abschreibungen, Zinsen und Steuern (EBDIT)	10'916.89	1.03	56'816.28	5.27
Finanzerfolg	-43.20	0.00	-10.00	0.00
Abschreibungen	0.00	0.00	0.00	0.00
Ausserordentlicher Ertrag	-11'461.80	0.00	350.00	0.00
Betriebsergebnis vor Steuern (EBT)	-588.11	-0.06	57'156.28	5.30
Steuern	-700.00	-0.07	-7'100.00	-0.66
Jahresgewinn- / verlust	-1'288.11	-0.12	50'056.28	4.64

Jahresrechnung

Bilanz per 31. Dezember

Aktiv	2024		2023	
	CHF	%	CHF	%
Umlaufvermögen	469'129.65	100.00	383'366.58	100.00
Flüssige Mittel	464'126.90		378'544.03	
Forderungen Mitgliederbeiträge	2'924.50		920.00	
Kurzfristige Forderungen Sozialversicherungen	364.45		2'646.50	
Aktive Rechnungsabgrenzungen	1'713.80		1'256.05	
Anlagevermögen	1.00	0.00	1.00	0.00
Finanzanlagen	1.00		1.00	
Beteiligung graubünden-VIVA AG	100'000.00		100'000.00	
WB Beteiligung graubünden-VIVA AG	-99'999.00		-99'999.00	
Total Aktiven	469'130.65	100.00	383'367.58	100.00

Passiven	2024		2023	
	CHF	%	CHF	%
Fremdkapital	333'824.98	71.16	246'773.80	64.37
Kurzfristiges Fremdkapital	333'824.98	71.16	246'773.80	64.37
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	224'947.80		97'207.65	
Verbindlichkeiten aus Sozialversicherungen	20'364.20		0.00	
Passive Rechnungsabgrenzungen	28'512.98		15'966.15	
Kurzfristige Rückstellungen	60'000.00		133'600.00	
Eigenkapital	135'305.67	28.84	136'593.78	35.63
Vereinskapital	136'593.78		86'537.50	
Jahresgewinn	-1'288.11		50'056.28	
Total Passiven	469'130.65	100.00	383'367.58	100.00

Die vorliegende Jahresrechnung wurde gemäss den Vorschriften des Schweizer Gesetzes, insbesondere den Artikeln über die kaufmännische Buchführung und Rechnungslegung des Obligationenrechts (Art. 957 bis 961b OR), erstellt. Die Rechnungslegung erfordert vom Vereinsvorstand Schätzungen und Beurteilungen, welche die Höhe der ausgewiesenen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten sowie den Erfolg der Berichtsperiode beeinflussen können. Der Vorstand entscheidet jeweils in eigenem Ermessen über die Ausnutzung der bestehenden gesetzlichen Bewertungs- und Bilanzierungsspielräume. Zum Wohle der Gesellschaft werden dabei im Rahmen des Vorsichtsprinzips Abschreibungen, Wertberichtigungen und Rückstellungen über das betriebswirtschaftlich bedingte Ausmass hinaus gebildet.

Mobilen Sachanlagen werden nicht aktiviert, sondern direkt über die Erfolgsrechnung erfasst und über die Nutzungsdauer abgeschrieben.

Hinsichtlich der Beteiligung an der graubündenVIVA AG kann mit Beschluss vom 08.03.2024 festgehalten werden, dass die AG aufgelöst wird. Die endgültige Löschung im Handelsregister wird für 2025 erwartet.

Unter den passiven Rechnungsabgrenzungen werden verschiedene Positionen ausgewiesen, darunter Kosten für BMU AG Revision, RTT AG Buchhaltung und Lohnbuchhaltung, Kantons-Bundesteuern sowie Entschädigungen und Spesen des Vereinsvorstands.

Bei den kurzfristigen Rückstellungen konnten über CHF 70'000 der Rückstellungen aufgrund von fortschreitenden Projektumsetzungen aufgelöst werden.

Im Bereich des ausserordentlichen Erfolgs sind unter anderem die Rückzahlung des Trekstaf aus dem Jahr 2022 sowie die Liquidations- und Sanierungskosten der graubündenVIVA AG enthalten.

Der Personalaufwand setzt sich aus verschiedenen Komponenten, Leistungen zusammen. Dies weil der Leistungsauftrag des Kantons an graubündenVIVA aufgrund des Rahmenkonzepts vorsieht, dass graubündenVIVA nebst den eigenen personellen Ressourcen auch bei den Partnerorganisationen wie dem Plantahof Leistungen einkauft.

Im Kommunikations- und Sensibilisierungsaufwand sind nebst klassischen Marketingmassnahmen, Aufwendungen für partnerschaftliche Auftritte, Kosten für Partnerkampagnen, Sensibilisierungsmassnahmen, Projekt- und Konzeptionskosten sowie die Kosten der Druckzeugnisse enthalten.

Revisionsbericht



Chur
St. Moritz

An die
Mitgliederversammlung des
Vereins graubündenVIVA
Alexanderstrasse 2
7000 Chur

Chur, 6. März 2025

Bericht der Revisionsstelle zur eingeschränkten Revision

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) des Vereins für das am 31. Dezember 2024 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

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

Unsere Revision erfolgte nach dem Schweizer Standard zur eingeschränkten Revision. Danach 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 beim geprüften Unternehmen 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 Gesetz und Statuten entspricht.

Freundliche Grüsse

BMU Treuhand AG

M. Bundi
zugel. Revisionsexperte
Leitender Revisor

M. Schädler
zugel. Revisionsexperte

Jahresrechnung 2024

graubündenVIVA

Alexanderstrasse 4
7000 Chur

+41 81 552 52 55
info@graubuendenviva.ch
graubuendenviva.ch