

Strukturverbesserungsfachtagung

Olten
11. Juni 2025

Gianluca Giuliani

**FLURY &
GIULIANI**

Agrar - und
Regionalökonomische
Beratung

Sonneggstrasse 30
CH-8006 Zürich

044 252 11 33
info@flury-giuliani.ch

flury-giuliani.ch



Inhalte

1. Zielsetzung der Präsentation
2. Landwirtschaftliche Planung 
Entwicklungsprozess ländlicher Raum
3. Das PRE-Verfahren
(Vorabklärung, Grundlagenetappe, Umsetzung)
4. PRE und Kommunikation
5. Logistikplattform
(Projekt B2B Plattform „Digital – lokal – global“)
6. Schlussbemerkungen



1

Zielsetzung



Zielsetzung der Präsentation

- „Würdigung“ des von der **Schweizer Agrarpolitik** konzipierten **Instrumentariums**
 - zur **Förderung der Wertschöpfung** landwirtschaftlicher Produktion
 - im **ländlichen Raum** – insbesondere in peripheren Bergregionen
- Herausforderungen
- Optimierungspotenzial



2

Landwirtschaftliche
Planung (LP)



Entwicklungsprozess
ländlicher Raum (ELR)

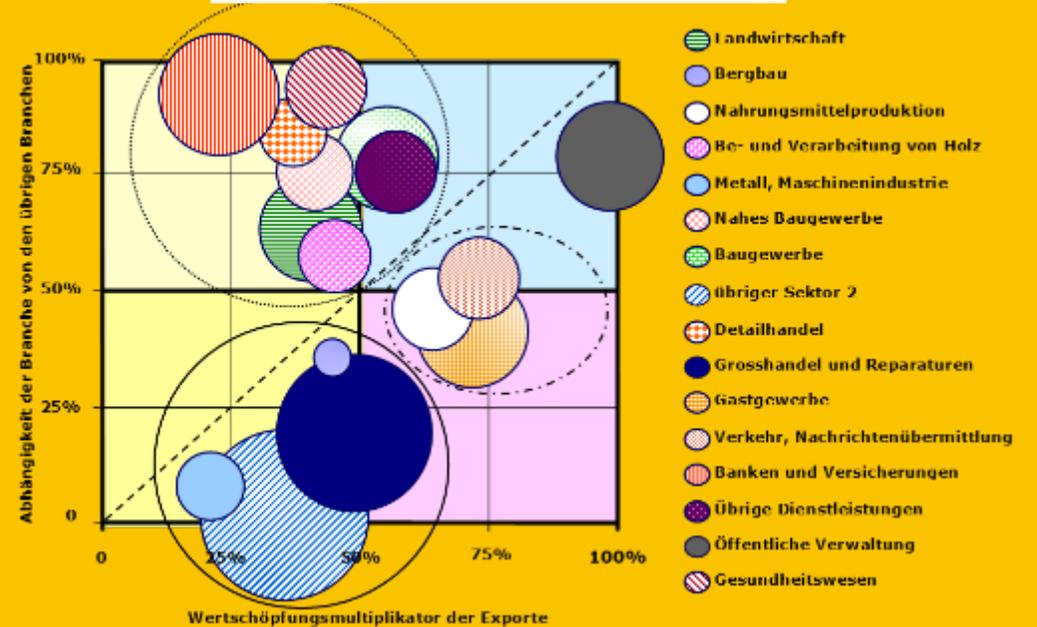


Was ist einer LP bzw. einem ELR vorgelagert?

- «Geschichte»
- Analyse
- Personen & Werte



LP -> ELR



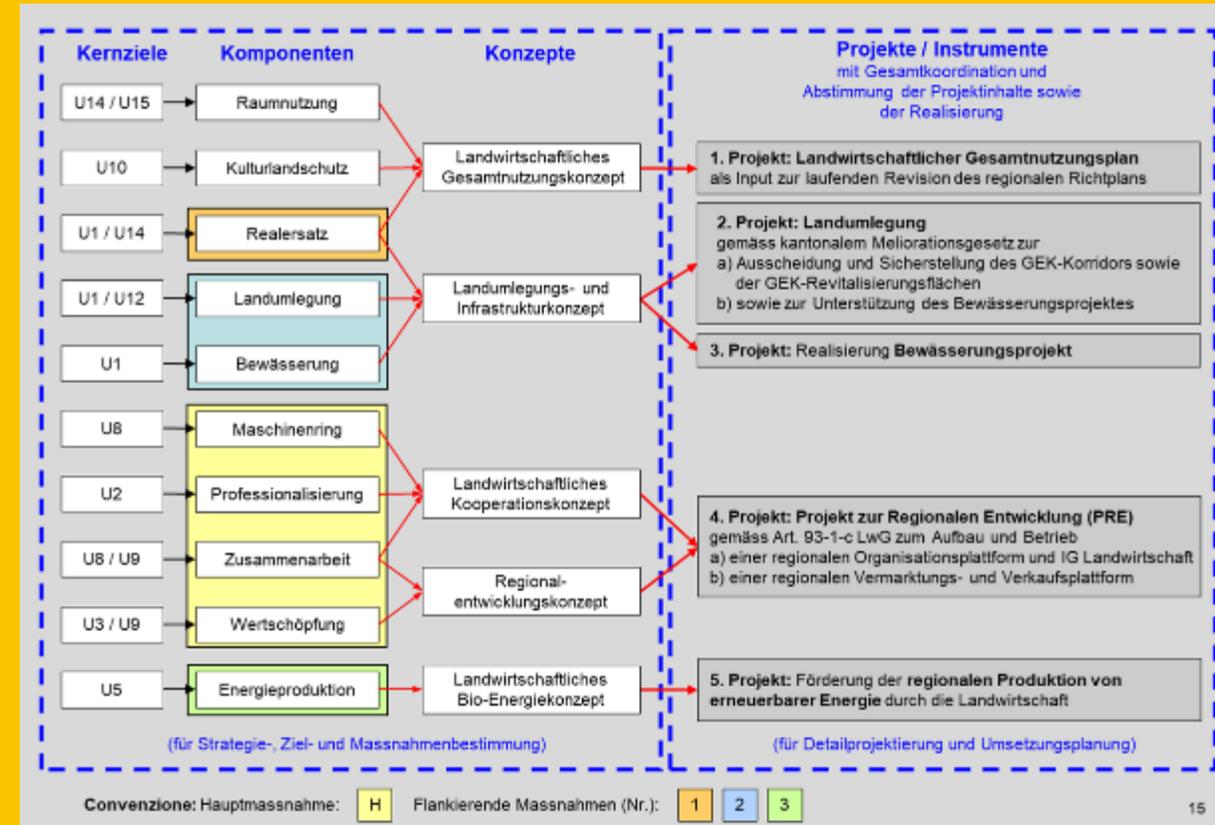
Die Landwirtschaft im Valposchiavo basiert auf klimatischen und geografischen Bedingungen, wie sie für viele Alpentäler typisch sind...

...doch es sind die Werte und die von den Menschen im Tal verfolgten Strategien, die sie zu etwas Einzigartigem machen!



Resultat aus der LP Poschiavo

1. Projekt: **Landwirtschaftlicher Gesamtnutzungsplan**
2. Projekt: **Landumlegung** gemäss kantonalem Meliorationsgesetz
3. Projekt: **Realisierung Bewässerungsprojekt**
4. Projekt: **Projekt zur Regionalen Entwicklung (PRE)**
5. Projekt: **Förderung der regionalen Produktion** von erneuerbarer Energie durch die Landwirtschaft



LP -> ELR

Herausforderungen eines ELR's

- «Flughöhe»
 - Gesamtschau vs. konkrete Probleme der lokalen Akteure
- Befähigung Trägerschaft



LP -> ELR



Optimierungspotential eines ELR's

- Sofortmassnahmen
 - Ressourcen für Konkretisierung der identifizierten Massnahmen
- Ressourcen zur Befähigung Trägerschaft



LP -> ELR



AgriTer

[Agenda](#)

[Chi siamo](#)

[Documenti](#)

[Contatti](#)

info@agriter.ch

Il progetto

AgriTer

Elaboriamo una visione condivisa per tutelare e promuovere le aree rurali e agricole.

Un progetto promosso con il sostegno dell'Ufficio federale dell'agricoltura e della Sezione dell'agricoltura cantonale.



3

Das PRE-Verfahren:

Von der Vorabklärung
über die Grundlagenetappe
zur Umsetzung

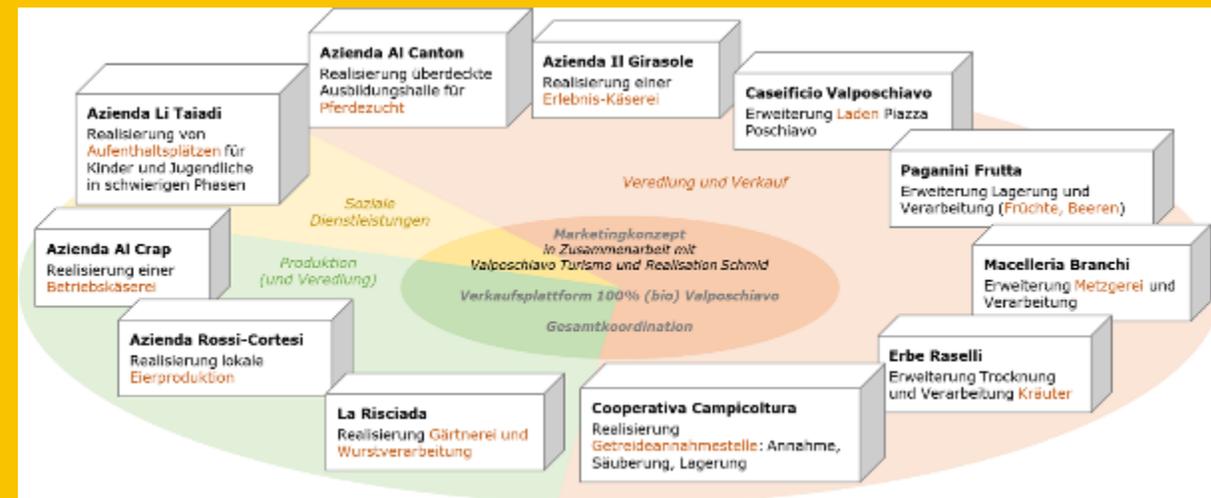
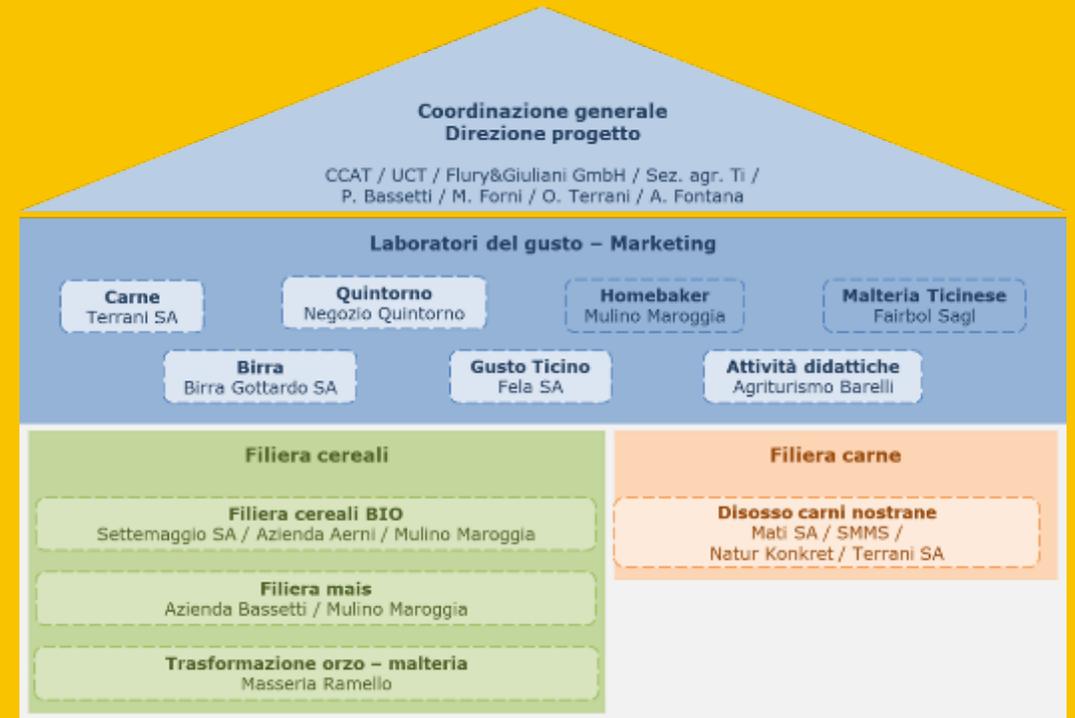


Herausforderungen eines PRE-Verfahrens

- Etappierung eines PRE-Verfahrens
 - Sinnvoll
 - Herausfordernd
- Flexibilität
 - Anpassungsmöglichkeiten vs. Gleichbehandlung
- Ein PREmuss
 - mehr sein als die Summe seiner Teilprojekte.
 - Sein Mehrwert entsteht erst, wenn die Teilprojekte sinnvoll ineinandergreifen



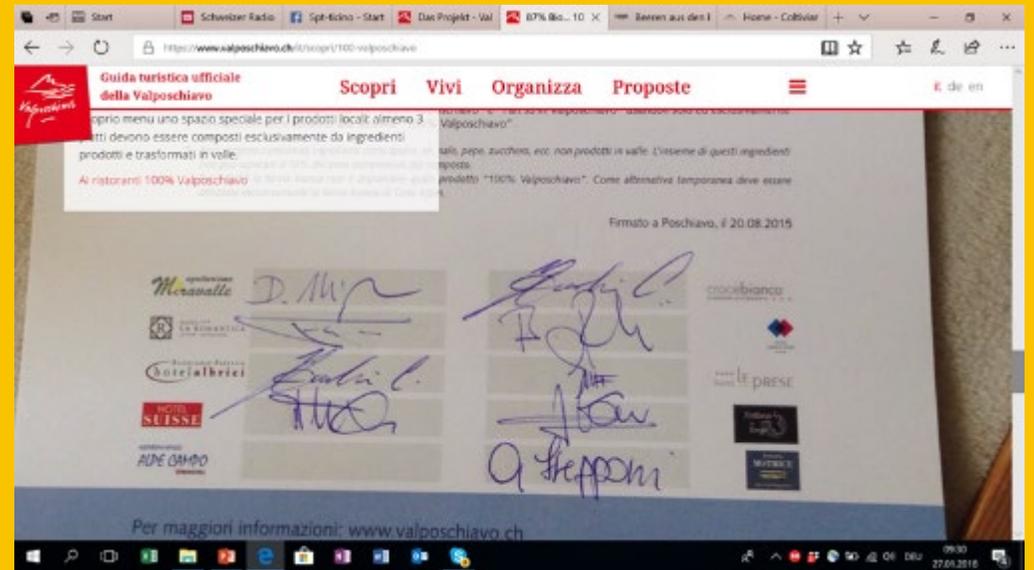
PRE-Verfahren



3

Das PRE-Verfahren

[Exkurs als Basis für „Empfehlungen“]



	% biologico nel 2025
Getreide	100%
Kräuter für Kräutertee und Gewürze	100%
Vieh, Milch	100%
Schweine	100%
Kleine Früchte	94%

Rinderzucht auf Basis lokaler Ressourcen

- Mehr als 60% der Betriebe im Valposchiavo züchten Milch - oder Mutterkühe
- Die Betriebe im Valposchiavo setzen bei der Rinderfütterung auf lokales Gras



PRE-Verfahren



Klimastrategie Landwirtschaft und Ernährung 2050

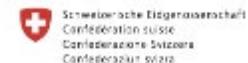
- Auf den Ackerflächen sollen in erster Linie gesunde pflanzliche Produkte für den direkten menschlichen Verzehr nachhaltig angebaut werden
- während Grasland ausserhalb der Ackerflächen sowie unvermeidbare Verluste aus der Lebensmittelproduktion zur Fütterung von Nutztieren verwendet werden sollen



Klimastrategie Landwirtschaft und Ernährung 2050

Verminderung von Treibhausgasemissionen und Anpassung
an die Folgen des Klimawandels für ein nachhaltiges
Schweizer Ernährungssystem

1. Teil: Grundsätze, Ziele und Stossrichtungen



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Bundesamt für Landwirtschaft BLW
Bundesamt für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen BVW
Bundesamt für Umwelt BAFU

Sind wir auf dem richtigen Weg?

Fakten (Poschiavo / Berggebiet)

- Optimale Landnutzung
 - Wiesen und Weiden dort, wo Boden und Klima keine andere Nutzung zulassen
 - Anbau von Getreide, Kräutern, Beeren und mehr, wo es möglich ist
- Wertschätzung der Vielfalt
 - Vielfältige Produktion = abwechslungsreiche Landschaft und Biodiversität
 - Breites Sortiment an Lebensmitteln



Sind wir auf dem richtigen Weg?

Säule 1: Nachhaltige Sortimente

Um unser Sortiment an nachhaltigen Produkten laufend zu erweitern und attraktiv zu halten, arbeiten wir eng mit Partnern zusammen, die höchstmögliche Standards garantieren. Durch unser umfassendes Angebot an biologischen, artgerechten und fair hergestellten Produkten bieten wir unseren Kund:innen die Möglichkeit, umwelt-, tier- und sozialgerecht einzukaufen und erzielen so eine grosse Wirkung. Wir setzen uns aber auch entlang unserer Lieferketten, von der Produktion über die Verarbeitung bis hin zum Verkauf der Produkte, für die Einhaltung anspruchsvoller Mindestanforderungen und Sozialstandards ein. Zudem fordern wir von unseren Geschäftspartnern die Einhaltung der Menschenrechte sowie entwaldungs- und umwandlungsfreier Lieferketten und fördern das Tierwohl.



Säule 2: Umwelt- und Klimaschutz

Wir bekennen uns zu wissenschaftsbasierten Klimazielen und bekräftigen unser Engagement für einen wirkungsvollen Klimaschutz mit der Unterzeichnung der « **Science Based Target Initiative** ». Dementsprechend berechnen wir regelmässig unsere CO₂e-Emissionen und legen ambitionierte und wirkungsvolle Ziele in allen Geschäftsbereichen fest. Bis 2030 reduzieren wir 42% der betrieblichen CO₂e-Emissionen im "Scope 1" und "Scope 2" und 30% der CO₂e-Emissionen im "Scope 3". Zudem legen wir Wert auf einen schonenden Umgang mit Ressourcen: Wir streben an, ein Zero Waste Unternehmen zu werden und schliessen unsere Energie- und Materialkreisläufe, wenn immer möglich. Auch unseren eigenen Wasserverbrauch reduzieren wir konsequent weiter.



Unser Antrieb

Für jede der drei Säulen unserer Nachhaltigkeitsstrategie haben wir zwei Antriebsfelder definiert, in denen wir unsere Schwerpunkte zusammenfassen, welche für die ganze Coop-Gruppe gelten. Zu jedem dieser sechs Antriebsfelder haben wir mehrere Wirkungsfelder definiert.



1. Verantwortung in den Lieferketten



3. Netto-Null Emissionen bis spätestens 2050



5. Fortschrittliche Arbeitsgeheimnisse



2. Langfristiger Schutz der natürlichen Ressourcen



4. Vision eines Zero Waste Unternehmens



6. Gesellschaftliche Verantwortung

Zum Beispiel:



Trotzdem stehen WIR vor grossen Herausforderungen

- Die Produktion in peripheren Regionen hat bei jedem Produkt tendenziell einen Wettbewerbsnachteil .
 - kleine Mengen, keine Skalenerträge,
 - Transportdistanzen,
 - hohe Produktionsstandards



Optimierungspotential eines PRE - Verfahrens

- Kommunikationsstrategie
 - Synergien nutzen (siehe nachfolgendes Kapitel)
- Zusammenarbeit mit wettbewerbsfähigen KMUs
 - Definition «Gewerbebetrieb» im Verarbeitungsbereich
 - Inlandleistung



4

Die Kommunikation



PRE- Verfahren



Kommunikation: Herausforderungen

- Zentrale Herausforderung
 - Kommunikation nach innen
 - Kommunikation nach aussen
 - Kommunikationsstrategie
 - Professionalisierung

The screenshot shows a webpage from RSI Food. The main article is titled "La spesa di giugno e gli eventi del territorio" (June shopping and local events). The text discusses the importance of local and seasonal products, mentioning a calendar of gastronomic events in the Ticino region. A video player is visible at the bottom of the article, with a video titled "Verdure locali, fra scelta, prezzi, varietà e qualità: tutto bene?" (Local vegetables, choice, prices, variety and quality: all good?).



Calendario 2025 - Valposchiavo



Kommunikation: Optimierungspotential

- Optimierungspotential
 - Wettbewerb zwischen Kommunikationsprojekten zulassen
 - Meritorische Prinzipien
 - Möglichst wenige Top - Down Vorgaben, möglichst viel Bottom - Up
 - Peer- to - Peer Ansätze



5

Die Logistikplattform



Akteure

- **User:**
 - FeldZuTisch Basel (FZT), 100% Valposchiavo, Kopernikus, POT (ZH), Direktvermarktungsinitiativen (DVI) in GR (Beverin, Parc Ela, Surselva, Pärke, ...) in der Zentralschweiz, AG, BE, ...
- **Entwickler:**
 - Addvalyou
 - Zusammenarbeit mit Lightwave, Tegonal (Open Food Network)

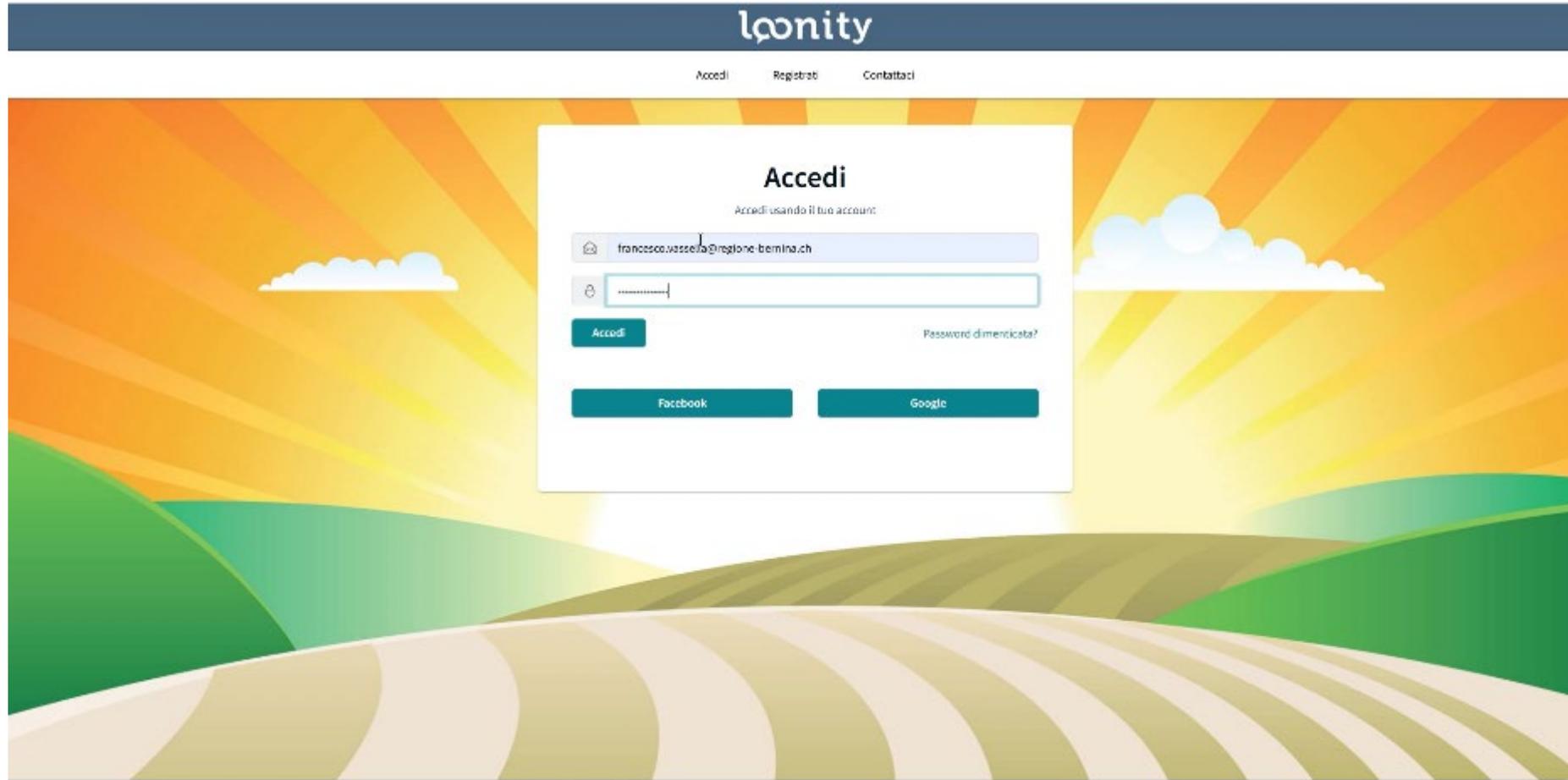


Geschäftsmodell

- Trägerschaft „gründen“ (z.B. AG, GmbH, Genossenschaft)
 - Trägerschaft besteht aus: User + Entwickler
- Trägerschaft hat Angestellte: Entwickler, Key account manager, Geschäftsleitung
- Gewinn bleibt „in der Trägerschaft“ zur Projektweiterentwicklung und wird nicht privatisiert
- Code (Software) wird durch die Trägerschaft vom bisherigen Entwickler „abgelöst“



Technische Lösung



Logistikplattform: Herausforderungen

- Zentrale Herausforderung
 - Technik (lösbar)
 - Wettbewerb (hoch)
 - Zeit bis Economies of Scale greifen (so kurz wie nur möglich!)



6

Schlussbemerkungen



Was bleibt? Vier Take - aways

1. ELR: Trägerschaften **befähigen**
– Kontinuität sichern
2. PRE: Wettbewerbsfähigkeit **mit**
(nicht trotz) der **KMUs**
3. Kommunikation:
Professionalisierung als
Schlüssel zum Erfolg
4. Logistikplattform: Der **Faktor**
Zeit ist entscheidend





**Grazie per la
vostra
attenzione !**

