

# Jahresbericht



2025



## 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



Podiumsgespräch Mitgliederversammlung 2025



Genuss-Palaver Fürstenu mit Marc Tischhauser, Andreas Caminada, Leonie Liesch und Seppo Caluori



Vorstand Verein graubündenVIVA

# Inhalt

- Organisation **4**
- Auszug – Programm 2023 – 2026 **5**
- Vorwort Präsident **6**
- Bericht Geschäftsführerin **7**
- Übersicht Projekte und Engagements **8**
- Kommunikation und Sensibilisierung **10**
- Partnerschaften und Vernetzungen **13**
- Netzwerkanlässe **15**
- Facts & 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 150 Mitglieder. Das strategische Gremium besteht aus 14 Vorstandsmitgliedern. Die Geschäftsstelle umfasst 220-Stellenprozent sowie weitere Ressourcen vom Plantahof (bis zu 50%) sowie eine erweiterte Zusammenarbeit mit alpinavera. 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 2025

**Der Vorstand setzt sich per 31.12.2025 wie folgt zusammen:**

Curdin Capeder, Cumbel — Präsident  
 Andreas Bärtsch, Chur — Vizepräsident  
 Georg Blunier, Paspels — Produzent  
 Martin Bundi, Chur — Finanzen  
 Martina Hänzi, Scuol — Netzwerk/Tourismus  
 Kaspar Howald, Poschiavo — Tourismus/Kultur  
 Peter Küchler, Landquart — Netzwerk/Landwirtschaft  
 Andy Mark, Lunden — Produzent  
 Hannes Mark, St. Moritz — Hotellerie  
 Roni Merz, Chur — Veredler  
 Beatrice Schweighauser, Zizers — Bildung/Hotellerie  
 Fadri Stricker, Sent — Landwirtschaft  
 Manuel Zünd, Davos — Koch/Gastronomie  
 Michael Caffisch, Chur — Kanton Graubünden

## Geschäftsstelle

Stand 31.12.2025

**Die Geschäftsstelle setzt sich wie folgt zusammen:**

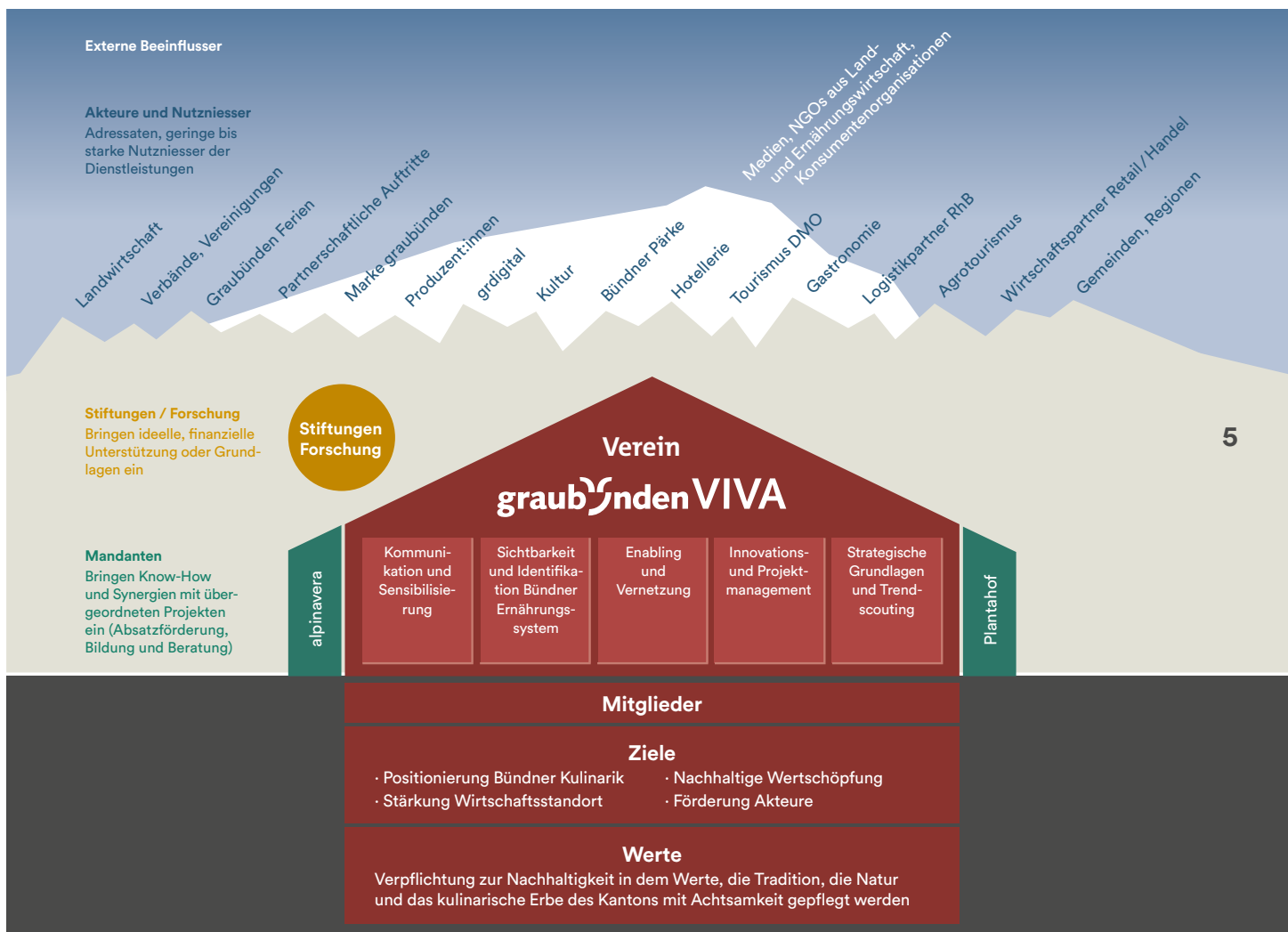
Leonie Liesch (100%)  
 Geschäftsführerin  
 Tanja Thaler (80%)  
 Marketing & Projekte  
 Sandra Meli (40%)  
 Marketing & Projekte  
 Sabine Bosshard (20%)  
 Bildung, Netzwerk Landwirtschaft  
 (Mitarbeiterin Plantahof)

## 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](http://graubunden viva.ch/programm) zur Verfügung.

# Vorwort Präsident

Ein neues Amt bringt einen neuen Blick. Seit ich im April 2025 das Präsidium von graubündenVIVA übernommen habe, nehme ich das Tätigkeitsfeld noch einmal mit anderen Augen wahr. Vieles, das ich als Vorstandsmitglied kannte, zeigt sich aus dieser Perspektive in einem neuen Licht – klarer in seiner Komplexität, aber auch in seinen Möglichkeiten. Diese veränderte Wahrnehmung empfinde ich nicht als Belastung, sondern als Bereicherung: Sie schärft den Blick für das Wesentliche und weckt den Antrieb, Bestehendes weiterzudenken.

Um nah an der Basis zu bleiben, habe ich in den vergangenen Monaten bewusst viele Formate von graubünden VIVA besucht: Veranstaltungen, Begegnungen, Netzwerktreffen. Es waren genau diese Momente, die mir gezeigt haben, wie lebendig unser Netzwerk ist – und wie viel Potenzial in den Menschen steckt, die es tragen. Der direkte Austausch mit Produzentinnen und Produzenten, Verarbeitenden und Partnern hat mir einmal mehr bestätigt, dass graubündenVIVA weit mehr ist als eine Organisation: Es ist eine Gemeinschaft, die aus echter Überzeugung heraus handelt und den regionalen Mehrwert täglich spürbar macht.

Gleichzeitig hat sich unser Vorstand erneuert. Mehrere neue Gesichter haben Einzug gehalten und bringen frische Perspektiven, Energie und Ideen mit. Diese Mischung aus Erfahrung und Aufbruch empfinde ich als

grosse Stärke – und als gutes Fundament für die kommenden Jahre. Ich bin überzeugt, dass uns diese Dynamik helfen wird, auf die Veränderungen im Umfeld flexibel und mit klarer Haltung zu reagieren.

Der vorliegende Jahresbericht gibt einen Einblick in das, was wir gemeinsam geleistet haben – in einem Jahr, das von Aufbruch, Kontinuität und vielen wertvollen Begegnungen geprägt war. Er zeigt, wie breit unser Engagement aufgestellt ist und wie viele Akteurinnen und Akteure tagtäglich dazu beitragen, dass graubündenVIVA lebt und wächst. Ich lade Sie ein, diese Seiten mit Interesse zu lesen – und sich vielleicht selbst darin wiederzufinden.

Ich freue mich auf die Aufgabe – und auf den Weg, den wir gemeinsam gehen.

Mein herzlicher Dank gilt dem Vorstand, der Geschäftsstelle, unseren Partnern und Mitgliedern sowie dem Kanton Graubünden – für das Vertrauen und die konstruktive Zusammenarbeit. Gemeinsam gehen wir diesen Weg konsequent weiter.

**Curdin Capeder**  
Präsident



# Bericht Geschäftsführerin

Mit Freude blicke ich auf ein intensives und ereignisreiches Jahr 2025 zurück. Es war geprägt von wichtigen Weichenstellungen, engagierter Zusammenarbeit und zahlreichen wertvollen Begegnungen, die unser Netzwerk weiter gestärkt haben.

Das Jahr 2025 war insbesondere in der zweiten Jahreshälfte geprägt von Vorbereitungsarbeiten. Dazu zählten unter anderem das Projekt «Bündner Wochen» anlässlich des Sechseläutens sowie die umfassende Planung für die Berichterstattungen zu Händen des Kantons für unser Programm. Ebenso haben wir intensiv an der Konzeption und Organisation des ersten Bündner Käseforums gearbeitet, welches eine wichtige und nachhaltige Plattform für Austausch und Positionierung bieten wird.

Neben diesen teils strategisch geprägten Themen darf ich auf zahlreiche bereichernde Kontakte und neu lancierte Projekte zurückblicken. Besonders hervorheben möchte ich die Schaf- und Geisswochen in Zusammenarbeit mit den Bündner Pärken eine partnerschaftliche Initiative, die eindrücklich gezeigt hat, wie viel Potenzial in gemeinschaftlichen Projekten steckt. Solche Zusammenarbeiten schätze ich sehr. Sie sind wegweisend für eine Wirkung sowohl nach Innen als auch nach Aussen.

Ein weiterer Höhepunkt war der Anlass mit Bio Grischun und Bio Cuisine zum Thema nachhaltige Gastronomie. Dieser Netzwerkanlass war nicht nur fachlich spannend, sondern auch kulinarisch inspirierend: Das Restaurant Terroir aus Lenzerheide zeigte gemeinsam mit der Familie Hassler aus Zortzen auf eindrückliche Weise, wie vielseitig und überraschend Gerichte mit Schaf- und Geissprodukten sein können.

Auch die agrischa in Chur bleibt für mich in besonderer Erinnerung. Als Churerin war es für mich ein persönliches Highlight, diesen Anlass in meiner Heimatstadt miterleben zu dürfen. Seitens graubündenVIVA hatten wir tolle Begegnungen mit der Bevölkerung an unserem Stand mit der Käse-Blind-Degustation.

Im 2025 haben wir auch Neues ausprobiert. So bespielten wir einen Programmpunkt am «Langen Samstag» in der Churer Klibühni. Mit einer humorvollen inszenierten Kochshow konnten wir das Thema der Bündner Kulinarik einem kulturrainen Publikum präsentieren und brachten den einen oder anderen zum Schmunzeln

Die Zusammenarbeit mit unseren Partnern ist und bleibt ein zentraler Erfolgsfaktor. Besonders erwähnen möchte ich an dieser Stelle die wertvolle Kooperation mit dem Plantahof sowie die zunehmende Zusammenarbeit mit alpinavera. Nicht zuletzt konnten wir durch die neuen Präsidien bei graubündenVIVA und alpinavera unsere Verbindungen weiter stärken und gemeinsam wichtige Impulse für die Zukunft setzen.

Das Netzwerk von graubündenVIVA ist breit, vielfältig und lebendig. Es wäre kaum möglich, alle Partner:innen einzeln zu erwähnen dennoch gilt euch allen mein aufrichtiger Dank. Jede Begegnung, jedes Engagement und jede Zusammenarbeit tragen dazu bei, Graubünden als Hochburg des alpinen Genusssortes weiter zu stärken.

Mein besonderer Dank gilt unserem Auftraggeber, dem Kanton Graubünden, dem Vorstand für das Vertrauen und die Unterstützung sowie meinem engagierten Team für seinen unermüdlichen Einsatz.

Das vergangene Jahr hat einmal mehr gezeigt, wie viel wir gemeinsam erreichen können. Mit Zuversicht und Freude blicke ich auf die kommenden Aufgaben und darauf, unsere Projekte weiter voranzutreiben und das Netzwerk nachhaltig zu stärken.

**Leonie Liesch**  
Geschäftsführerin



Anlass	Details
1 Food Zürich	mehrere Produzent:innen präsentierten sich an der Food Zürich wie Genusshütte, Kochevents, Slow Food Market sowie an der Tavolata
2 Graubünden kocht	über 20 Produkte/Produzent:innen wurden in der Kampagne in Zusammenarbeit mit somedia integriert (Magazin, Zeitungsbeiträge, Radiobeiträge, Social Media, Portraits, Rezeptvideos)
3 Genuss Rally	im Rahmen von Graubünden kocht fand die erste «Genuss Rally» statt, wo einem breiten Publikum im Medienhaus die Bündner Kulinarik näher gebracht wurde
4 Ostereiersuch-Wettbewerb	Besucher:innen von 7 auserwählten Hofläden durften das «graubündenVIVA Osterei» suchen und einen Frühlingskorb gewinnen
5 Adventskalender	In der Adventszeit konnten 24 Preise von unseren Vereinsmitgliedern aus verschiedenen Regionen gewonnen werden
6 Besuche bei Produzent:innen	Team graubündenVIVA hat 13 Produzent:innen besucht, Stärkung Netzwerk
7 Standauftritt an agrischa	Präsenz an der agrischa in Zusammenarbeit mit Bündner Bauernverband (SchuB), Verein Agrotourismus Graubünden, Bündner Bäuerinnen und Landfrauenverband
8 Geschenkkörbe	24 Geschenkkörbe aus 8 Regionen wurden beworben als Vor-Adventskampagne (Körbe sind das ganze Jahr online bestellbar)
9 Markt: Genussmarkt – Fall in Love	Event-Support: Markt zählte über 4000 Besucher
10 Markt: Passmärkte alpinavera	Kommunikationssupport für die Passmärkte
11 Alpspektakel	Event-Support: Der Anlass zählt ca. 6000 Besucher
12 Netzwerkanlass «graubündenVIVA im Fokus»	Geschichten und Tradition bei «VALPOSCHIAVO GOURMET FOOD» und «Botschaft Safiental»
13 Netzwerkanlass «graubündenVIVA im Fokus»	Referat und Expertenrunde zum Thema «Food Waste»
14 Netzwerkanlass «graubündenVIVA im Fokus»	Besuch und Degustation bei Christoffel Rötali
15 Netzwerkanlass «graubündenVIVA im Fokus»	alles rund ums traditionelle Brotbacken – Geschichten und Backen in einem alten Backhaus inklusive
16 Pop-Up-Stand Churer Wochenmarkt	Mitglieder von graubündenVIVA haben im zwei-Wochen-Rhythmus ihre Produkte präsentiert und verkauft
17 Pop-Up-Stand higa	Mitglieder von graubündenVIVA haben an einem Marktstand ihre Produkte präsentiert und verkauft
18 4. Genuss-Palaver	Netzwerkanlass für Gastronomen und Produzenten
19 5. Genuss-Palaver	Netzwerkanlass für Gastronomen und Produzenten
20 Regional Einkaufen	Portrait Argo Laden (Video)
21 Regional Einkaufen	Portrait Lateria Sent (Video)
22 Regional Einkaufen	Portrait Viamalamarkt (Video)
23 Kulinarische Schätze	Mit dem Projekt «Kulinarische Schätze» macht graubündenVIVA die Vielfalt regionaler Spezialitäten aus Graubünden sichtbar
24 Blogartikel	Bündner Weimmomente – Genuss zwischen Reben und Herbstlaub.
25 Blogartikel	fruttipertutti®: Wenn Gastfreundschaft Früchte trägt.
26 Blogartikel	Ein Morgen auf den Bündner Wochenmärkten – Eintauchen in eine Welt voller Geschichten.
27 Blogartikel	Der Apfel fällt nicht weit vom Stamm – und weshalb Zeit zur Rezeptur der Produkte der Familie Sialm gehört.
28 Blogartikel	Ich produziere kein Fleisch, ich begleite meine Tiere – Jürg Adank denkt anders und kultiviert Ungewöhnliches.
29 Cumpass Culinaric Grischun	Lancierung «Cumpass Culinaric Grischun», Übersicht über Produzent:innen <a href="http://www.graubuendenviva.ch/cumpass">www.graubuendenviva.ch/cumpass</a>
30 Leitfaden «Regionalität und Nachhaltigkeit in der Eventverpflegung»	mit Tipps, Wissenshäppchen, Selfcheck, Saisonkalender
31 Klimagipfel	OK und Mitgestaltung Rahmenprogramm sowie eigener graubündenVIVA-Stand mit Verlosung
32 Langer Samstag	Kulinarik trifft Theater in der Klibühni: eine inszenierte Kochshow
33 Weihnachtsmarkt Zürich	als Pilotstand: Mitglieder von graubündenVIVA waren am Weihnachtsmarkt im HB in Zürich
34 Schafe und Geissen	Während einer ganzen Woche stand das Thema «Schafe und Geissen» im Mittelpunkt in den Bündner Pärken
35 Weinfest Jenins	Partnerschaftliche Unterstützung
36 higa Kulinarik-Tag	am higa Kulinarik-Tag präsentierten Produzent:innen ihre Geschichten (inkl. Degustationen, TV Live-Interview und Show)
37 nachhaltige bio Gastronomie	Netzwerkanlass für Gastronom:innen und Produzent:innen mit Bio-Fokus
38 Kulinarischer Reiseführer	Kulinarik-Tipps (Genussstationen, Produzent:innen, Produkte, Rezepte, Einkaufstipps) plus neu Käsbblatt
39 Etiketten Workshop	Etiketten die Wirken: für Mitglieder von graubündenVIVA fand ein exklusiver Etiketten Workshop statt auf Basis Neuromarketing
40 Wimmelbuch	Im Wimmelbuch von Fair Trail wurden sanft nachhaltige Gerichte integriert
41 Kampagne mit alpinavera (regio.garantie)	Support nationale Kampagne «regio.garantie» um Bekanntheit zu stärken
42 Stelle Alpine	Partnerschaftliche Unterstützung Stelle Alpine: Geschmäcker mit Spitzenköchen und lokalen Produzent:innen zu entdecken



National

**41** «regio.garantie» Kampagne

Diverse Standorte

**20** Regional Einkaufen

Zürich

**1** Food Zürich, Zürich (ZH)

**33** Weihnachtsmarkt

Ganzer Kanton

**2** Graubünden kocht

**5** Adventskalender

**10** alpinavera Passmärkte

**23** Kulinarische Schätze

**29** Cumpass Culinaric Grischun

**30** Leitfaden Eventverpflegung

**34** Schaf- und Geisswoche (Park)

**38** Kulinarischer Reiseführer

**40** Wimmelbuch



# Kommunikation und Sensibilisierung

Im Jahr 2025 setzte graubündenVIVA gezielt auf wirkungsvolle Marketing- und Kommunikationsstrategien, um die kulinarische Identität Graubündens weiter zu schärfen nach Innen und Aussen.

## Schaf- und Geisswoche in den Bündner Pärken

Im Rahmen der Themenwoche «Schaf und Geiss – das kulinarische Comeback» setzte graubündenVIVA gemeinsam mit den Bündner Pärken ein starkes Zeichen für die Wiederentdeckung alpiner Spezialitäten. An sechs Standorten im ganzen Kanton wurden ausgewählte 3-Gang-Menüs rund um Schaf und Geiss angeboten und mit kurzen Tischimpulsen aus Landwirtschaft, Küche und Parkmanagement ergänzt.

Die Veranstaltungsreihe stiess auf grosses Interesse: Viele Anlässe waren sehr gut besucht oder ausgebucht. Besonders positiv aufgenommen wurde die Verbindung von kulinarischem Genuss mit Wissensvermittlung, wodurch die Bedeutung von Schaf- und Ziegenhaltung für Landschaftspflege, Biodiversität und regionale Wertschöpfung erlebbar gemacht werden konnte. Mit der Aktionswoche gelang es, vergessene Produkte ins Zentrum zu rücken und die Wertschätzung für regionale Spezialitäten nachhaltig zu stärken. Gleichzeitig zeigte sich deutlich das Potenzial, Schaf- und Geissprodukte künftig stärker in der Gastronomie zu verankern. Aufgrund des Erfolgs wird es eine Fortsetzung im Jahr 2026 geben.

10



## Kulinarische Schätze: Bündner Genusskultur sichtbar machen



Auch 2025 bildeten die «Kulinarischen Schätze» ein zentrales Element in der Vermittlung der regionalen Genusskultur. Ziel des Projekts ist es, die Vielfalt und Einzigartigkeit der Bündner Kulinarik erlebbar zu machen und das Verständnis für deren Herkunft, Geschichte und Identität zu vertiefen. Denn je besser diese Zusammenhänge bekannt sind, desto stärker wird der Wert der heutigen Bündner Küche wahrgenommen.

Im Berichtsjahr wurden folgende Schätze recherchiert, aufbereitet und kommuniziert: Engadiner Torte, Bündnerfleisch, Bütschella, Bündner Nusstorte, Mortadella di Poschiavo, Mascarpin, Conteser Kirsche, Iva-Schnaps, Blauburgunder, Alp- und Bergkäse sowie Birnbrot.

Die «Kulinarischen Schätze» werden auf [graubueendenviva.ch/schaetze](http://graubueendenviva.ch/schaetze) in kompakter Form als Blogbeiträge präsentiert. Ergänzend stehen vertiefende Factsheets zum Download bereit, die fundierte Einblicke in Herkunft, Tradition und Verarbeitung bieten. Die Inhalte wurden zudem über verschiedene Kanäle verbreitet, um eine breite Öffentlichkeit zu erreichen. Die anhaltend positive Resonanz bestätigt den hohen Mehrwert des Projekts und trägt dazu bei, die Wertschätzung für regionale Produkte weiter zu stärken.

## Kampagne «Graubünden kocht»

Die Kampagne «Graubünden kocht» im Herbst 2025 setzte gezielt Impulse zur Stärkung der regionalen Kulinarik und zur Steigerung der Sichtbarkeit entsprechender Angebote. Über einen breiten Medienmix – darunter Print, TV, Radio, Social Media und Newsletter – wurden Rezepte, Produkte sowie Partner wirkungsvoll inszeniert. Klassische Werbemassnahmen wie Printanzeigen, TV- und Radiospots sowie gezielte Social-Media-Aktivierungen führten die Zielgruppe auf die Plattformen [suedostschweiz.ch/kochen](https://www.suedostschweiz.ch/kochen) und [graubuendenviva.ch](https://www.graubuendenviva.ch).

Ergänzt wurde die Kampagne durch die neu lancierte «GenussRally» sowie das Magazin «Graubünden kocht», die zusätzliche Erlebnisse und vertiefende Inhalte boten. Die kampagneneigenen Reichweiten der Kanäle entwickelten sich sehr positiv: 8 von 10 Bündner:innen, Wachstum auf YouTube (+246% Aufrufe) und hoher Social-Media-Reichweite (99'210 Personen). Auch die Kampagnen-Website legte deutlich zu (+133% Seitenaufrufe). Die Zusammenarbeit mit der somedia wurde zudem im Berichtsjahr noch mit dem Kulinarik-Tag an der higa ergänzt, wo ausgewählte Produzenten ihre Geschichten präsentieren und Besucher:innen für ihre Produkte begeistern konnten.

## Social Media: Community-Wachstum und Engagement

Die Präsenz auf Social Media wurde 2025 weiter ausgebaut:

### Facebook

Die Anzahl der Fans stieg von **4'250 auf 4'440** (+4,5%). Insgesamt wurden **3'161'013** Impressionen (+61,4%) und **5'295** Interaktionen (+34,9%) verzeichnet.

### Instagram

Die Followerzahl wuchs von **3'992 auf 5'010** (+25.5%). Mit **1'895'901** Impressionen (+140.3%) und **7'294** Interaktionen (+24.6%) wurde eine starke Bindung zur Community erreicht.

### LinkedIn

Die Followerzahl erhöhte sich von **188 auf 363** (+93%). Zudem wurden **7'295** Impressionen und ein Engagement-Wachstum von +10,1% erzielt.

## Enavant: Bündner Schätze in Szene gesetzt

Im Rahmen der kantonalen Enavant-Kommunikation beteiligte sich graubündenVIVA 2025 mit einer eigenen Aktivierung und setzte dabei gezielt auf Bewegtbildformate zur Stärkung der Markenpräsenz. Unter dem Leitgedanken «Aus Liebe zu regionalen Schätzen» wurden ausgewählte Bündner Produkte – darunter Salsiz, Maluns und Röteli – in kurzen, authentischen Videobeiträgen inszeniert.

Die Kampagne verknüpfte emotionale Bildwelten mit inhaltlicher Vermittlung und zahlte so gezielt auf die Positionierung der Bündner Kulinarik innerhalb der Dachmarke ein. Gleichzeitig konnte die Sichtbarkeit regionaler Spezialitäten über die Enavant-Plattform wirkungsvoll gesteigert werden.



11

## Kulinarischer Reiseführer: Genusswelten rund um den Käse

2025 erschien bereits zum dritten Mal der kulinarische Reiseführer von graubündenVIVA. Der Fokus lag auf dem Themenschwerpunkt Käse. Der Guide lädt dazu ein, Graubünden auf genussvolle Weise zu entdecken, sei es zu Fuss oder mit dem E-Bike und führt gezielt zu ausgewählten Genussstationen wie Käsereien, Alpen, Restaurants und Hofläden. Ergänzt durch Rezepte, Degustationstipps sowie Porträts von Produzent:innen und Orten vermittelt der Reiseführer fundiertes Wissen und macht die Bündner Käsekultur erlebbar.

Mit dieser dritten Ausgabe, welche wiederum mit Transhelvetica umgesetzt wurde, konnte das erfolgreiche Format weitergeführt und ein weiterer Beitrag zur Sichtbarmachung regionaler Produkte und Wertschöpfungsketten geleistet werden. Die Auflage lag bei 30'000 Exemplaren. Hinzu kam, dass die Sortenorganisation Bündner Bergkäse den Reiseführer bei ihren Coop Degustationstagen verteilte.



## Webseite: Plattform für Genuss und Information

Die Website [graubuendenviva.ch](http://graubuendenviva.ch) verzeichnete insgesamt **703'764 Seitenaufrufe**.  
Besonders erfolgreich waren:

- 1. Die Adventskalender-Seite mit 376'688 Aufrufen**  
die erneut als klarer Traffic-Treiber und zentrales Element der Website überzeugte.  
(53 % des gesamten Traffics)
- 2. Die Seite «Kulinarische Schätze» mit 21'528 Aufrufen**  
die deutlich an Bedeutung gewonnen hat.
- 3. Die Startseite mit 20'452 Aufrufen**  
die als wichtiger Einstiegspunkt diente.
- 4. Die Veranstaltungsseite mit 13'356 Aufrufen**  
die Besucher:innen einen Überblick über kulinarische und regionale Events bot.
- 5. Die Rezept-Seite mit 9'557 Aufrufen**  
die weiterhin inspirierende Inhalte lieferte.
- 6. Einzelne Rezepte wie «Chäsgetschäder» mit 8'751 Aufrufen**  
die besonders stark nachgefragt wurden.
- 7. Die Seite «Hofläden entdecken» mit 7'247 Aufrufen,**  
die Orientierung für regionale Einkaufsmöglichkeiten bot.
- 8. Die Seite «1. August Brunch Anbieter:innen» mit 7'029 Aufrufen**  
die saisonal stark performte.

12

### Besondere Erkenntnisse aus dem Nutzerverhalten:

**Die Durchschnittliche Interaktionsdauer lag bei 1 Minute und 8 Sekunden**, was auf eine hohe Relevanz der Inhalte hinweist.

#### Traffic-Quellen

**38 %** der Seitenaufrufe stammten aus organischen Suchanfragen, was die starke Auffindbarkeit der Inhalte in Suchmaschinen unterstreicht. **18 %** wurden direkt aufgerufen, während **7 %** über Social-Media-Kanäle und **9 %** über den Newsletter kamen.

#### Gerätenutzung

**62 %** der Zugriffe erfolgten über Mobilgeräte, gefolgt von **35 %** über Desktops und **3 %** über Tablets. Dies zeigt die zunehmende Bedeutung mobiler Optimierung.

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

#### Herkunft

<b>Schweiz</b>	71'153 aktive Nutzer:innen
<b>Deutschland</b>	4'512 aktive Nutzer:innen
<b>Österreich</b>	1'049 aktive Nutzer:innen
<b>Italien</b>	437 aktive Nutzer:innen
<b>Niederlande</b>	372 aktive Nutzer:innen

#### Geschlecht

**66,1 %** weiblich, **33,9 %** männlich.

#### Altersgruppen

Die meisten Nutzer:innen gehören der Altersgruppe **55–64 Jahre** an, gefolgt von den Gruppen **65+ Jahre** und **45–54 Jahre**.

# Partnerschaften und Vernetzung

Eines der fünf zentralen Handlungsfelder des Vereins graubündenVIVA ist «Enabling und Vernetzung». In diesem Bereich fördert der Verein gezielt die Zusammenarbeit zwischen Produzent:innen, Veredler:innen, Gastro und Hotellerie.

Als bedeutender Akteur in der Regionalentwicklung stärkt graubündenVIVA mit seinem Netzwerk und Fachwissen die regionale Wertschöpfung und unterstützt vielfältige Initiativen oder lanciert eigene für eine nachhaltige kulinarische Entwicklung.

Neben der Umsetzung von Kommunikations- und Marketingmassnahmen engagierte sich graubündenVIVA 2025 gezielt in der Entwicklung und Stärkung der Bündner Kulinarik auf struktureller Ebene. Im Fokus standen dabei der Wissenstransfer, die Vernetzung relevanter Akteur:innen sowie die Bereitstellung praxisnaher Instrumente für Branche und Veranstalter. Die folgenden Initiativen zeigen exemplarisch, wie graubündenVIVA zur Weiterentwicklung nachhaltiger Wertschöpfungsketten und zur Sichtbarkeit regionaler Produkte beiträgt.

13

## Genuss-Palaver: Austausch und Inspiration

Auch 2025 wurde das Format «Genuss-Palaver» erfolgreich weitergeführt. Mit zwei Ausgaben in Bergün und Fürstenua fand der Anlass bereits zum vierten und fünften Mal in Zusammenarbeit mit GastroGraubünden statt. Ziel des Formats ist es, Akteur:innen aus Gastronomie, Landwirtschaft, Tourismus und Verarbeitung zusammenzubringen und den persönlichen Austausch zu fördern. In einem informellen Rahmen wurden aktuelle Themen der Bündner Kulinarik diskutiert, Erfahrungen geteilt und neue Impulse gesetzt. Die Veranstaltungen stiessen erneut auf grosses Interesse und bestätigten den Bedarf an niederschweligen Vernetzungsformaten innerhalb der Branche.

[graubuendenviva.ch/genuss-palaver](http://graubuendenviva.ch/genuss-palaver)





## Auftaktveranstaltung nachhaltige Gastronomie

Mit der ersten Veranstaltung zum Thema nachhaltige Gastronomie wurde ein ergänzendes Format geschaffen. Der Anlass bot praxisnahe Einblicke in bestehende Ansätze und zeigte anhand konkreter Beispiele mit Schaf- und Geissprodukten auf, wie Nachhaltigkeit in der Gastronomie umgesetzt werden kann. Fachinputs, Erfahrungsberichte und der Austausch unter den Teilnehmenden standen dabei im Zentrum. Die positive Resonanz aus der Branche unterstreicht die Relevanz des Themas und das Bedürfnis nach Orientierung und Austausch. Eine Weiterführung des Formats ist für 2026 vorgesehen.

## Leitfaden für regionale und nachhaltige Eventverpflegung

Ein wichtiger Meilenstein im Berichtsjahr war die Erarbeitung des Leitfadens für regionale und nachhaltige Eventverpflegung. Dieser entstand in enger Zusammenarbeit mit verschiedenen Partnern, darunter die Fachhochschule Graubünden sowie Veranstalter und Branchenvertretungen. Ziel ist es, Veranstalter:innen konkrete und praxisnahe Unterstützung bei der Planung und Umsetzung nachhaltiger Verpflegungskonzepte zu bieten, von der Produktauswahl über Logistik bis hin zur Kommunikation. Ergänzend wurde ein digitaler Event-Selfcheck lanciert, der eine einfache Standortbestimmung ermöglicht. Damit steht ein umfassendes Instrument zur Verfügung, das die nachhaltige Ausrichtung von Veranstaltungen gezielt fördert.

14

[graubuendenviva.ch/vonhier](http://graubuendenviva.ch/vonhier)



## Cumpass Culinàric Grischun: Orientierung für die Branche

Mit dem «Cumpass Culinàric Grischun» wurde ein neues, zentrales Arbeitsinstrument geschaffen, das einen umfassenden Überblick über die Bündner Produzentenlandschaft bietet. Über 400 Produzent:innen sind erfasst und übersichtlich nach Regionen sowie in mehr als 30 Produktkategorien gegliedert. Zusätzlich liefert der Cumpass Informationen zu Qualitätsmerkmalen, was die gezielte Suche nach regionalen und nachhaltig produzierten Lebensmitteln deutlich erleichtert. Das Tool richtet sich insbesondere an Gastronomie, Handel und Veranstalter und leistet einen wichtigen Beitrag zur Stärkung regionaler Wertschöpfungsketten.

[graubuendenviva.ch/cumpass](http://graubuendenviva.ch/cumpass)



# Netzwerkanlässe

Im vergangenen Jahr standen die Netzwerkanlässe «**graubündenVIVA – im Fokus**» wiederum ganz im Zeichen der Bündner Kulinarik. Die exklusiven Veranstaltungen ermöglichten Mitgliedern und Interessierten, regionale Spezialitäten zu entdecken, zu verkosten und spannende Einblicke in deren Herstellung zu erhalten. Darüber hinaus boten sie eine wertvolle Gelegenheit zum Austausch und zur Vernetzung innerhalb einer Gemeinschaft, die Regionalität und Kulinarik aktiv lebt und fördert.

[graubuendenviva.ch/imfokus](http://graubuendenviva.ch/imfokus)

## Januar, Chur

**Safiental & Valposchiavo: Wo Genuss auf Tradition trifft.**

Ein stimmungsvoller Abend in der Churer Altstadt bot den Teilnehmenden am 29. Januar 2025 eine gelungene Kombination aus spannenden Hintergrund-Geschichten, regionalen Köstlichkeiten und gelebten Traditionen. Besondere Einblicke gewährte der Laden «VAL POSCHIAVO Gourmet Food» sowie die «Botschaft Safiental». Beide präsentierten die kulinarischen Besonderheiten ihrer Täler und zeigten eindrucksvoll das Zusammenspiel von Natur, Handwerk und Tradition.



## März, Chur

**Genuss ohne Verschwendung – Gemeinsam gegen Food Waste.**

Am 11. März 2025 fand in der Werkstatt Chur der Anlass «Gemeinsam gegen Food Waste» statt. Das Inputreferat von Erika Bauert, foodwaste, zeigte auf, wie der Wert unserer Lebensmittel bewahrt und Food Waste gezielt reduziert werden kann. In einer anschließenden Gesprächsrunde beleuchteten Branchenexpert:innen zentrale Aspekte wie das Mindesthaltbarkeitsdatum, der Lebensmitteldeklaration sowie die wichtige Rolle unserer Sinne bei der Beurteilung der Geniessbarkeit von Lebensmitteln.



## Juli, Davos

**Von der Kirsche ins Glas: Zu Besuch bei Christoffel Rötali.**

Am 15. Juli 2025 fand ein Besuch bei der Rötalimanufaktur Christoffel Rötali statt. Die Teilnehmenden erhielten spannende Einblicke in die Geschichte, Produktion und Abfüllung des Familienbetriebs Christoffel Rötali. Ein besonderes Highlight bildete die Möglichkeit, eine eigene Rötali-Flasche abzufüllen und verschiedene Sorten zu degustieren.



## August, Flims

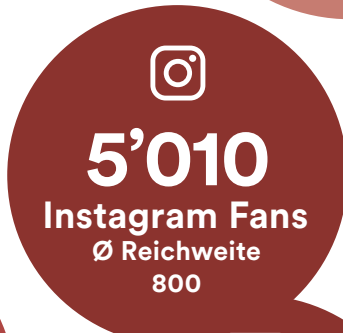
**Brotbacktradition erleben: Unterwegs zu Bündner Backhäusern.**

Am 20. August 2025 fand der letzte Netzwerkanlass «graubündenVIVA im Fokus» des Jahres statt. Im Mittelpunkt standen das traditionelle Brotbacken in historischen Brotbackhäusern. Das Highlight war, dass ihr eigenes Sauerteigbrot formen durften. Während des Backprozesses teilte Dr. Gian Bundi sein historisches Fachwissen, womit er das Handwerk und die Traditionen lebendig werden liess. Ein lehrreicher und genussvoller Nachmittag, der Geschichte, Handwerk und Geschmack erlebbar machte.



# Facts & Figures

per 31.12.2025



# Jahresrechnung

## Erfolgsrechnung 2025

	01.01. – 31.12.2025		01.01. – 31.12.2024	
	CHF	%	CHF	%
<b>Betriebsertrag</b>	<b>1'077'047.37</b>	<b>100.00</b>	<b>1'056'682.85</b>	<b>100.00</b>
Mitgliederbeiträge	63'825.00		43'600.00	
Leistungen Kanton Graubünden	990'000.00		990'000.00	
Einnahmen Partner	25'222.37		23'082.85	
Verluste aus Forderungen	-2'000.00		0.00	
<b>Betriebsertrag</b>	<b>1'077'047.37</b>	<b>100.00</b>	<b>1'056'682.85</b>	<b>100.00</b>
<b>Projektaufwand/ Drittleistungen</b>	<b>-37'889.10</b>	<b>-3.52</b>	<b>-88'384.75</b>	<b>-15.90</b>
<b>Personalaufwand</b>	<b>-358'625.66</b>	<b>-33.30</b>	<b>-382'628.04</b>	<b>-32.64</b>
<b>Betriebsaufwand</b>	<b>-641'443.51</b>	<b>-59.56</b>	<b>-574'753.17</b>	<b>-46.19</b>
Raumaufwand	-27'070.40		-24'398.75	
Unterhalt/Ersatz mobile Sachanlagen	-17'074.80		-3'796.85	
Versicherungen/Gebühren	-427.85		-426.70	
Verwaltungs-/IT-Aufwand	-99'890.40		-113'852.87	
Kommunikations-, Netzwerk- und Sensibilisierungsaufwand	-496'980.06		-432'278.00	
<b>Betriebsergebnis vor Abschreibungen, Zinsen und Steuern (EBDIT)</b>	<b>39'089.10</b>	<b>3.63</b>	<b>10'916.89</b>	<b>1.03</b>
Finanzerfolg	-97.40	-0.01	-43.20	0.00
Ausserordentlicher Erfolg	-156.20	0.00	-11'461.80	0.00
<b>Betriebsergebnis vor Steuern (EBT)</b>	<b>39'147.90</b>	<b>3.63</b>	<b>-588.11</b>	<b>-0.06</b>
Steuern	-6'500.00	-0.60	-700.00	-0.07
<b>Jahresgewinn-/verlust</b>	<b>32'647.90</b>	<b>3.03</b>	<b>-1'288.11</b>	<b>-0.12</b>

# Jahresrechnung

## Bilanz per 31. Dezember

Aktiv	2025		2024	
	CHF	%	CHF	%
<b>Umlaufvermögen</b>	<b>360'313.87</b>	<b>100.00</b>	<b>469'129.65</b>	<b>100.00</b>
Flüssige Mittel	351'671.87		464'126.90	
Forderungen aus Mitgliederbeiträge	1'000.00		2'924.50	
Forderungen aus Sozialversicherungen	2'188.40		364.45	
Aktive Rechnungsabgrenzungen	5'453.60		1'713.80	
<b>Anlagevermögen</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>1.00</b>	<b>0.00</b>
<b>Finanzanlagen</b>	<b>0.00</b>		<b>1.00</b>	
Beteiligung graubünden-VIVA AG	0.00		100'000.00	
WB Beteiligung graubünden-VIVA AG	0.00		-99'999.00	
<b>Total Aktiven</b>	<b>360'313.87</b>	<b>100.00</b>	<b>469'130.65</b>	<b>100.00</b>

Passiven	2025		2024	
	CHF	%	CHF	%
<b>Fremdkapital</b>	<b>192'360.30</b>	<b>53.39</b>	<b>333'824.98</b>	<b>71.16</b>
<b>Kurzfristiges Fremdkapital</b>	<b>192'360.30</b>	<b>53.39</b>	<b>333'824.98</b>	<b>71.16</b>
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	98'068.10		224'947.80	
Verbindlichkeiten aus Sozialversicherungen	492.20		20'364.20	
Passive Rechnungsabgrenzungen	33'800.00		28'512.98	
Kurzfristige Rückstellungen	60'000.00		60'000.00	
<b>Eigenkapital</b>	<b>167'953.57</b>	<b>46.61</b>	<b>135'305.67</b>	<b>28.84</b>
Vereinskapital	135'305.67		136'593.78	
Jahresgewinn	32'647.90		-1'288.11	
<b>Total Passiven</b>	<b>360'313.87</b>	<b>100.00</b>	<b>469'130.65</b>	<b>100.00</b>

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.

Mobile Sachanlagen werden nicht aktiviert, sondern im Zeitpunkt der Anschaffung vollständig erfolgswirksam erfasst; eine Aktivierung und planmässige Abschreibung über die wirtschaftliche Nutzungsdauer unterbleibt.

Hinsichtlich der Beteiligung an der graubündenVIVA AG ist festzuhalten, dass die Gesellschaft im Jahr 2025 liquidiert wurde. Die Löschung im Handelsregister ist zwischenzeitlich erfolgt.

Unter den passiven Rechnungsabgrenzungen werden verschiedene periodengerecht zuzuordnende Aufwände abgegrenzt, insbesondere für Revision, Rechnungswesen und Lohnbuchhaltung, Kantons- und Bundessteuern sowie Entschädigungen und Spesen des Vereinsvorstands.

Die kurzfristigen Rückstellungen konnten infolge terminlicher Verschiebungen bei Projekten noch nicht aufgelöst werden. Die entsprechende Inanspruchnahme beziehungsweise Auflösung ist für das Geschäftsjahr 2026 vorgesehen.

Im Bereich der Mitgliedereinnahmen konnte ein erfreulicher Mehrertrag erzielt werden.

Der Personalaufwand umfasst neben den eigenen Personalkosten auch bezogene Leistungen Dritter. Dies steht im Zusammenhang mit dem Leistungsauftrag des Kantons an graubündenVIVA, wonach gemäss Rahmenkonzept ergänzend zu den internen personellen Ressourcen Leistungen von Partnerorganisationen, im 2025 insbesondere vom Plantahof, eingekauft werden.

Der Kommunikations- und Sensibilisierungsaufwand beinhaltet neben klassischen Marketingmassnahmen auch Aufwendungen für partnerschaftliche Auftritte, Beiträge an Partnerkampagnen, Sensibilisierungsmassnahmen, Projekt- und Konzeptionskosten sowie Kosten für Druckerzeugnisse.

# Revisionsbericht



Bericht der Revisionsstelle  
zur eingeschränkten Revision  
an die Mitgliederversammlung des  
Vereins graubündenVIVA  
7000 Chur

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) des Vereins graubündenVIVA, für das am **31. Dezember 2025** abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft. Die eingeschränkte Revision der Vorjahresangaben ist von einer anderen Revisionsstelle vorgenommen worden. In Ihrem Bericht vom 6. März 2025 hat diese eine nicht modifizierte Prüfungsaussage abgegeben.

Für die Jahresrechnung ist der Vorstand verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Befähigung 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 dem schweizerischen Gesetz und Statuten entsprechen.

**Mittner + Partner**  
  
Norbert Mittner  
Revisionsexperte  
Leitender Revisor

Chur, 16. April 2026

## Beilagen

- Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang)

Mitglied TREUHAND | SUISSE



Mitglied  
Membre  
Member



**Mittner & Partner**  
Brandisstrasse 8 | 7000 Chur  
Tel. 081 257 04 00  
www.mittner-partner.ch

UID CHE-112.027.035

# graubündenVIVA

Alexanderstrasse 2  
7000 Chur

+41 81 552 52 55  
[info@graubuendenviva.ch](mailto:info@graubuendenviva.ch)  
[graubuendenviva.ch](http://graubuendenviva.ch)