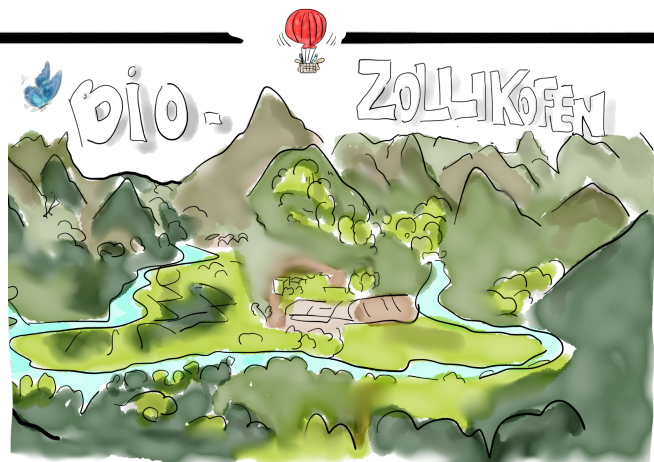




Hanna Strobel

### Warum Gemüse?



### Werkzeuge für gelungene Kommunikation

Stefano Mancuso  
Intelligenz der Pflanzen

### 2030 → gut für

Biomarkt  
1/2 Markt  
Kaufm  
Bio

### Absatzkanäle

↳ Bio untervertreten



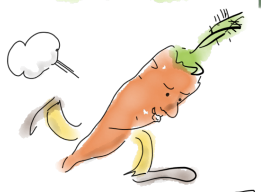
2030 → gut für

- o Kosum / AG
- o Klima CO2
- o Ernährung

### Trends

Professionalisierung  
u.a. größere ...  
Direktvermarktung  
u.a. Plattformen  
Gastro Genoss Selbstversorgung

David Schlop



### Trends verstehen

Natur verstehen

### Mirko Buri

Mix

frisch

### Anja Venzler

Stärken

- o in die
- o in die
- o in die

Einbau Gemüse  
Das nehme ich

- o Region
- o Geschmack
- o neu-alt

Wie? Rücke Tiere mit allen Fähigkeiten

Wie? Rücke Tiere mit allen Fähigkeiten



### Christine Baderbacher

Sensibilisierung

Förderung Bio-Konsum  
Förderung Bio-Produktion

### Nachhaltigkeit & Bio

↳ Obstanzen sind nicht nur tolle

↳ Bodenfruchtbarkeit → Hunger

↳ 800 Millionen

↳ Humusaufbau (2)

↳ Gesundheit (3)

↳ Arbeit (8)

↳ Kreisläufe (12)

↳ Klima (13)

↳ Landnutzung (15)

### Produktion

Detailhandel

Noris



### mit allen

Partner:innen

### Abfall als andere Gastro

kein ...  
Vernetzung

Wie? Wie? Wie? Wie?

Wie? Wie? Wie? Wie?

### Maria Kägi

Schöner Raum

### Regina & Jürg Moor

Mehrwert für ...

60 → 120  
Feedback, Richtig Administration ... Plattform



### Abfallvermeidung

↳ alle

### Wie gewinnen wir die Gastro?

an Produzenten kommt zu uns!

### Jürg Buri

Rüedi AG

### Logistik

Bio Partner Schweiz AG

### keine Zukäufe

Region  
Saison  
Mai - September

Post  
Schwierig Jungpflanzen  
↳ laut & vielfältig gemischt

### Stefan Stuchlik Sarah Eisler

Wir sind Aktivist:innen

### Events

- o zusammen schwuppen
- o Essen umsonst
- o Essen kochen

### Roger Liam Bester de Roos

Werbung schalten & Google ads!

Worum geht es  
8" Geduld  
33% Wissen nicht, was sie suchen

1000 min Netz  
2600 Berührungen

### Beispiel Whatsapp Status



### Foodwaste

anomale, unshöne Ware → Kund:in

- o Hoffladen
- o Tiefkühl
- o Hotspot
- o Grossküche
- o Networking

### Fazit Workshop

Marketing

- o Wert = Mensch
- o Konsument in Laden
- o Woher ...
- o Uns geht es um ...
- o Beziehung Mensch glücklich machen

### Wertschätzung

### Schnippel-disc

Disc  
SOUP

1% Traffic in Social Media

sind via Aufmerksamkeit verbunden

Google indexiert diese

TikTok Facebook LinkedIn

### Regional

- o und gibt, nach ...
- o wie schätzen ...

### Marketing

- o Social Med
- o ...
- o ...
- o ...