

Produktion und Vermarktung von Baumnüssen

Betrieb Elischwand

Entscheidung für Baumnüsse

Aufbau der Produktion

Aufbau der Verarbeitung und Vermarktung



Simon Küng-Wey

Betrieb Elischwand - Ruswil

2008 von Vater übernommen

Familienbetrieb – Carla / vier Kinder 4 – 11 Jahre

1 Mitarbeiter 100%

32 ha Nutzfläche – Hügelzone





Entscheid für den Hochstamm-Obstbau

Erweiterung gut möglich, da mechanisierbar

Dauerwiese weiterhin nutzbar





1971



Entscheid für den Hochstamm-Obstbau

Pflanzliche Produktion vs. Tier- Fleischproduktion



Entscheid für den Hochstamm-Obstbau

Gefragtes Ökoelement – Wird unterstützt



Entscheid für Baumnüsse

- ✓ Nussbäume sind standortgerecht
- ✓ Nüsse sind gesund und gefragt (Ernährung)
- ✓ Nussbaumholz hat einen Wert
- ✓ Relativ pflegeleicht (wenige bis gar keine PSM)
- ✓ Kaum Mäuseprobleme
- ✓ Mechanisierung teilweise mit Mostobst-Produktion kombinierbar



Entscheid für Baumnüsse

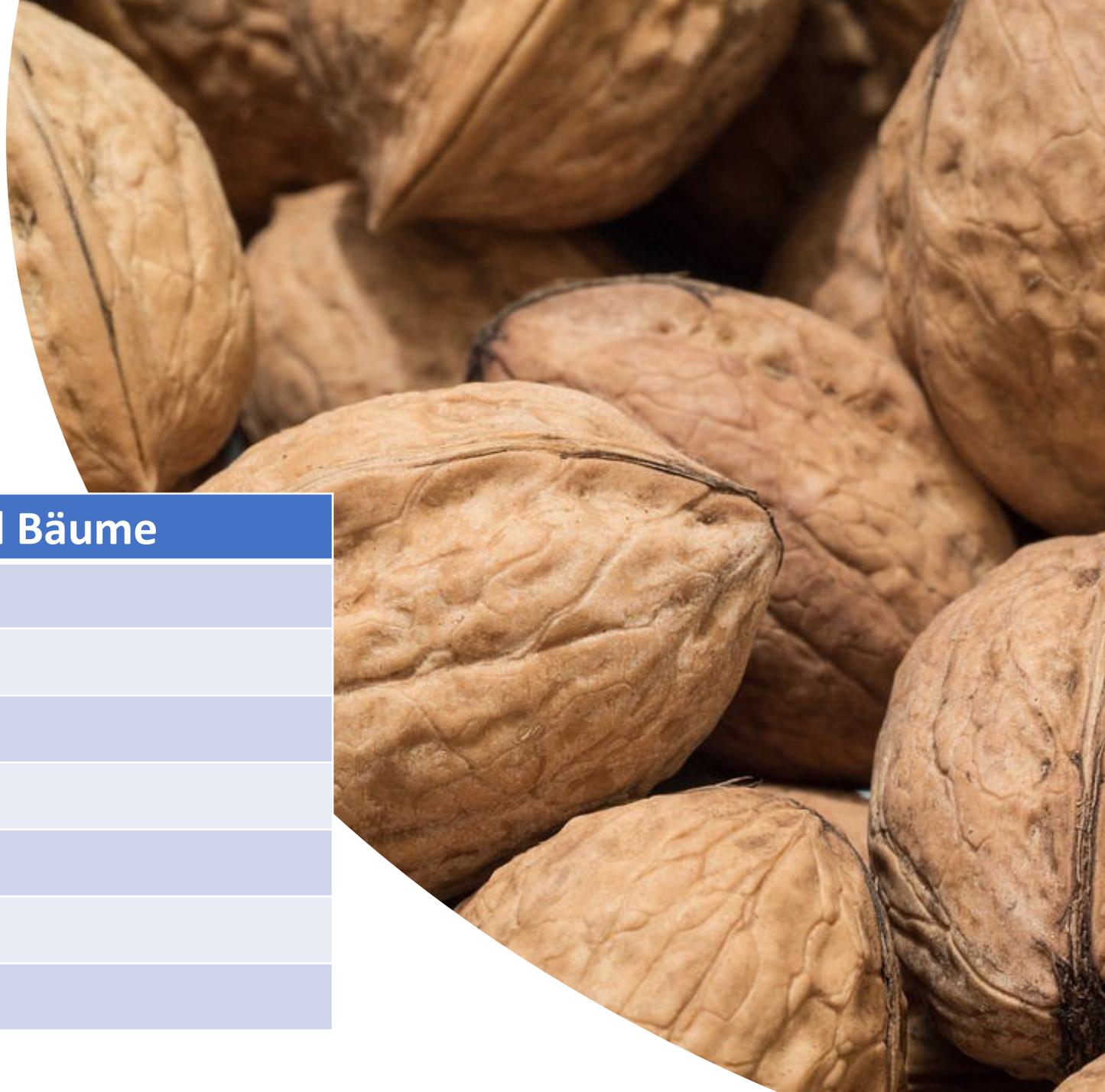
- hohe Ansprüche an Wärme, Licht, Wasserhaushalt und Boden, wenn regelmässig hoher Ertrag erwartet wird
- Grosse Temperaturschwankungen, insbesondere Spätfröste erträgt der Nussbaum schlecht.
- Es braucht Geduld



Aufbau der Produktion

Pflanzung (2010)

Nuss-Sorten	Anzahl Bäume
Apollo	15
Mars	75
Geissenheim 139	40
A 117	45
Plovdivski	15
Geissenheim 1239	5
Milotay	5







2010





2012









2016



2017



2018



2019

Schütteln



Auflesen



Waschen



Trocknen



Erweiterung der Produktion

Pflanzung (2020)

Nuss-Sorten	Anzahl Bäume
Lara	70
Ferouette	70
Ferbel	70













Aufbau Verarbeitung und Vermarktung

Exkursionen ins Nussanbaugesamt Grenoble (2008)



Machbarkeitsstudie (AlpinaVera/Plantahof)



Abnahmegespräche mit Bäckereien in Graubünden



Gründung Verein IG Wallnuss (2013)



PRE als Ziel – Erarbeitung der Grundlagen (ab 2014)

→ PRE= Projekt für regionale Entwicklung (Bund und Kantone)



Aufbau Verarbeitung und Vermarktung

Erarbeitung PRE



Gründung Genossenschaft (2018)



Aufbau Verarbeitungszentrum in Malans



Erste Nussernte verarbeiten und vermarkten (Herbst 2019)



Aufbau des Unternehmens und der Marke swissnuss



Unternehmensstrategie



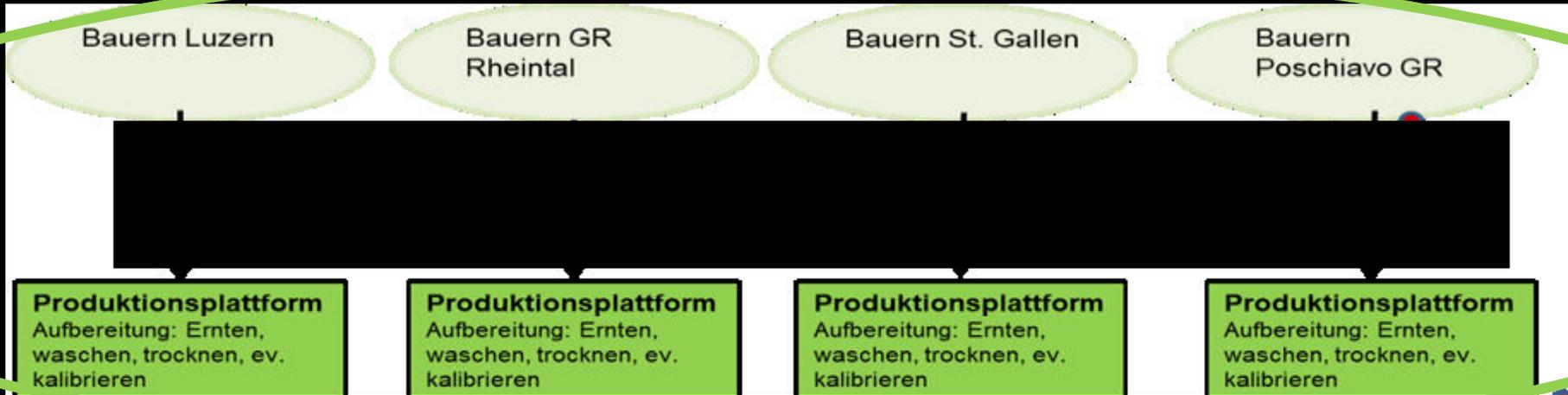
- gebündelte Verarbeitung und Vermarktung
- erstklassige Walnüsse und Walnussbruch effizient produzieren
- Nischenmärkte besetzen (zertifizierte Regional- und Bioprodukte im Backwarenbereich - oberes Preissegment)



Preis für gelieferte Nüsse

= Publizierte Richtpreise Obstverband





Knack- und Vertriebszentrum (Eigentümer: Genossenschaft)
Genossenschaft: Eigentümer mobile Bauten, Anbieten von DL gegenüber Genossenschaftern und nicht-Genossenschaftern, führen einer Geschäftsstelle und Abschluss Mietvertrag
Aufbereitung und Lagerung: Kalibrieren, Knacken, Verpacken, lagern
Vertrieb und Marketing: Kundenakquise, Kundenbetreuung, Verkaufsförderung
Administration Mengenplanung, Preisplanung, Finanzbuchhaltung und –planung
Genossenschaftsverwaltung Mitgliederversammlung, Vorstandssitzungen, Lobbyarbeit mit Vorstand, Reporting gegenüber Finanziers



Baute Knack- und Vertriebszentrum
 Johannes Janggen: Eigentümer und Bauherr immobile Baute
 Mietvertrag über Subventionsdauer an Genossenschaft mit Pro-Rata Ausstiegsklausel

Knacken & Sortieren



Verkauf von Nussbruch



Besten Dank für Ihre
Aufmerksamkeit

