

1. Was heisst die nachhaltige Nutzung von alten Sorten: Was sind die Möglichkeiten? Was sind die Schwierigkeiten?

Möglichkeiten - Chancen

Markt / Nischen

Nischenprodukte und Nischenmärkte

Konkurrenzfähigkeit

Premium Produkt

Positives Image von alten Sorten

Lokale Vermarktung (Restaurants, Wochenmärkte)

neue Eigenschaften - bestehender Markt -> Profilierung; neuer Markt "neues Bedürfnis"

Nutzung des Trends "Ökologie" im Marketing

Nischenfüller

Stark von der Kulturgruppe abhängig: bei Gemüse top aktuell bei guter PR

Mut zum Experimentieren; neue Verwendungen testen

Wissen / Geschichte

Wissen über Existenz und Verwendung von alten Sorten vermitteln

Wichtig ist die Geschichte dahinter

Alte Sorten: Chance für Nische mit einer Geschichte

Erhaltung des Kulturgutes -> Weitergabe des Wissen

Erhaltung

Erhaltung (ex-situ)

Ansatz

Soziales Umfeld / Idealismus

Konsumentenakzeptanz

Soziales Umfeld gestalten : -> Verständnis der Gesellschaft aktivieren "Patenschaften"

Interesse und/oder Emotionen wecken

Idealismus

Vielfalt - Diversität

Vielfalt im Vergleich zum Standardsortiment (zB Geschmackserlebnisse, visuell)

Alternative alimentaire aux consommateurs

Biodiversité dans les champs pas dans les labos

Contre la labouise de la diversité de l'offre

Inhaltsstoffe (Gesundheit)

Neuer alter Genuss

Schwierigkeiten - Herausforderungen

Markt - Produktion

Unbekannte Markteigenschaften
Kleine Mengen in Produktion und Absatz
Industrielle Verarbeitung
Konsumentenakzeptanz
Die Marktanforderungen erfüllen zu können
Schwierigkeit: nicht konkurrenzfähig gegenüber moderne Sorten zB Krankheitsanfällig wenig Ertrag, Verarbeitung
Mithalten mit neuen Sorten
Schritt von Basis-Erhaltung zur breiten Vermarktung fehlt - Saatgutvermehrung; - Selektion / Züchtung; Image als Nischenprodukt wird zu stark gepflegt
Probleme : - Wirtschaftlichkeit ; - Verfügbarkeit gesundes Pflanzenmaterial

Charakterisierung

eine Charakterisierung ist notwendig
Ist mehr Erhaltung immer besser? - aufwändige Charakterisierung (zB Obst) - zu viel Unwissen

Sensibilisierung

Fehlendes Know-How der Konsumenten
Konsument überzeugen
Hohe Abklärungsarbeit
Pourquoi les paysans ne sont pas au centre de toutes les réflexions

Züchtung - Anbau

Grundlage für Züchtung - Aroma, - Resistenzen
Anbausysteme (Ackerbau) weit weg von alten Sorten
Interessante Merkmale gekoppelt mit "Mängeln" (zB Probleme im Anbau, Lagerung)
Sicherstellen der realen pflanzlichen Grundlagen
Eingeschränkte Rationalisierungsmöglichkeiten
Geeignete Infrastruktur
Probleme : - Wirtschaftlichkeit ; - Verfügbarkeit gesundes Pflanzenmaterial

Resistenzen

Eingeschränkte Krankheitsresistenz

2. In wie weit ist eine weiterentwickelte Sorte noch eine alte Sorte? Wo liegen die Grenzen? Auf was muss geachtet werden?

Alte Sorte

OK ist eine Weiterentwicklung innerhalb der Population
eine alte Sorte bleibt eine alte Sorte wenn: Kreuzung innerhalb eine Population, - spontan Mutation

In Situ oder Prebreeding mit alten Sorten (um schneller zu brauchen)

Nach 20 Jahren ist sie alt

Wenn kein Sortenschutz mehr -> dann alte Sorte. Siehe auch Definition "alte Sorte"

Definition "alte Sorte" ist Kulturabhängig. Zielpublikumabhängig

Grenzen

Eine Kreuzung von neuen Sorten (nicht) OK

Sichtbare und Messbare Veränderungen = neue Sorten

Bleibt keine alte Sorte wenn: neues Genmaterial eingekreuzt wird -> gemäss UPOV

Sobald neue Eigenschaften eingekreuzt worden sind, ist es keine alte Sorte mehr

Eine weiterentwickelte Sorte ist keine alte Sorte. Sondern eine neue Züchtung mit Basis alte Sorte

Grenzen: - Inkompatibilität; - Gesetzeslage; - ethische Fragen

Eine neue "Sorte" per Definition ist nicht mehr "die Alte"

! Ancienne variété OGM

Merkmale

Nicht genau definierter Begriff

"alt" ist noch keine Qualitätsmerkmal

"alt" muss noch durchscheinen

Alte Sorte - mind. 50 Jahre. Sobald gekreuzt = neue Sorte

Balance zwischen strenger Erhaltung und Integration in die gegenwärtige Produktionspalette ist wichtig

Ziel: Sinn für Weiterführung der Sorte soll verständlich und überzeugend sein

zu hohe Erwartungen an alte Sorten

Glaubwürdigkeit muss gewährt bleiben

Bewusstsein: auch früher wurden Sorten weiter entwickelt und an die Bedürfnisse / Umwelt angepasst

50% alte Sorte: ist da eine Pro Specia Rara Sorte? -> Kommunikationsschwierig

Kommunikation -> Sortenkomplex mit bestehenden Eigenschaften (statt Sorten)

La nature sélectionne elle même -> pour cela il faut des paysans pour la culiver

Des chercheurs qui cherchent on en trouve. Des chercheurs qui trouvent on en cherche

Virusfreimachung = Weiterentwicklung einer Sorte

3. Welche weitere Bereiche werden von der nachhaltige Nutzung von alten Sorten tangiert? Welche Kooperation können entwickelt werden? Welche zusätzliche Akteure müssten eingebunden werden?

Kooperationen

Bildung

Bildung

Bildung von jung zu alt

Bildung: Erwachsenenbildung, Grundschule, Kindergarten

Schulen regionale

Alte Sorten "erleben" - sehen (Transparenz), - schmecken (Degustation), -> via Bildung

Gastronomie

Gastronomie

Hängt von Produkte ab: zB Gastronomie, Verarbeiter usw

Gewerbe / Pharmaindustrie

Tourismus / Freizeitaktivitäten

LIDL und ALDI

Kooperation : neue Nutzungsformen, Inhaltsstoffe Verarbeitung (Kosmetik, Medizin)

Coopération recherche publique et paysans

Coopération directe avec consommateurs: - vente directe, - contractuelle

Lebensmittel / Foodbereich, Tourismus, Kosmetik / Pharma

Baumschutz, Bundesamt für Gesundheit

Museum, Naturpark

"Kulturgut", Heimatschutz, Denkmalpflege, historischer Verein

Akteure

Private Züchter

Tourismus, Vogelschutzorgan, Schulen, Familiengärten, Kulinarische Hobbyisten + Profis, Städter" (Urban gardening)

"grosse Partner" suchen (vgl Vortrag Hr Schulze)

Heimatschutz, Naturschutz, Entwicklung neuer Produkte

BäuernInnen, KMUs, Hofladen; "alternative" Gesundheitsbewegung, Schulbildung,

Gastronomie, Dorfkultur & Tradition fördern (wiederbeleben), kleinräumige Vernetzung

Zusätzliche Akteure: - Produzenten, - Konsumenten, - Bildung - Sensibilisation, -

Landschaftsschutz/Naturschutz/Artenschutz

Bauern und Organisationen, Hobbygärtner

Gastronomie, Handel, Pharmaindustrie, Kosmetikindustrie, Tourismus

les paysans doivent être complètement intégrés! Dans tout les processus. Dela semence à l'assiette

Acteur: intégrer les artisans, paysans, artisans, et savoir-faire

Trouver des alternatives à la grande distribution pour pouvoir négocier les prix avec cette grande distribution

Verarbeitung Vermarktung Wertschöpfung

Verarbeitung

Vermarktung : Labels

Wertschöpfungsketten, Reichhaltigkeit der Ernährung (Diäthik, Prävention), Verhältnis Staat - Zivilgesellschaft

Abhängig von der Wertschöpfungskette, alle Akteure berücksichtigen

Angebote für Hausgarten, Balkon, "City Greening"

SUCHEN, FINDEN, ERHALTEN – WIE WEITER?
NACHHALTIGE NUTZUNG DER PFLANZENGENETISCHEN RESSOURCEN:
SYNERGIEN UND HERAUSFORDERUNGEN

CHERCHER, TROUVER, CONSERVER – ET ENSUITE?
UTILISATION DURABLE DES RESSOURCES PHYTOGÉNÉTIQUES:
SYNERGIES ET DÉFIS

Fachtagung NAP-PGREL | 22. November 2012 | Inforama Rütli, Zollikofen

CONGRES PAN-RPGAA | 22 novembre 2012 | Inforama Rütli, Zollikofen

Regional

Volunteering . Regionale Wertschöpfungsketten

Regionale Spezialitäten und Produkte: Restaurants, Kochschule, Rezeptbücher, Schulmensa -
>Info, Bildung

Regionale Politik & Entwicklung

regionales Gewerbe

Nachgelagerte Verarbeitungsbetriebe, Tourismus, Regionalentwicklung

Landschaft

Mobiler Infostand/-wagen

Züchtung Forschung

Ernährungssouveränität, Verarbeitungsbetriebe, direkt Vermarktung

Biodiversität, Landschaft

Alte Sorten = öffentliches Gut