



# Spielen die Konsumentinnen und Konsumenten mit?

Rolf Bernhard

Leitung Agronomie und Produktionssysteme  
Migros-Genossenschafts-Bund

**MIGROS**

# 1

## Weiterentwicklung der **Land- & Ernährungswirtschaft**

### Einfluss auf die Führung und Ausrichtung der Landwirtschaftsbetriebe

#### Rückgang bei der Konsummilch

Anteil der **veganen Milch** hat  
sich seit 2019 **verdoppelt**

Mengenentwicklung im **Käse**  
2022 leicht **über dem Niveau**  
**vor Corona**



# Land und Ernährungswirtschaft

Wissen im Wertschöpfungssystem bestmöglich vernetzen = Effizienz

- Gesundheit
- Nachhaltigkeit
- Plant-based
- Convenience

Kernthemen

## Pflanzenschutz/Düngung

Steigerung Boden-/Wasserqualität & Förderung Biodiversität

## Tierwohl

Artgerechte Nutztierhaltung auf Basis neuster wissenschaftlicher Erkenntnisse

## Klima

Reduktion der Treibhausgase in der Landwirtschaft

**Regionalität = Nachhaltigkeit = Versorgungssicherheit**

# Beitrag der Milchwirtschaft im Gesamtblick? Wie erklären wir die Leistung der Bodenfruchtbarkeit im Regal?



# M-Check Sterne zählen

Nachhaltig einkaufen leicht gemacht



Generation **M**



## M-Check 2.0

intuitiv verständlicher,  
transparenter Kompass für  
«nachhaltigen Konsum»



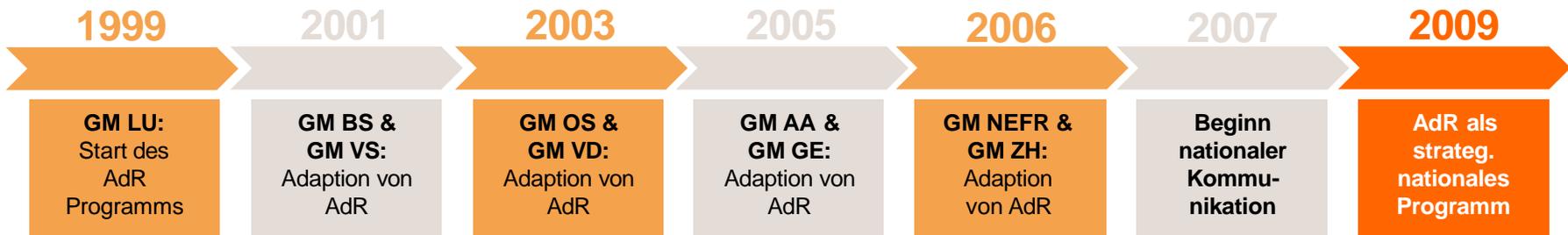
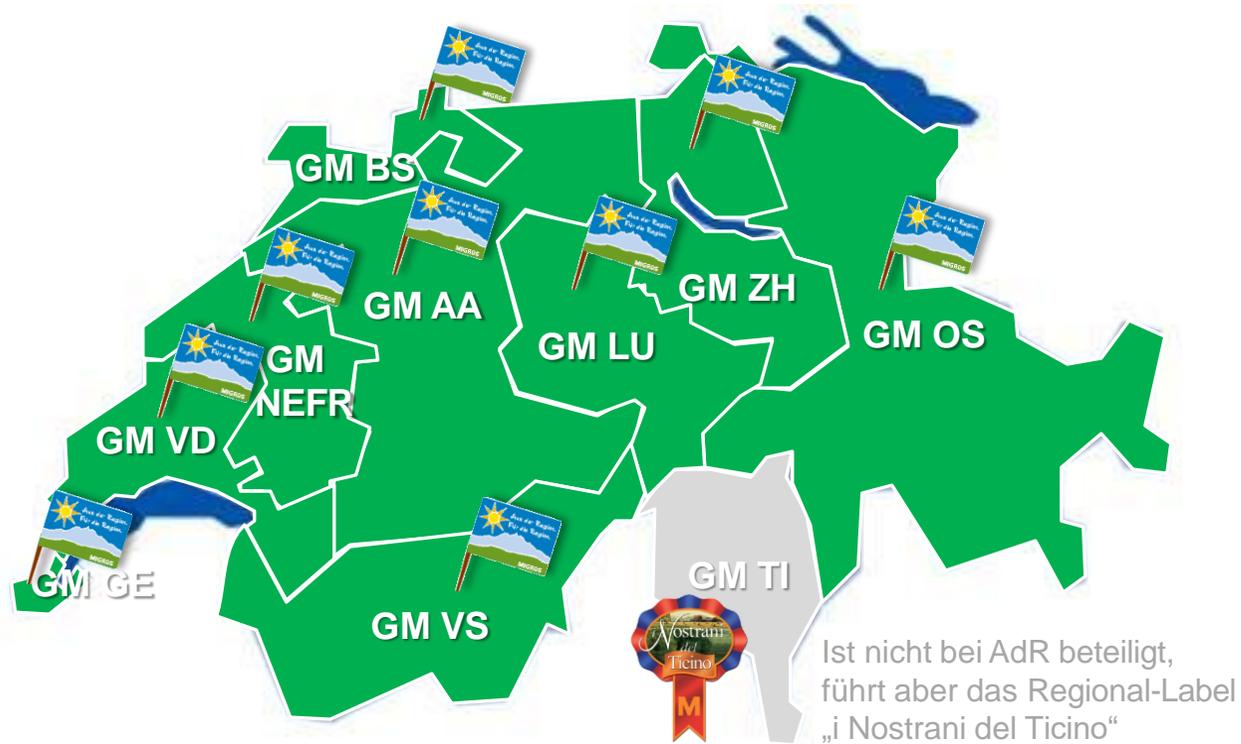
## 2 Label „Aus der Region. Für die Region.“?





- 1995 Gründung des Labels „**Fleisch aus der Zentralschweiz**“
- **Regionale Beschaffung war schon damals ein Bedürfnis**
- **Gute Tierdichte der Zentralschweiz** waren gute Voraussetzungen für dieses Label
- Die Migros Luzern erkannte die Chance vom Label „Fleisch aus der Zentralschweiz“ **und weitete es 1999 auf die weiteren Bereiche Warenbereiche aus.**
- **November 1999 Gründung vom Label „Aus der Region. Für die Region.“**

# Eine Idee aus der GM Luzern erobert die MIGROS



## Die 3 wichtigsten Kaufmotive für AdR sind....

1

**Mit dem Kauf von regionalen Produkten,  
kann man die heimische Wirtschaft unterstützen**



2

**Regionale Produkte sind Qualitätsprodukte**



3

**Regionale Produkte sind frischer und geschmackvoller**



# Kommunikation



# Wahl der goldenen Sonne: Seiler Käserei Giswil



Anzahl Artikel

**1'400**



Anzahl Produzenten

**968**

**Vielen Dank**

