

Jahresbericht



2023

Impressum

Herausgeber

graubündenVIVA
Distelweg 4
7000 Chur
info@graubuendenviva.ch
graubuendenviva.ch

Fotos

Yvonne Bollhalder
Tanja Thaler
Leonie Liesch
skipp

Gestaltung und Grafiken

Hü7 Design AG
Compognastrasse 39
7430 Thusis



Inhalt

- Organisation **4**
- Auszug – Programm 2023 – 2026 **5**
- Bericht Präsidentin **6**
- Bericht Geschäftsführerin **7**
- Übersicht Projekte und Umsetzungen **8**
- Marketing und Kommunikation **10**
- Engagements und Vernetzung **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 Produzenten, 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 120 Mitglieder. Das strategische Gremium besteht aus 13 Vorstandsmitglieder. Zu den Mitgliedern zählen nebst den Branchenorganisationen, Produzent:innen, Landwirt:innen, Retail Partner, Hotellerie, Gastronomie sowie Privatpersonen. 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 Marketing- und Kommunikationsmassnahmen um und engagiert sich für neue und innovative Projekte, Inhalte und Produkte, welche dem Netzwerk, dem Bündner Ernährungssystem sowie der Förderung der Wertschöpfung nutzen. Der Innovationsgedanke wird stets mitgetragen.

4

Vorstand

im Vereinsjahr 2023

Der Vorstand, welcher anlässlich der Mitgliederversammlung am 01. Februar 2022 gewählt wurde, setzt sich wie folgt zusammen:

Corina Casanova, Tarasp — Präsidentin
 Andreas Bärtsch, Chur — Marke graubünden
 Georg Blunier, Paspels — Produzent
 Michael Caffisch, Chur — Kanton Graubünden
 Curdin Capeder, Cumbel — Produzent
 Giorgio Cappellin, Chur — Finanzierung, Vize Präsident
 Andrina Caprez, Jenaz — Retail, Produktion
 Piotr Caviezel, Chur — Mobilität
 Kaspar Howald, Poschiavo — Tourismus
 Isabel Jaisli, Wädenswil — Bildung und Forschung
 Petra Kreilos, Trin — Hospitality
 Fadri Stricker, Sent — Landwirtschaft
 Carlo Weber, Zizers — Veredler

Geschäftsstelle

Stand 31.12.2023

Leonie Liesch (100 %)
 Geschäftsführerin

Tanja Thaler (80 %)
 Marketing und Projekte

Sandra Meli (40 %)
 Marketing und Projekte

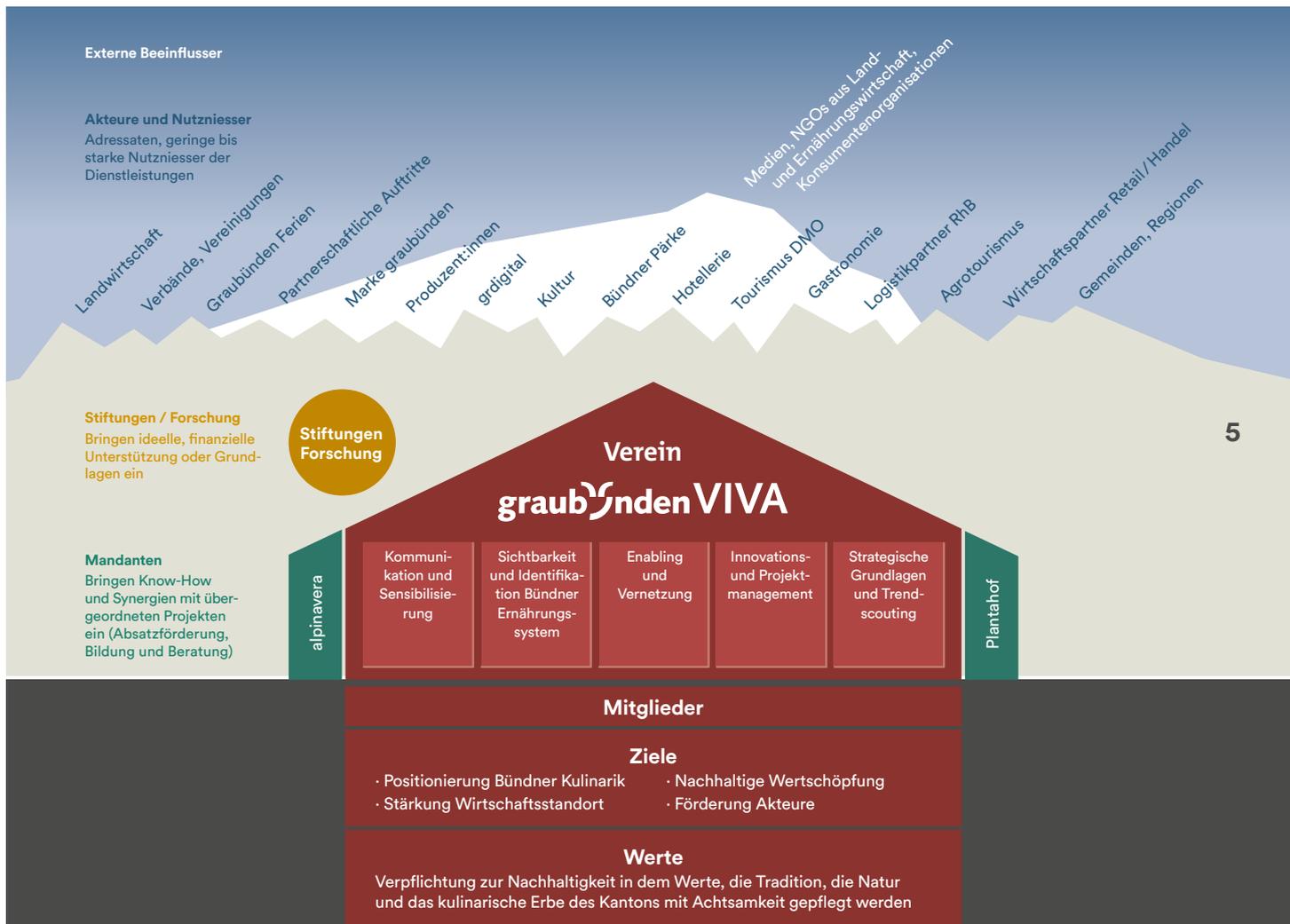
Sabine Bosshard (20 %)
 Bildung und Landwirtschaft
 (in Kooperation mit dem Plantahof)

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

Das Programm von graubündenVIVA für die Jahre 2023 – 2026 steht. Im Jahr 2023 konnten wir mit dessen Umsetzung starten. Zahlreiche Veranstaltungen in verschiedenen Regionen innerhalb und ausserhalb des Kantons wurden durchgeführt. Oder wir wurden von Organisatoren eingeladen, zu präsentieren, was in Graubünden vor Ort produziert wird und was bei uns auf den Teller kommt. Im Sommer konnten wir das Programm dem Bundesrat Guy Parmelin in Bern vorstellen.

Im April fand in Anwesenheit von Regierungsrat Marcus Caduff in Landquart die Mitgliederversammlung statt. Dank der Bemühungen der Geschäftsstelle war es möglich, neue Mitglieder zu gewinnen. Inzwischen zählt der Verein über 120 Mitglieder.

Anlässlich von drei Sitzungen setzte sich der Vorstand mit dem Programm auseinander und strebte bei offenen Punkten Lösungen an. Zur Vertiefung und Lösungssuche der verschiedenen Fragen wurden fünf Arbeitsgruppen eingesetzt. Betreffend seine Tochtergesellschaft «graubündenVIVA AG» konnten wir die Bestrebungen zur ordentlichen und geplanten Auflösung der Aktiengesellschaft so weit begleiten, damit die offizielle Auflösung im Jahr 2024 erfolgen kann. Fürs anstehende Vereinsjahr zeichnen sich Wechsel im Vorstand ab. Aufgrund der Statuten sind aktuell keine Ersatzwahlen notwendig. Anlässlich der ordentlichen Wahlen im Jahr 2025 wird hierzu ab Sommer 2024 eine Findungskommission eingesetzt.

Durchgeführt wurden auch die ersten Netzwerkanlässe. Am ersten Anlass, nämlich bei der Kaffeerösterei Badilatti in Zuoz im August, nahm ich persönlich teil. Herr Badilatti

und seine Geschäftsführerin haben uns durch die Rösterei und Verpackungsanlage der höchst gelegenen Kaffeerösterei in Zuoz geführt und Alt-Bundesrat Moritz Leuenberger hat dem Publikum kulinarische Geheimnisse rund um den Bundesrat verraten. Umgeben von historischen Fotos und wertvollem Porzellan ist der Anlass bei Kaffee und Kuchen und angeregten Diskussionen im Museum ausgeklungen.

Im Sommer hat die Geschäftsstelle ihre Tätigkeit für einige Tage ins Oberengadin verlegt und bei dieser Gelegenheit Produzent:innen in verschiedenen Regionen besucht. Ich liess mir die Gelegenheit nicht nehmen und begleitete unsere Mitarbeiterinnen auf ihren Besuchen im Unterengadin und Val Müstair. Ob Kräuter aus Guarda, Fleisch aus Scuol, Iva Schnaps aus Tschlin, Bier aus Martina oder Käse und Öl-Essenzen aus Müstair: alle Produkte überzeugen, denn sie stehen für Einsatz und Professionalität der Produzent:innen. Gerne beschenke ich Freundinnen und Familie mit Kräutertee, Salsiz und Iva. Sie sind die Botschafter einer hochstehenden kulinarischen Tradition in Graubünden.

Alle Aktivitäten von graubündenVIVA sind nur dank der finanziellen Unterstützung des Kantons Graubünden möglich. Für die reelle Umsetzung des Programms ist die Geschäftsführerin verantwortlich. Im Namen des Vereins möchte ich an dieser Stelle dem Kanton und Leonie Liesch und ihrem Team für ihren grossen Einsatz ganz herzlich danken – grazia fich.

Corina Casanova
Präsidentin



Bericht Geschäftsführerin

Ich freue mich, Ihnen den Geschäftsbericht für das Jahr 2023 präsentieren zu können. Im vergangenen Jahr haben wir als Verein graubündenVIVA Fortschritte und Erfolge erzielt, die ich gerne mit Ihnen teilen möchte.

Die positive Entwicklung, die Anforderungen des Netzwerks, die Projektumsetzungen für das Programm sowie im Endeffekt auch das wachsende Tagesgeschäft zeigten, dass eine gute Ressourcenplanung besonders im vergangenen ersten Halbjahr herausfordernd war. Daher freut es mich, dass wir im Juli die Geschäftsstelle komplettieren konnten und damit eine starke Basis geschaffen haben, um unsere fünf Handlungsfelder voranzutreiben und unsere Ziele zu erreichen. Ergänzend können wir mit dem Plantahof sowie mit dem Trägerverein alpinavera noch weitere Ressourcen auf Mandatsbasis abrufen.

Unserem Verein ist es stets ein Anliegen, dass wir unser Tun in allen Regionen sichtbar und spürbar machen. Wie Sie auf der nachfolgenden Übersicht sehen, standen wir mit vielen Partnern:innen in Kontakt. Durch gezielte Massnahmen konnten wir unsere Präsenz und unser Engagement nicht nur in Graubünden, sondern auch ausserhalb des Kantons ausbauen, so u.a. an der Food Zürich.

Die Nähe zu unseren Mitgliedern ist uns wichtig. So stehen Netzwerken und Vernetzen in unserem Verein ganz oben. Im August waren wir im Engadin, im Bergell und im Val Müstair zu Besuch bei verschiedenen Produzent:innen. Es waren sehr bereichernde Begegnungen. Sehr erfreulich war für mich auch, dass wir im letzten Jahr erstmals mit den Netzwerkanlässen starten konnten. Ebenso konnten wir das erste «Genuss-Palaver» in Kooperation mit Gastro-Graubünden lancieren. Diese Veranstaltungen waren nicht nur für uns als Verein bereichernd, sondern boten auch unseren Mitgliedern wertvolle Möglichkeiten zum Austausch und zur Vernetzung.

Es ist eine wahre Freude zu beobachten, wie graubündenVIVA Anklang findet und welches grosse Interesse an unseren Aktivitäten besteht. Ein ganz besonderes Ereignis war zweifellos die Präsentation unseres Programms vor Bundesrat Guy Parmelin. Die Möglichkeit, unsere Vision und unsere Arbeit auf höchster politischer Ebene vorzustellen, war bedeutend für uns und hat gezeigt, welchen Stellenwert graubünden-

VIVA mittlerweile geniessen darf. Ebenso erfreulich ist der Austausch mit dem Fürstentum Liechtenstein, der uns die Gelegenheit bot, unsere Ideen und Projekte über die Landesgrenzen hinweg zu teilen. Darüber hinaus waren auch die Einladungen zu verschiedenen Veranstaltungen und Präsentationsmöglichkeiten ein wichtiger Bestandteil unseres Jahres. Ob auf Podien oder vor Serviceclubs – die Gelegenheit, unser Programm einem breiten Publikum vorzustellen und mit anderen Interessengruppen in Kontakt zu treten, war äusserst wertvoll und inspirierend. Es ist auch immer wieder ein Beitrag, um die Bekanntheit und die Werte von graubündenVIVA zu stärken.

Diese Highlights des vergangenen Jahres zeigen deutlich, dass graubündenVIVA auf dem richtigen Weg ist und dass unser Engagement und unsere Vision zunehmend an Bedeutung gewinnen. Wir sind motiviert und voller Tatendrang, auch im kommenden Jahr weiterhin innovative Projekte anzustossen und die regionale Entwicklung voranzutreiben.

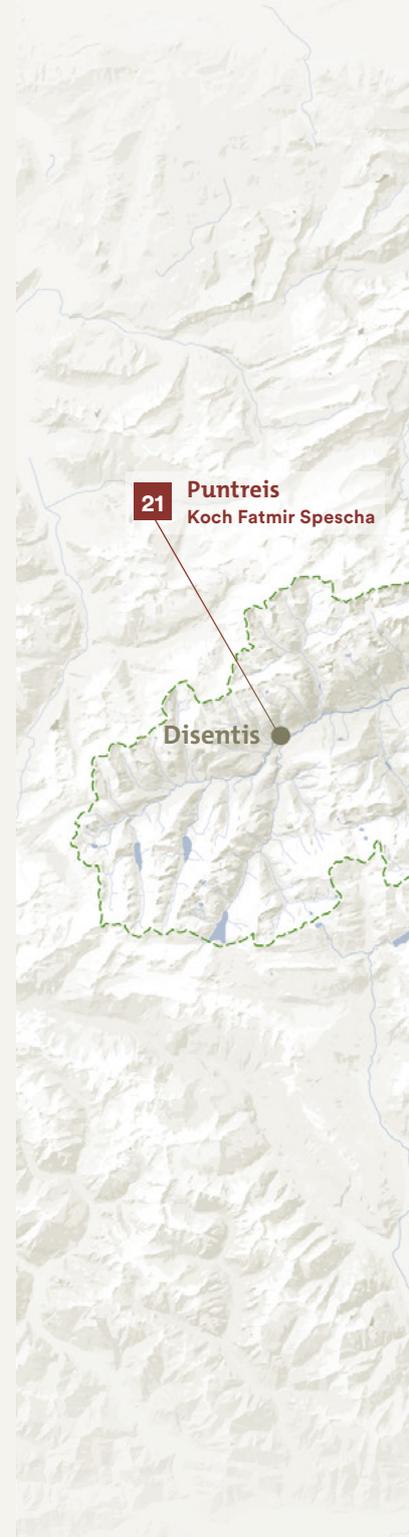
Abschliessend möchte ich mich bei unseren Mitgliedern, Partnern und Supportern bedanken. Ihr Engagement und Ihre Unterstützung haben massgeblich zu unserem Erfolg im Jahr 2023 beigetragen. Ein grosser Dank gilt unserem Auftraggeber dem Kanton Graubünden, namentlich dem Amt für Landwirtschaft und Geoinformation. Hervorheben möchte ich hier auch die enge Verbindung zum Plantahof sowie dem Trägerverein alpinavera. Zum Schluss möchte ich mich beim Team ganz herzlich für das tolle Engagement sowie beim Vorstand bedanken, welcher uns stets den Rücken stärkt.

Insgesamt war das vergangene Jahr äusserst vielfältig und bereichernd für den Verein graubündenVIVA. Wir sind zuversichtlich, dass wir im kommenden Jahr weiterwachsen, neue spannende Projekte realisieren können und nicht zuletzt dem Kulinarik-Netzwerk Graubünden echte Mehrwerte bringen.



Leonie Liesch
Geschäftsführerin

Anlass	Details
1 Bündner Wochen	graubündenVIVA war in allen nationalen Globus Delikatessen Abteilungen präsent.
2 Food Zürich	graubündenVIVA konnte sich mit verschiedenen Formaten integrieren wie Eröffnung mit Produzenten, Slow Food Market, Food Stand
3 Cycle Week	graubündenVIVA war Food-Partner am Stand der Bündner Bike Destinationen
4 Kulinarischer Reiseführer	100 Kulinariktipps (Genussstationen, Produzenten, Produkte, Rezepte) portraitiert/integriert. Auflage 30'000
5 Passmärkte	Märkte wie Oberalp und Lukmanier
6 Graubünden kocht	über 20 Produkte/Produzenten integriert (Magazin, Zeitungsbeiträge, Radiobeiträge, Social Media, Portraits, Kochshow)
7 Kulinarischer Herbst	Kommunikationssupport bei der Kampagne «Kulinarischer Herbst», wo 4 Bündner Restaurants teilnahmen.
8 Adventskalender	In der Adventszeit konnten 24 Preise (von Vereinsmitgliedern) aus den Regionen gewonnen werden.
9 Produzenten-Besuche	Team graubündenVIVA hat 15 Produzent:innen besucht. Stärkung Netzwerk.
10 Standauftritt an agrischa	Auftritt an der agrischa in Zusammenarbeit mit Bündner Bauernverband, Verein Agrotourismus Graubünden, Bündner Bäuerinnen und Landfrauenverein
11 öKK Bikerevolution	Siegerpreise mit Bündner Spezialitäten in Chur und Davos
12 OL WM	Siegerpreise mit Bündner Spezialitäten
13 Rassegna Gastronomica del Moesano	Event-Support. Kulinarische Wochen mit regionalen Zutaten
14 Bio-Chäs Fesch Rhywald	Event-Support. Festivität im Rahmen der Feier «200 Jahre Commercialstrasse»
15 Genussmarkt – Fall in Love	Event-Support. Markt zählte über 4000 Besucher.
16 Kunsthausfest	Event-Support. Am Abend wurde mit regionalen Zutaten gekocht.
17 Alpspektakel	Event-Support. Der Anlass zählt ca. 6000 Besucher.
18 Kastanienwoche	Event-Support.
19 Netzwerkanlass «graubündenVIVA im Fokus»	Betriebsbesichtigung und Gastreferat von Alt-Bundesrat Moritz Leuenberger
20 Netzwerkanlass «graubündenVIVA im Fokus»	Backstage Führung durch den Plantahof mit Peter Kuchler, Direktor Plantahof.
21 Kochvideo	Im Rahmen der Kampagne Graubünden kocht, kochte Fatmir Spescha 4 Gerichte mit regionalen Zutaten.
21 Kochvideo	Im Rahmen der Kampagne Graubünden kocht, kochte Matthias Althof 4 Gerichte mit regionalen Zutaten
21 Kochvideo	Im Rahmen der Kampagne Graubünden kocht, kochte Frank Widmer 4 Gerichte mit regionalen Zutaten
22 Kochvideo-Serie «Brutal lokal»	Promis kochten mit Fadri Arpagaus. Mit dabei waren Stämpf, Selina Gasparin sowie Nino Niederreiter. Siehe auch Bild Seite 12.
23 Genuss-Palaver	Netzwerkanlass für Gastronomen und Produzenten
24 Kursangebote	Unterstützung des Brotback-Kurs mit regionalem Mehl.
25 Video-Portraits	Beitrag/Portrait zum Thema «regional Einkaufen».
26 Produzenten-Portrait	Ein Blick in die Backstube, wo mit regionalem Mehl gearbeitet wird.
27 Produzenten-Portrait	Ein Einblick in den Domleschger Mais.
28 Produzenten-Portrait	Ein Einblick in den Betrieb «swiss nuss» und die Verarbeitung von regionalen Baumüssen.
29 Produzenten-Portrait	Ein Einblick in die Arbeit von Gran Alpin.
30 Produzenten-Portrait	Ein Einblick in die Mühle, wo regionales Getreide verarbeitet wird.



National

1 Globus Delikatessen

Zürich

2 Food Zürich

3 Cycle Week

Ganzer Kanton

4 Transhelvetica

5 alpinavera

6 somedia

7 alpinavera

8 Mitglieder von graubündenVIVA



Marketing und Kommunikation

Im vergangenen Geschäftsjahr konnte graubündenVIVA nach den Aufbauarbeiten des Vorjahres nun endlich auch im Bereich Marketing und Kommunikation aus dem Vollen schöpfen. Hier einige Einblicke in die verschiedenen Umsetzungen.

Digitale Innovation und Website-Relaunch

Ein Meilenstein dieses Jahres war der Relaunch der neuen Website im Februar 2023. Mit über 221'000 Aufrufen, vor allem dank der Adventskalender-Verlosung, wurde eine beachtliche Resonanz erreicht. Die neue Website bietet verbesserte Funktionen und eine benutzerfreundlichere Oberfläche, was die Interaktion mit der Zielgruppe verstärkte und optimierte.

10

Inhalte wie Wissensvermittlung zur regionalen Kulinarik, Einkaufstipps, ein kulinarischer Bündner Veranstaltungskalender oder die Aufführung von über 100 Hofläden differenzieren die Website von anderen regionalen Bündner Webseiten und geben so dem Besucher einen echten Mehrwert.

Bewegtbild und Storytelling

Zentral in der Content-Strategie waren vier Geschichten zum Thema Getreide und fünf Produzentenvideos mit Fäh und Fäh. Sie halfen, die Geschichte der Bündner Kulinarik lebendig und greifbar zu machen. Zudem wurden mit skipp Videos im Berghuus Radons mit dem Koch Fadri Arpagaus produziert. Bei diesen Videos kochte Fadri jeweils mit einem Promi. Das Video mit Selina Gasparin und Nino Niederreiter wurde beworben und damit konnten auf Facebook und Instagram insgesamt 530'000 Personen erreicht werden. Ebenso erwähnenswert sind die Video-Portraits von verschiedenen Shops, wo ein besonderes Augenmerk auf die Regionalität gelegt wird.

Kulinarischer Reiseführer – Genuss und Natur im Taschenformat

Der neue kulinarische Reiseführer mit einer Auflage von 30'000 Exemplaren war äusserst beliebt. Auf über 80 Seiten fanden Leser:innen eine umfassende Liste an Tipps zu Produkten, Produzent:innen, Restaurants sowie Rezepten. Ebenso zu erwähnen sind die Tischgespräche, welche spannende Einblicke in den Alltag der Protagonist:innen brachten. Alle Regionen wurden im handlichen Booklet integriert. Der Reiseführer war neben dem Einsatz an Messen der perfekte Begleiter für Geschenk-Körbe und Gast-Geschenke. Neben der grossen nationalen Distribution durch den Mitherausgeber «Transhelvetica» konnte die Geschäftsstelle selbst via Direktbestellungen und der Auslage bei diversen Retailern alle verteilen, so dass ein Nachdruck nötig war, um den Bedürfnissen im Jahr 2024 gerecht zu werden.



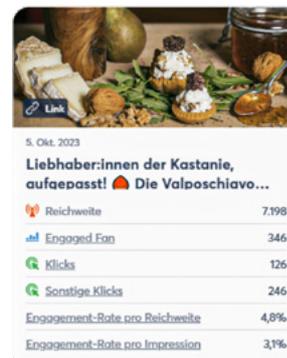
Social Media und Community-Building

Die Aktionen rund um die agrischa in Ilanz, den Adventskalender und die intensive Nutzung von Social Media führten zu einem beeindruckenden Wachstum der Online-Community. Mit aktuell 3'400 Instagram-Followern und 3'800 Facebook-Fans hat die Präsenz in sozialen Medien signifikant zugenommen.

Top-Beiträge Facebook:



Top-Beiträge Instagram:



Kooperative Kampagnen

Die Zusammenarbeit mit livesystems für den kulinarischen Reiseführer und die «Graubünden kocht»-Kampagne mit der Samedia waren besonders erfolgreich. Die Werbung in den Zielmärkten löste über 1'000 Bestellungen des Reiseführers aus. Die nationale Präsenz in den Globus Filialen im Oktober und der digitale Adventskalender haben die Reichweite und Sichtbarkeit so weit erhöht, dass die gesetzten Ziele weit übertroffen wurden.

Bemerkenswerter Anstieg der Newsletter-Abonnenten

Von knapp 300 zu Beginn des Jahres auf über 5'400 Abonnenten – ein Wachstum, das die gestärkte Bindung zur Community und das wachsende Interesse an den kulinarischen Themen und Angeboten widerspiegelt. Mit einer Öffnungsrate von über 60% kommen die Inhalte bei den Empfängern sehr gut an.

Partnerschaftliche Auftritte

Zu den partnerschaftlichen Auftritten gehören unter anderem der gemeinschaftliche Auftritt an der agrischa in Ilanz. graubündenVIVA war zusammen mit dem Verein Agrotourismus, dem Bündner Bauernverband sowie dem Bündner Bäuerinnen und Landfrauen-Verein an der agrischa. Unter dem Titel «Treffpunkt agricultura» konnte die publikumsstarke agrischa sehr gut genutzt werden, um graubündenVIVA bekannter zu machen. Ebenso positiv für die Bekanntheit, jedoch über die Kantonsgrenze hinaus, war das Engagement an der Food Zürich. Mit den Formaten wie dem Opening (10 Produzent:innen), dem Food Stand (3 Köche), den Workshops sowie der Teilnahme am Slow Food Market (12 Aussteller:innen) konnte sich die Bündner Kulinarik bestens dem Zürcher Publikum präsentieren.

Wer interessiert sich für graubündenVIVA? Website-Analyse, Demografie

Die Schweiz steht mit 54'170 Nutzer:innen an erster Stelle, gefolgt von Deutschland mit 3'849 Nutzer:innen und Österreich mit 456 Nutzer:innen. Zürich ist mit 16'260 Nutzer:innen als Stadt führend. Mit einem Anteil von 8'395 Nutzer:innen punktet graubündenVIVA besonders bei weiblichen Nutzer:innen. Top-Interessenkategorien: «Lifestyles & Hobbies/Outdoor Enthusiasts» mit 5'039 Nutzer:innen und «Travel/Travel Buffs/Snowbound Travelers» mit 4'939 Nutzer:innen.

«Graubünden kocht» in Zusammenarbeit mit der Somedia (5. August – 8. Oktober 2023)

Vom 5. August bis 8. Oktober 2023 fand die Kampagne «Graubünden kocht» in Kooperation mit Somedia statt. Diese beinhaltete Printanzeigen, SocialAds, TV- und Radiospots sowie Flyer für den Point of Sale, um Nutzer:innen auf die Webseite somedia.ch/kochen zu lenken. Die Bündner Woche veröffentlichte passende redaktionelle Artikel und eine Themenwoche lief auf Radio und TV Südostschweiz. Partnerprodukte wurden in verschiedenen Medien wie der Bündner Woche und den Facebook- sowie Instagram-Kanälen von Südostschweiz beworben. Während der Kampagne wurden 9 Newsletter an die Community von Graubünden kocht versendet mit Rezepten, Produktvorstellungen und Gewinnspielhinweisen. Am 26. September erschien das 48-seitige Magazin «Graubünden kocht», das kulinarische Rezepte und Produzentenvorstellungen bot. Das Magazin ging an die Bündner Haushalte.

Adventskalender-Versorgung (1. – 24. Dezember 2023)

Im Dezember 2023 wurde mit Mitgliedern und Sponsoren eine erfolgreiche Adventskalender-Versorgung realisiert. Mit insgesamt 122'200 Teilnahmen, durchschnittlich über 5000 pro Tag, und 460'000 Aufrufen war der Adventskalender ein Highlight. In Zusammenarbeit mit Graubünden Ferien und Speed U Up wurde der Kalender auf Facebook, Instagram, LinkedIn und Pinterest beworben und Inserate geschaltet. Die Kampagne übertraf das Ziel von 75'000 Website-Aufrufen deutlich, mit einem Jahresende von 221'000 Aufrufen. Auch die Anzahl der Newsletter-Abonnenten stieg beeindruckend von 800 auf 5400. Dieser Erfolg spiegelt die Wirkung der Kampagne und die Stärke der Vernetzungsarbeit wider.



Engagements und Vernetzung

Eines der fünf Handlungsfelder des Vereines graubündenVIVA widmet sich dem Thema «Enabling und Vernetzung». Nicht zuletzt deshalb fördert graubündenVIVA die Zusammenarbeit von Produzent:innen, Veredler:innen und Konsument:innen.

Der Verein graubündenVIVA ist daher ein wichtiger Akteur, wenn es darum geht, die Vielfalt und Qualität regionaler Produkte aus Graubünden zu fördern und zu vernetzen. Dank seines breit gefächerten Netzwerks und fundierten Fachwissens unterstützt der Verein verschiedene Bereiche, um die Wertschöpfung in der Region zu stärken.

Vermittlungen

Ein Beispiel hierfür ist die Unterstützung von Köch:innen, die auf der Suche nach hochwertigen regionalen Produkten sind. graubündenVIVA vermittelt Kontakte zu lokalen Produzenten, damit die Gerichte mit frischen Zutaten aus der Region zubereitet werden können.

Auch ein pharmazeutisches Unternehmen ist auf graubündenVIVA zugekommen, weil es auf der Suche nach spezifischen Naturprodukten war. Dieser Pharmahersteller, der Kastanienknospen für ein Medikament benötigte, konnte auf das Netzwerk von graubündenVIVA zurückgreifen, um die benötigten Ressourcen zu finden.

Doch nicht nur die Lebensmittelbranche profitiert vom Netzwerk des Vereins. Ein Betrieb, der echte Bündner Nusstorten für seine Kunden suchte, wurde ebenfalls unterstützt. graubündenVIVA vermittelte zwischen Betrieb und lokalen Bäckereien, um die Bedürfnisse zu erfüllen.

Darüber hinaus ist der Verein auch Ansprechpartner für Unternehmen, die nach Ideen und Möglichkeiten für Mitarbeitergeschenke suchen. Durch die Vermittlung von regionalen Produkten als Geschenk wird nicht nur die lokale Wirtschaft gestärkt, sondern auch die Identifikation der Mitarbeiter:innen mit ihrer Heimatregion gefördert.

Die Nachfrage nach regionalen Produkten aus Graubünden ist gross und vielfältig. Unternehmen wie Ricola, die Lindenblüten benötigen oder Hilcona, die Gelberbsen suchen, können auf die Unterstützung von graubündenVIVA zählen, um Kontakte aus Graubünden zu erhalten.

Bei einer anderen Anfrage ging es um Bündner Bio-Aprikosen. Was sich zuerst spannend anhörte, konnte dann leider nicht weiterverfolgt werden, da Bio-Aprikosen aktuell in Graubünden praktisch inexistent sind.

13



In einer Zeit, in der immer mehr Menschen auf Regionalität und Nachhaltigkeit achten, kann graubündenVIVA je länger, je mehr eine wichtige Rolle spielen. Der Verein fördert diesen Gedanken aktiv, indem er Unternehmen mit regionalen Produzent:innen vernetzt und so die Wertschöpfung in Graubünden stärkt.

Engagements

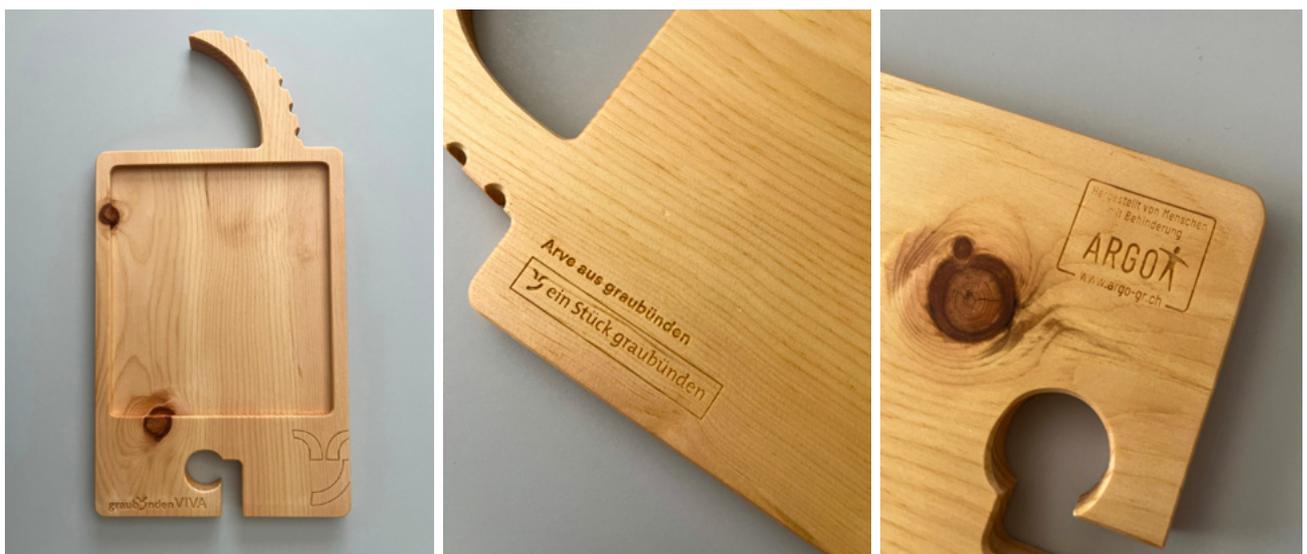
Ebenso nennenswert ist die Umsetzung anlässlich der Golf-Kampagne der Bündner Golfplätze, wo graubündenVIVA mit einem Tee-Produzenten aus dem Valposchiavo einen patgific-Golfer-Tee kreierte. Ein anderes Projekt ist die Bündner Gewürz-Trilogie, welche anlässlich des Abschlusses des Projekts «Hospitality Collaboration Lab» von HotellerieSuisse Graubünden umgesetzt wurde. Für die eigenen Bedürfnisse sowie für echte Bündner Stehaperos wurde ein Apéro-Holzbrettchen zusammen mit der ARGO, graubündenHOLZ und der Florinett AG entwickelt. Dieses Holz-Brettchen, so bescheiden es auch ist, symbolisiert Kulinarik und Regionalität gleichermaßen. Mit solchen Aktionen und Engagements möchte graubündenVIVA auch dort den regionalen Gedanken verankern, wo Regionalität vielleicht nicht immer an erster Stelle steht (weitere Beispiele graubuendenviva.ch/giveaways). Das Programm schlägt damit Brücken zwischen Menschen und ihren Traditionen, zwischen Handwerk und Produkt und zwischen Berg und Tal.

Vernetzung Plantahof

Das Jahresthema mit dem Plantahof konzentrierte sich auf «Getreide». Dieses Thema wurde daher auch im Unterrichts-Modul «Willkommen auf dem Bauernhof/Direktvermarktung» entsprechend integriert. Die Produkteentwicklung, Deklaration und Preisbildung einer «regio.garantie»-tauglichen Müeslimischung war die Idee. Dank den grossartigen Bündner Produzent:innen haben die Schülerinnen ein ausgesprochen schmackhaftes Produkt als Giveaway anlässlich des graubündenVIVA-Standes an der agrischa produziert. Die Teilnehmerinnen des Moduls konnten anhand dieses konkreten Projekts ein fixfertiges Rezept in ihren Ausbildungsrucksack packen.

Die Verwertung von altem Brot aus Gran Alpin-Mehl und der Wunsch nach einem Bündner Ethanol war ebenso ein Thema im vergangenen Jahr. Anstatt das hartgewordene, einwandfreie Brot zu entsorgen, ist es einigen Brennmeistern gelungen, daraus eine Maische herzustellen und Alkohol zu destillieren. Das Projekt befindet sich aktuell «on hold». Bald wird es wieder aufgenommen. Ziel wäre es, dass beispielsweise Gin-Produzent:innen einheimischen Ethanol erwerben und diesen bei Bedarf zertifizieren lassen können.

Zum Thema Getreide gehört ebenso das Brotbacken. Mit der Umsetzung der Brotbackkurse im Plantahof und der Zusammenarbeit mit einer Bündner Bäuerin und Landfrau sowie weiteren Experten versuchte man, das Thema der langen Teigführung und dessen gesundheitliche und ernährungsphysiologische Aspekte aufzuzeigen. Ausserdem soll die alte Tradition der Brotbacköfen in den Bündner Gemeinden wieder zelebriert werden. Schliesslich soll das sorgfältig produzierte Berggetreide auch entsprechend veredelt werden.



Netzwerkanlässe

Im vergangenen Jahr fanden die ersten Netzwerkanlässe statt. Mit diesen Formaten soll der VIVA-Netzwerk-Gedanke nach Innen und Aussen gestärkt werden.



graubündenVIVA im Fokus

Der Verein graubündenVIVA ist nicht nur ein Kooperationsprogramm, sondern soll auch als Netzwerk funktionieren. Deshalb werden unter anderem spezielle Netzwerkevents für die Mitglieder und Interessierte organisiert, um den Austausch unter Gleichgesinnten zu fördern und sie noch enger in der Welt der Bündner Kulinarik zu vernetzen.

«Kulinarik in der Politik»

Am 9. August 2023 fand im schönen Engadin im Caférama in Zuoz das erste Netzwerktreffen statt. Neben der Präsentation der graubündenVIVA Handlungsfelder konnten die Gäste den sehr unterhaltsamen Erläuterungen von Gastreferent Alt-Bundesrat Moritz Leuenberger zuhören. Er erzählte mit seiner bekannten Prise Humor Spannendes über das Thema «Kulinarik in der Politik». Er gab damit einen exklusiven Einblick hinter die Mauern des Bundeshauses und beschrieb, wie dort die Gepflogenheiten an politischen Banketten während seiner Amtszeit waren.

«Plantahof – Backstage»

Am 23. November 2023 fand der zweite Netzwerkanlass im Plantahof statt, wo der Plantahof Direktor, Peter Kuchler, höchst persönlich einen spannenden Backstage-Rundgang ermöglichte. Sogar Plantahof-Kenner erfuhren Unbekanntes. Anschliessend wurden die Gäste mit einem Apéro mit hofeigenen Produkten verwöhnt, wo spannende Gespräche stattfanden und neue Projekte andiskutiert wurden.

Genuss-Palaver

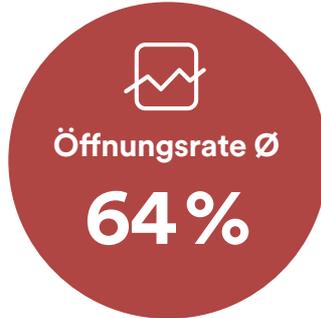
graubündenVIVA lud zusammen mit GastroGraubünden am 10. September in Fürstenua zum exklusiven Gastro-Event, dem neuen Format «Genuss-Palaver», ein. Das «Genuss-Palaver» soll künftig mindestens zweimal pro Jahr in verschiedenen Regionen Graubündens stattfinden. Diese besonderen Anlässe richteten sich speziell an Gastronomen, die sich für regionale Produkte begeisterten und Wert auf Nachhaltigkeit und Qualität legen. Das «Genuss-Palaver» bietet unterschiedlichen Interessensgemeinschaften aus der Gastronomie die einzigartige

Gelegenheit, sich mit Bündner Produzent:innen zu vernetzen und wertvolle Best Practices auszutauschen. Begrusst wurden die Gäste vor dem Programm-Start durch den Gastgeber Andreas Caminada. Der Event umfasste ein spannendes Inputreferat des Kulinarik-Experten Dominik Flammer sowie eine anschliessende inspirierende Gesprächsrunde mit Bündner Köchen. Krönender Abschluss war der Besuch des Genussmarkts, wo die Gespräche mit Produzent:innen vertieft werden konnten.



Facts & Figures

per 31.12.2023



Kampagnenbeispiel
Globus Delikatessen
national

Oktober 2023

~ **170'000** Umsatz

> **100** Bündner Artikel

> **30** Produzent:innen

> **40** Degustationen

Kampagnenbeispiel
Adventskalender

122'000

Teilnahmen

Ø

5'000/Tag

460'000

Aufrufe



Jahresrechnung

Erfolgsrechnung 2023

Ertrag	01.01. – 31.12.2023		01.01. – 31.12.2022	
	CHF	%	CHF	%
Betriebsertrag	1'079'059.00	100.00	1'013'000.00	100.00
Mitgliederbeiträge	34'500.00		23'000.00	
Leistungen Kanton Graubünden	990'000.00		990'000.00	
Einnahmen Events/Projekte	320.00		0.00	
Einnahmen Partner	54'239.00		0.00	
Betriebsertrag	1'079'059.00	100.00	1'013'000.00	100.00
Projektaufwand / Dritteleistungen	-171'611.25	-15.90	-131'724.00	-13.00
Personalaufwand	-352'203.25	-32.64	-235'920.15	-23.29
Betriebsaufwand	-498'428.22	-46.19	-525'421.25	-51.87
Raumaufwand	-10'733.10		-4'480.35	
Unterhalt / Ersatz mobile Sachanlagen	-24.95		-23'475.60	
Versicherungen / Gebühren	-585.20		-100.00	
Verwaltungs- / Informatikaufwand	-65'639.80		-55'445.05	
Kommunikations- u. Werbeaufwand	-421'445.17		-441'920.25	
Betriebsergebnis vor Abschreibungen, Zinsen und Steuern (EBDIT)	56'816.28	5.27	119'934.60	11.84
Finanzerfolg	-10.00	0.00	-10.65	-0.00
Abschreibungen	0.00	0.00	-99'999.00	0.00
Ausserordentlicher Ertrag	350.00	0.00	0.00	0.00
Betriebsergebnis vor Steuern (EBT)	57'156.28	5.30	19'924.95	1.97
Steuern	-7'100.00	-0.66	-2'600.00	-0.26
Jahresgewinn- / verlust	50'056.28	4.64	17'324.95	1.71

Jahresrechnung

Bilanz per 31. Dezember

Aktiv	2023		2022	
	CHF	%	CHF	%
Umlaufvermögen	383'366.58	100.00	451'107.65	100.00
Flüssige Mittel	378'544.03		445'417.80	
Forderungen Mitgliederbeiträge	920.00		0.00	
Kurzfristige Forderungen Sozialversicherungen	2'646.50		5'689.85	
Aktive Rechnungsabgrenzungen	1'256.05		0.00	
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	383'367.58	100.00	451'108.65	100.00

Passiven	2023		2022	
	CHF	%	CHF	%
Fremdkapital	246'773.80	64.37	364'571.15	80.82
Kurzfristiges Fremdkapital	246'773.80	64.37	364'571.15	80.82
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	97'207.65		220'871.15	
Passive Rechnungsabgrenzungen	15'966.15		10'100.00	
Kurzfristige Rückstellungen	133'600.00		133'600.00	
Eigenkapital	136'593.78	35.63	86'537.50	19.18
Vereinskapital	86'537.50		69'212.55	
Jahresgewinn	50'056.28		17'324.95	
Total Passiven	383'367.58	100.00	451'108.65	100.00

Ziel ist, dass die Mittel kostensparend und effizient eingesetzt werden, sodass ein möglichst grosser Impact für die Zielsetzungen von graubündenVIVA entsteht und damit der Verein auch nachhaltig eine möglichst grosse Wirkung nach Innen und Aussen erreicht.

Die vorliegende Jahresrechnung wurde gemäss den Vorschriften des Schweizer Gesetzes, insbesondere dem Artikel über die kaufmännische Buchführung und Rechnungslegung des Obligationenrechts (Art. 957 bis 962), erstellt. Die Rechnungslegung erfordert vom Vereinsvorstand Schätzungen und Beurteilungen, welche die Höhe der ausgewiesenen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten, sowie Eventualverbindlichkeiten im Zeitpunkt der Bilanzierung, aber auch Aufwendungen und Erträge der Berichtsperiode beeinflussen können. Der Vereinsvorstand entscheidet dabei jeweils in eigenem Ermessen über die Ausnutzung der bestehenden gesetzlichen Bewertungs- und Bilanzierungsspielräume. Zum Wohle der Gesellschaft können dabei im Rahmen des Vorsichtsprinzips Abschreibungen, Wertberichtigungen und Rückstellungen über das betriebswirtschaftlich benötigte Ausmass hinaus gebildet werden.

Das Vereinsjahr schliesst mit einem Ertragsüberschuss von CHF 50'056 ab. Das Vereinsjahr wird damit etwas positiver abschliessen als budgetiert. Die Gründe sind unter anderem Kosteneinsparungen aufgrund von internen Umsetzungen. Somit weist der Verein per 31.12.2023 ein Eigenkapital von insgesamt CHF 136'593 aus. Die Beteiligung an der Tochtergesellschaft graubündenVIVA AG bleibt aufgrund der bevorstehenden Auflösung im Jahre 2024 vollständig wertberichtigt. Die mobilen Sachanlagen wurden nicht aktiviert, sondern direkt über die Erfolgsrechnung erfasst. Bei den kurzfristigen Rückstellungen handelt es sich um Projektrückstellungen. Der Personalaufwand setzt sich aus drei 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 Plantahof sowie dem Trägerverein alpinavera Leistungen einkauft.

Im Werbeaufwand sind nebst klassischen Marketingmassnahmen Aufwendungen für partnerschaftliche Auftritte, Kosten für Partnerkampagnen, Sensibilisierungsmassnahmen, Projekt- und Konzeptionskosten sowie die Kosten der neuen Website enthalten.

Revisionsbericht



Chur
Thusis
St. Moritz
Wittenbach

An die
Mitgliederversammlung des
Vereins graubündenVIVA
Distelweg 4
7000 Chur

Chur, 1. März 2024

Bericht der Revisionsstelle zur eingeschränkten Revision

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) des Vereins für das am 31. Dezember 2023 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 2023

graubündenVIVA

Distelweg 4
7000 Chur

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