brennpunkt
nahrung

5. November 2019
Messe Luzern

Konsumenten im Dilemma

HAUPTSPONSOR

IP-SUISSE

Programme en français dans ce cahier

Am Puls der Agro-Food-Branche

Brennpunkt Nahrung ist eine nationale Plattform für Entscheidungsträger aus allen Bereichen der Agrar- und Lebensmittelwirtschaft. Jährlich treffen sich über 300 Teilnehmende zum konstruktiven Dialog und wertvollen Erfahrungsaustausch in der Messe Luzern. Namhafte Expertinnen und Experten aus Wissenschaft und Praxis teilen ihr Wissen und ihre Erfahrungen. Damit helfen sie Ihnen, Branchen- sowie Konsumtrends frühzeitig zu erkennen, Nischen zu besetzen und Innovationen voranzutreiben – damit Sie der Zeit einen Schritt voraus sind.

PATRONAT

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement für Wirtschaft, Bildung und Forschung WBF
Bundesamt für Landwirtschaft BLW

schweizer bauernverband

World Food System Center

KONSUMENTEN SCHUTZ

fial

svial asiat

KANTON LUZERN
Landwirtschaft und Wald (lawa)

Herzlich willkommen

Manfred Bötsch
Präsident des
Conference Board
Brennpunkt Nahrung

Was ist wirklich ausschlaggebend für die Kaufentscheide der Konsumentinnen und Konsumenten? Sind es ihre Werte, die sie in der Öffentlichkeit artikulieren, oder ihre Wünsche, angetrieben durch Influencer in den sozialen Medien? Oder sind in Wirklichkeit die Kaufentscheide abhängig von günstigen Preisen und bequemen Einkaufsgelegenheiten? Diesen Fragen geht die 5. Fachkonferenz Brennpunkt Nahrung unter dem Motto: «Konsumenten im Dilemma: Wünsche – Werte – Wirklichkeit» nach.

Hochkarätige Referentinnen und Referenten beleuchten die Konsumbedürfnisse und deren Entwicklung. Haben die laufenden Klimademonstrationen der Jugendlichen Einfluss auf das Kaufverhalten? Welches sind die erkennbaren Trends und was bleibt eine kurzfristige Modeerscheinung? Warum klaffen zwischen den artikulierten Werten und den realen Einkäufen mitunter Welten? Gibt es erkennbare Typen von Konsumenten? Wie vertritt eine Konsumentenorganisation diese verschiedenen Konsumententypen in der Politik und wie geht sie mit den Widersprüchen um?

Allen Bedürfnissen gerecht zu werden, ist ein Ding der Unmöglichkeit. Daher zeigen Vertreter der Landwirtschaft und der verarbeitenden Industrie, auf welche Bedürfnisse und Trends sie sich einstellen. Muss alles möglichst billig sein? Oder sollen die Rohstoffe und Produkte hohe Anforderungen punkto Nachhaltigkeit erfüllen? Mit welchen Innovationen wollen sie neue Bedürfnisse in der Gesellschaft abdecken? Welche Erwartungen hat die verarbeitende Lebensmittelindustrie an die Rohstoffe und wie geht sie mit widersprüchlichen Bedürfnissen der Konsumenten um?

Der Frage «Wie sag ich's dem Kunden?» wird am Nachmittag nachgegangen. Gehören knallige und laute Aktionen weiterhin zu unserem Alltag oder sind subtile Stupser und Anreize, um unser Einkaufsverhalten zu ändern, wirkungsvoller? Braucht es mehr Wissen zu den Produkten und den entsprechenden Wertschöpfungsketten? Oder will der Konsument grossartige Geschichten zu den Produkten hören? Wie sollen anspruchsvolle Informationen zur Nachhaltigkeit vermittelt werden? Genügen Labels, und welche Rolle spielen die verschiedenen Medien? Sind Influencer geeignet, das Vertrauen in Produkte zu stärken?

Und wiederum werden sich Start-ups in inspirierender Frische präsentieren. Wer weiss, vielleicht passt eines von ihnen zu Ihrem Unternehmen?

Wir freuen uns auf einen interessanten Konferenztag, auf bereichernde Referate und lebhafte Diskussionen, um gemeinsam einen Schritt in eine nachhaltige Zukunft gehen zu können.

Für eine ganzheitlich nachhaltige Landwirtschaft.

IP-SUISSE steht für Schweizer Herkunft, Förderung der Biodiversität, Tierwohl, Pflanzenschutz, soziales Engagement, faire Preise, Klimaschutz und einen schonenden Umgang mit den Ressourcen.

IP-SUISSE

bauern für generationen.

www.ipsuisse.ch

Eine Mitgliedschaft, die sich lohnt!

Guido Egli
Präsident
Förderkreis
Brennpunkt Nahrung

Der Förderkreis unterstützt die Etablierung der nationalen Plattform Brennpunkt Nahrung, der führenden Veranstaltung zu Trends und Perspektiven in der Agrar- und Lebensmittelwirtschaft entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Im Mittelpunkt stehen der konstruktive Dialog und der Erfahrungsaustausch zwischen Entscheidungsträgern.

Brennpunkt Nahrung setzt sich für die Stärkung der nachhaltigen Lebensmittelversorgung ein und leistet gleichzeitig einen Beitrag für einen wettbewerbsfähigen Produktions- und Verarbeitungsstandort Schweiz.

Natürliche Personen, öffentliche oder gemeinnützige Institutionen sowie Unternehmen bilden, ergänzend zu den Haupt- und Tagungspartnern, einen tragenden Kreis der Fachkonferenz.

Darum lohnt es sich, dem Förderkreis beizutreten:
- Ermässigung auf die Konferenzgebühr*
- Zugang zu exklusivem Netzwerk
- Nach Möglichkeit aktive Einbindung bei der Programmierung, bei Referaten und Podiumsdiskussionen
- Vorrangrecht zur Teilnahme an der Breakfast Session, dem innovativen und interaktiven Meeting für Führungskräfte
- Vorrangrecht als Aussteller
- Einladung zur jährlichen Generalversammlung
- Zugang zu weiteren Vereinsaktivitäten gemäss Ankündigung

Über 60 Vertreterinnen und Vertreter aus der Schweizer Agrar- und Ernährungswirtschaft sind bereits Mitglied des Förderkreises Brennpunkt Nahrung.

Kosten pro Jahr

Natürliche Person	CHF 100.–
—	
Unternehmen bis 100 Angestellte oder öffentliche oder gemeinnützige* Institution	CHF 500.–
—	
Unternehmen ab 101 Angestellte oder nicht gemeinnützige Institution*	CHF 1’500.–

* Von der vergünstigten Konferenzgebühr können Vorstands- und GL-Mitglieder profitieren.

Programm

07.30 **Breakfast Session**
Das innovative und interaktive Meeting für Führungskräfte (Teilnehmerzahl beschränkt) mit Frühstück ab 07.00 Uhr
Gerhard Fehr, CEO FehrAdvice

09.00 **Begrüssung und Einleitung**
Barbara Kretz, Konferenzleiterin, Messe Luzern
Manfred Bötsch, Präsident Conference Board
Moderation: Eveline Kobler, Leiterin Wirtschaftsredaktion Radio SRF

Was will der Konsument wirklich?

Wie entwickeln sich die Konsumbedürfnisse? Welchen Einfluss haben gesellschaftliche Entwicklungen und Erwartungen? Was beeinflusst das Bewusstsein und was die Bereitschaft zu handeln? Warum klaffen zwischen den artikulierten Werten und den realen Einkäufen mitunter Welten?

09.10 **Globale Lebensmittelreform – Treiber aller Volkswirtschaften!**
Marc Buckley, Official UN SDG Advocate, F&B Expert Network member of the World Economic Forum

09.30 **Food Trends – Ein kritischer Blick auf Wünsche und Wirklichkeit im Konsumalltag**
Dr. Mirjam Hauser, Senior Market Researcher, GIM Suisse AG

09.50 **Die vielen Gesichter des Konsumenten**
Sophie Michaud Gigon, Generalsekretärin, Westschweizer Konsumentenverband

10.05 **Nachgefragt**

10.20 **Start-up Pitch**

10.35 **Pause – Networking**

Wie werden die künftigen Konsumentenbedürfnisse von der Landwirtschaft und der verarbeitenden Industrie erfüllt?

Worauf wird der Fokus gelegt? Wo und wie werden Innovationen gefördert? Wie werden die verschiedenen Konsumtypen bedient? Wo liegen die grossen Herausforderungen und welche Lösungsansätze gibt es? Welche Erwartungen hat die verarbeitende Lebensmittelindustrie an die Rohstoffe?

11.15 **Nachhaltig! Wo liegt die Herausforderung für die Produktion?**
Fritz Rothen, Geschäftsführer IP-SUISSE

11.30 **Wie viele Innovationen brauchen die Konsumenten?**
Christian Consoni, Leiter Division Lebensmittelindustrie, fenaco Genossenschaft

11.45 **Innovativ traditionell**
Otmar Hofer, Leiter Segment Getränke, Convenience, Backwaren der M-Industrie

12.00 **Nachgefragt**

12.20 **Mittagspause – Networking**

Kommunikation: Wie sag ich's dem Kunden?

Gehören knallige und laute Aktionen weiterhin zu unserem Alltag oder sind subtile Stupser und Anreize, um unser Einkaufsverhalten zu ändern, wirkungsvoller? Wie können gute Food Stories Sehnsuchtsträume erschliessen, die Vertrauen schaffen? Welche Bedeutung hat die Zusammenarbeit mit Influencern?

14.15 **Der nachhaltige Konsument – Wunsch oder Wirklichkeit?**
Möglichkeiten und Grenzen für eine nachhaltige Veränderung von Konsumentenverhalten
Gerhard Fehr, CEO FehrAdvice

14.35 **Die Bedürfnisse der «Generation Food» und Auswirkungen auf den Hersteller und Handel**
Jörg Reuter, Inhaber Grüneköpfe Strategieberatung

14.55 **Nachgefragt**

Leadership Talk

15.10 **Vertrauen verlieren und gewinnen: Wie halten Sie Ihre Konsumenten bei Laune?**
Muriel Lienau, Managing Director Nestlé Schweiz
Marc Heim, Leiter Division Schweiz, Stv. CEO Emmi
Mario Irminger, CEO Denner

15.40 **Der andere Schlusspunkt**
Prof. Dr. Peter Schneider, Psychoanalytiker, Satiriker, Autor

15.55 **Schlusswort mit anschliessendem Apéro**
Manfred Bötsch, Präsident Conference Board

Tagungssprache: Deutsch, Simultanübersetzung Deutsch–Französisch

CSB-SYSTEM

Smarten Up Your Factory

CSB-Technologien für eine bessere Lebensmittelproduktion

Die digitale Transformation ist in vollem Gange. Durch Internet of Things (IOT) und Industrie 4.0 wird es auch in der Lebensmittelproduktion möglich, konsequent zu digitalisieren, sich miteinander zu vernetzen und so mit verlässlichen Daten in Echtzeit zu steuern.

Die Smart Factory bietet damit viele Vorteile: Flexibilität, vollständige Transparenz, Individualisierung und höchste Effizienz. So lassen sich Produktivitätssteigerungen erzielen und Kosten senken. Die Smart Factory ist keine Zukunftsmusik. Mit CSB-Technologien nutzen Sie schon heute die Vorteile der Digitalisierung und machen Ihr Unternehmen fit für die Zukunft, vom smarten Management über die smarte Supply Chain, insbesondere smarte Produktion bis hin zur smarten IT-Landschaft.

Wir unterstützen Sie mit unserem umfassenden Portfolio aus Software, Hardware, Consulting und Services aus einer Hand. So machen Sie Ihre Produktion smarter – heute und in der Zukunft.

Breakfast Session mit Gerhard Fehr

Das innovative und interaktive Meeting für Führungskräfte

Verhaltensökonomische Insights für Ernährung und Konsum

Mündige Konsumentinnen und Konsumenten, die vernünftigerweise nachhaltig und gesund konsumieren – gibt es die wirklich? Oder sind und bleiben wir Getriebene unserer Instinkte? Welche Möglichkeiten haben Unternehmen, das zu beeinflussen? Gerhard Fehr berichtet davon, was die Menschen tatsächlich antreibt und was man tun kann, um sie zum Handeln zu bewegen.

Diskutieren Sie mit und suchen Sie gemeinsam mit anderen Entscheidungsträgern Antworten auf diese und weitere Fragen:

– Welche Schlüsselelemente aus der Verhaltensökonomie sind wichtig für die Lebensmittelbranche?
– Welche Rollen spielen die Information, das Wissen, die Motive für den Konsum?
– Welche Elemente beeinflussen die Bereitschaft, zu handeln?
– Wie kann ein Unternehmen auf diese Faktoren Einfluss nehmen?
– Wie mache ich mein Unternehmen experimentierfähig?

Gerhard Fehr ist von Herzen Behavioral Designer. Durch #experimentability löst er mit seinem Team Fragen für Unternehmen, die sich andere erst gar nicht stellen, ändert das Verhalten von Kunden, Mitarbeitenden und des Top-Managements – einfach, geräuschlos und nachhaltig. Zudem ist Gerhard Fehr ein erfahrener Verhaltensökonom, CEO für FehrAdvice & Partners und als Behavioral Designer persönlicher Ratgeber für viele Politiker, Verwaltungsräte, CEOs und Top-Manager in Unternehmen.

Die Breakfast Session richtet sich an CEOs und findet im kleinen und geschlossenen Rahmen statt. Die Teilnehmerzahl ist auf 50 begrenzt.

Wo die meisten Vitamine drin sind: in meinem Laden.
Migros-Besitzerin Dagna L.
iMpuls
Die Migros gehört den Leuten.
Deshalb fördert sie die Gesundheit wie kein anderer. Mit der Gesundheitsinitiative iMpuls: tägliche Tipps, Rezepte und vitaminreiche Produkte für eine gesunde und ausgewogene Ernährung. migros-impuls.ch
MIGROS

NEU
Jetzt probieren!
Toni's
Gemacht in der Innerschweiz
Toni's
MOZZARELLA
Toni's
FRISCHKÄSE
Du wirst ihn lieben!
TONIS.CH

Innovation erleben

Nutzen Sie die Gelegenheit, sich über die neusten Ideen und Entwicklungen in der Schweizer Agrar- und Ernährungswirtschaft zu informieren. Innovative Start-up-Unternehmen präsentieren ihre neue Geschäftsidee und somit ihre Vision für die Zukunft.

Diese Innovationen treffen Sie an Brennpunkt Nahrung in der Ausstellungszone an:

EDAPRO GmbH

Stärkt Pflanzen – belebt den Boden

Pflanzenstärkung durch Mikroorganismen ist ein neuer Ansatz mit einem breiten Anwendungsgebiet. Konventionelle Pflanzenschutzmittel stehen zunehmend in der Kritik infolge negativer Auswirkungen auf die Umwelt. Die gesetzlichen Anforderungen im Pflanzenschutz steigen, neue Lösungen für umweltfreundliche Behandlungsmethoden sind gesucht.
EDAPRO bietet ein System für die selbstständige Herstellung von Pflanzenstärkungsmittel. Die hohe mikrobielle Aktivität und Diversität stärkt die Abwehrkräfte der Pflanzen und erhöht die Bodenfruchtbarkeit. Mit den Produkten der EDAPRO, bestehend aus Brausystem, EdaBiom (Mikroben) und EdaBiom+, ist es dem Anwender möglich, natürliche Pflanzenstärkungsmittel einfach vor Ort in höchster Güte und mikrobiologischer Aktivität herzustellen.

KITRO

Vereinfachte Abfallwirtschaft

KITRO hat sich zum Ziel gesetzt, das Problem der Lebensmittelabfälle im Gastgewerbe anzugehen, indem es den Restaurants eine vollautomatische Lösung zur Überwachung ihrer Abfälle bietet. Das Produkt besteht aus einer Hardware- und einer Softwarelösung, die in den Bereichen Küche und Service stationiert sind und die die automatische Erfassung von Daten über Lebensmittelabfälle ermöglichen. Die Benutzer sehen ihre Daten auf einem personalisierten Dashboard und erhalten so einen ganzheitlichen Überblick über die Menge und Zusammensetzung ihrer Lebensmittelabfälle. Basierend auf diesen Erkenntnissen sind die Kunden in der Lage, Massnahmen zu ergreifen, um ihre Verschwendung durch Veränderung der betrieblichen Ineffizienz zu reduzieren. Dies führt zu einer Reduzierung von Lebensmittelabfällen, Kosten und CO_2-Emissionen.

Legria

Genussvoll verwöhnen

Legria ist eine neue Lebensmittelzutat und die Lösung für eine der grössten Herausforderungen der Lebensmittelindustrie: den Zuckergehalt in Lebensmitteln zu reduzieren und gleichzeitig den Wunsch der Kunden nach gesundem Genuss zu erfüllen.
Legria ist ein Bulk-Süssstoff auf Getreidebasis und verbessert das Nährwertprofil von Lebensmitteln, indem er bis zu 50 Prozent des Zuckergehalts reduziert und wertvolle Ballaststoffe und Proteine hinzufügt, ohne den Geschmack zu beeinträchtigen.
Legria ist 100 Prozent natürlich, nachhaltig bezogen und kombiniert Masse, Geschmack und Ernährung. Es eignet sich für eine breite Palette von Produkten wie Kekse, Frühstückszerealien, Waffeln oder Haselnussaufstriche.

Nemis Technologies AG

Schnelle, hochspezifische und kostengünstige Diagnosetests

Nemis Technologies AG ist ein Schweizer Diagnostik-Start-up mit Sitz in Dübendorf. Es wurde im Januar 2018 als Joint Venture von der Schweizer Biosynth AG zusammen mit dem Technologietransferunternehmen Ramot der Universität Tel Aviv gegründet. Nemis entwickelt Diagnose-Kits für eine schnelle, spezifische und sichere Detektion mikrobiologischer Krankheitserreger mit dem Potenzial, einen neuen Marktstandard zu setzen. Die entwickelte AquaSpark™-Technologie von Nemis beruht auf der sensitiven phenotypischen Detektion von Bakterien durch Chemilumineszenz.

planted.

Schmackhaftes «Fleisch» direkt aus Pflanzen

planted. erzeugt schmackhaftes «Fleisch» direkt aus Pflanzen – und überspringt dabei das Tier in der Wertschöpfungskette. Das pflanzliche Fleisch ist nachhaltig, gesund und frei von Ausbeutung.
Bevölkerungswachstum, Lebenserwartung und Einkommen sind die Haupttreiber für die weltweit steigende Fleischnachfrage. Das derzeitige Ausmass und die Aufstellung der Fleischindustrie sind nicht nachhaltig. planted. hat eine einfache Lösung dafür: Sie lassen das Tier aus und machen köstliches, gesundes und nahrhaftes «Fleisch» direkt aus Pflanzen. Ihre Technologie ermöglicht es, die Faserlängen verschiedener Fleischsorten nachzuahmen sowie die Proteinquelle flexibel zu wählen. Zudem fügt sie die Saftigkeit zum Produkt hinzu, welche die Konsumenten bei herkömmlichen Fleischersatz-Produkten oft vermissen.

xFarm

All-in-one-Plattform inkl. Verwaltung, Betriebsführung und Entscheidungshilfe im bauernfreundlichen Format

Landwirte stehen heute vor zahlreichen Herausforderungen. Neben der herkömmlichen landwirtschaftlichen Tätigkeit gibt es zunehmend Vorschriften, Zertifizierungen und Kunden, die auf die Produktionsweise der Lebensmittel achten. Im Mittelpunkt all dieser Herausforderungen steht vor allem eines: die landwirtschaftlichen Daten.
xFarm ist eine von einem Landwirt entwickelte Plattform mit dem Ziel, die Betriebe ins digitale Zeitalter zu bringen, indem die Datenerfassung und -analyse vereinfacht werden, der administrative Aufwand reduziert, die Effizienz und Nachhaltigkeit verbessert und die Rückverfolgbarkeit landwirtschaftlicher Produkte ermöglicht werden.
xFarm basiert auf einer kostenlosen Cloud-Betriebsführungssoftware, IoT-Feldsensoren und Premium-Diensten wie agrometeorologische Prognosen, erweiterte Berichterstattung, Krankheitsmodelle und -warnungen, Blockchain-basierte Rückverfolgbarkeit, Bewässerungsberatung usw.

Der Start-up Innovation Corner wird unterstützt von

DSM BRIGHT SCIENCE. BRIGHTER LIVING. · Firmenich · scienceINDUSTRIES SWITZERLAND · swiss FOOD RESEARCH · syngenta

Bauer Müller prüft Naturaplan-Rüebli

Natürlich.

Weil es natürlich ist, der Umwelt und ihren Ressourcen Sorge zu tragen. Hier und überall auf der Welt.

Richtig.

Weil es richtig ist, respektvoll und achtsam mit der Natur und ihren Produkten umzugehen und nachhaltig zu handeln.

Gut.

Weil es gut ist, sich selbst etwas Gutes zu tun und das Beste der Natur mit gutem Gewissen zu geniessen.

naturaplan BIO

Natürlich. Richtig. Gut.

coop

Für mich und dich.

Bienvenue

Manfred Bötsch
président du
Conference Board
Brennpunkt Nahrung

Quels sont les éléments importants pour les décisions en matière d'achat des consommatrices et consommateurs? Est-ce leurs valeurs qu'ils expriment publiquement ou leurs désirs, portés par des influenceurs des médias sociaux? Ou bien les décisions d'achat dépendent-elles en réalité de prix avantageux et d'opportunités d'achat pratiques? Ces questions seront traitées à l'occasion de la 5e conférence spécialisée Brennpunkt Nahrung qui a pour slogan: «Les consommateurs face à un dilemme: Souhaits – Valeurs – Réalité».

Des conférencières et conférenciers de renom mettent en lumière les besoins de consommateurs et leur évolution. Les manifestations climatiques des jeunes en cours ont-elles une influence sur le comportement d'achat? Qu'est-ce que cela change, quelles sont les tendances reconnaissables et que reste-t-il d'un effet de mode passager? Pourquoi y a-t-il un tel écart entre les valeurs exprimées et les achats réels? Existe-t-il des types de consommateurs identifiables? Quelles tendances et contre-tendances influenceront les années à venir? Et comment une organisation de consommateurs représente-t-elle ces différents types de consommateurs en politique et comment gère-t-elle les contradictions?

Satisfaire tous les besoins est probablement une chose impossible. Par conséquent, de représentants de l'agriculture et de l'industrie de transformation, nous voulons connaître les besoins et les tendances auxquels ceux-ci font fassent. Est-ce que tout doit être si possible pas cher? Ou bien les matières premières et les produits doivent-ils répondre à des exigences élevées en matière de durabilité? Avec quelles innovations veulent-ils répondre aux besoins émergents de la société? Quelles sont les attentes de l'industrie agroalimentaire à l'égard des matières premières et comment répond-elle aux besoins contradictoires des consommateurs?

La question «Comment le dire au client» sera abordée dans l'après-midi. Les promotions bruyantes aux couleurs flashy font-elles encore partie de notre vie ou bien les incitations subtiles à changer nos habitudes d'achat sont-elles plus efficaces? Avons-nous besoin de mieux connaître les produits et les chaînes de valeur correspondantes? Ou bien le consommateur veut-il entendre des histoires fantastiques sur les produits? Comment transmettre des informations sophistiquées en matière de durabilité? Les étiquettes suffisent-elles et quel rôle jouent les différents médias? Les influenceurs sont-ils aptes à renforcer la confiance dans les produits?

Et une fois encore, les start-up vont se présenter avec une fraîcheur remplie d'inspirations. Qui sait, peut-être que l'une de ces start-up conviendra à votre entreprise?

Nous nous réjouissons de cette journée de conférence intéressante, des discours enrichissants et des discussions animées, pour avancer ensemble vers un avenir durable.

Programme

07.30 **Breakfast Session**
Das innovative und interaktive Meeting für Führungskräfte (Teilnehmerzahl beschränkt)
Gerhard Fehr, CEO FehrAdvice
(en allemand, sans traduction simultanée)

09.00 **Accueil et introduction**
Barbara Kretz, chef du congrès, Messe Luzern
Manfred Bötsch, président du Conference Board
Animation: Eveline Kobler, responsable de la rédaction économique à Radio SRF

Que veut vraiment le consommateur?

De quelle manière les besoins du consommateur évoluent-ils? Quelles influences ont les évolutions et attentes sociétales? Qu'est-ce qui influence la conscience et la propension à agir? Pourquoi les valeurs exprimées sont-elles si éloignées des achats réels?

09.10 **Transformation globale du système alimentaire – moteur de toutes les économies nationales!**
Marc Buckley, Official UN SDG Advocate, F&B Expert Network member of the World Economic Forum

09.30 **Tendances alimentaires – un regard critique sur les souhaits et la réalité dans la consommation de tous les jours**
Dr Mirjam Hauser, Senior Market Researcher, GIM Suisse AG

09.50 **Les nombreuses facettes du consommateur**
Sophie Michaud Gigon, secrétaire générale, Fédération romande des consommateurs

10.05 **Pour aller plus loin**

10.20 **Start-up Pitch**

10.35 **Pause – Networking**

Comment les besoins futurs du consommateur peuvent-ils être satisfaits par l'agriculture et l'industrie agroalimentaire?

Sur quoi l'accent est-il mis? Où et comment les innovations sont-elles soutenues ? Comment sont servis les différents types de consommateur? Où se trouvent les grands défis et quelles sont les solutions possibles? Quelles sont les attentes de l'industrie agroalimentaire quant aux matières premières et comment compose-t-elle avec les besoins des consommateurs?

11.15 **Développement durable! Quel défi pour la production?**
Fritz Rothen, gérant IP-SUISSE

11.30 **De quelle quantité d'innovations les consommateurs ont-ils besoin?**
Christian Consoni, chef de la division industrie alimentaire, fenaco société coopérative

11.45 **Novateur par tradition**
Otmar Hofer, directeur du segment pain, convenience et boissons, M-Industry

12.00 **Pour aller plus loin**

12.20 **Pause – Networking**

Communication: comment s'adresser au client?

Les actions accrocheuses et bruyantes font-elles encore partie de notre quotidien ou bien les instigations et incitations subtiles sont-elles plus efficaces pour modifier notre comportement de consommateur? Comment de bonnes histoires alimentaires peuvent-elles éveiller des désirs qui créent de la confiance? Quelle importance revêt la collaboration avec des influenceurs?

14.15 **Le consommateur durable – souhait ou réalité?**
Possibilités et limites d'un changement durable de comportement du consommateur
Gerhard Fehr, CEO FehrAdvice

14.35 **Les besoins de la «generation food» et répercussions sur le producteur et le commerce**
Jörg Reuter, propriétaire Grüneköpfe, conseil stratégique

14.55 **Pour aller plus loin**

Leadership Talk

15.10 **Perdre et gagner la confiance: comment séduisez-vous vos clients?**
Muriel Lienau, Managing Director Nestlé Schweiz
Marc Heim, chef de division Suisse, vice-CEO Emmi
Mario Irminger, CEO Denner

15.40 **L'autre point final**
Prof. Dr Peter Schneider, psychanalyste, satiriste, auteur

15.55 **Mot de la fin et apéro**
Manfred Bötsch, président du Conference Board

Les exposés sont traduits simultanément de l'allemand vers le français.

Milch – aus dem Herzen der Schweiz

Wir, die Genossenschaft ZMP, sind eine der grössten und bedeutendsten Milchproduzentenorganisationen in der Schweiz. Neben dem Einkauf und Verkauf der Milch unserer Mitglieder engagieren wir uns in der Öffentlichkeitsarbeit wie z.B. an der Fachkonferenz brennpunkt Nahrung.

Als Initiatorin von Heumilch Schweiz bieten wir dem Verein an der Fachkonferenz «brennpunkt nahrung» eine Plattform, um seine Produkte zu präsentieren.

Genossenschaft Zentralschweizer Milchproduzenten ZMP
Friedentalstrasse 43, 6002 Luzern
Telefon 041 429 39 00, www.zmp.ch

brennpunkt
nahrung

Brennpunkt Nahrung 2020

Save the date!

3. November 2020

brennpunkt-nahrung.ch

Referentinnen und Referenten

Marc Buckley ist als Official UN SDG Advocate, Social Innovation, Climate Change Agriculture, Food and Beverage Expert Network member of the World Economic Forum, Global Food Reformist (Delegierter beim EAT Stockholm Food Forum) und Sustainable Futurist auf der Mission, den Menschen zu einem anpassungsfähigen Lebensstil zu verhelfen, gesund und nachhaltig. Er ist Mitgründer und CEO des ALOHAS ECO-Centers, eines nachhaltigen Lebensmittel- und Getränkeherstellerunternehmens, das erneuerbare Energien und Ressourcen ohne fossile Brennstoffe, Treibhausgasemissionen oder Abfall erzeugt. Marc Buckley bringt Unternehmern bei, wie sie belastbare, nachhaltige und rentable Unternehmen aufbauen können.

Christian Consoni verantwortet per 1. Juli 2019 innerhalb der fenaco Geschäftsleitung die Division Lebensmittelindustrie. Bis dahin war er seit rund drei Jahren Leiter des Departements Getränke, in welchem auch DiVino SA angesiedelt ist. Christian Consoni trat 2005 als Leiter Marketing & Verkauf bei frigemo AG in die fenaco Genossenschaft ein. 2011 übernahm er die CEO-Funktion bei der RAMSEIER Suisse AG. Zuvor übte er verschiedene Führungsfunktionen u. a. bei Haecki und Unilever aus, welche auf sein Betriebswirtschaftsstudium an der Hochschule St. Gallen folgten.

Gerhard Fehr ist ein erfahrener Verhaltensökonom, CEO für FehrAdvice & Partners und Behavioral Designer. Er ist als Behavioral Designer persönlicher Ratgeber für viele Politiker, Verwaltungs- und Aufsichtsräte, CEOs und Top-Manager in Unternehmen. Er ist Absolvent der Universität Wien in Betriebswirtschaftslehre, ausgebildeter Journalist und hat mehr als zehn Jahre Managementerfahrung im Investment Banking, in der Medienbranche und im Schweizer Kreditkartenmarkt.

Dr. Mirjam Hauser beobachtet und analysiert Veränderungen von Gesellschaft, Wirtschaft und Technologie aus der Perspektive der Konsumpsychologie. Als Senior Market Researcher bei der GIM Suisse Gesellschaft für innovative Marktforschung erforscht sie Konsumverhalten mit innovativen qualitativen und quantitativen Ansätzen. Davor beobachtete sie Megatrends und Gegentrends und entwickelte Zukunftsszenarien am GDI Gottlieb Duttweiler Institute. Sie ist Autorin diverser Zukunftsstudien, zuletzt erschien «Values & Visions 2030. Was uns morgen wichtig ist».

Marc Heim ist Leiter der Division Schweiz und stellvertretender CEO der Emmi AG. Bereits seit 2009 ist er Mitglied der Emmi Konzernleitung, zunächst als Leiter Verkauf und anschliessend als Executive Vice President Europe. Davor war er Geschäftsführer der Halter Bonbons AG und in leitenden Funktionen bei der Kambly SA und der damaligen Effems AG (heute Mars Schweiz AG).

Otmar Hofer leitet seit Mitte 2017 das Segment Getränke, Convenience und Backwaren der Migros-Industrie. Dazu gehören die Unternehmen JOWA, Bischofszell, Aproz Sources Minérales, Gastina (AT), Bäckerei Hug sowie Sushi Mania. Er trat 2011 als Unternehmensleiter der Bischofszell Nahrungsmittel in die Migros-Industrie ein. Zuvor übte er verschiedene Funktionen im In- und Ausland aus, welche auf sein Studium als dipl. Lebensmittel-Ing. ETHZ folgten.

Mario Irminger ist CEO der Denner AG. Bereits seit 2010 ist er im Unternehmen tätig, zunächst als Leiter Finanzen. Davor war er CFO bei der Heineken Switzerland AG und in verschiedenen Funktionen bei der Ernst & Young AG und der UBS AG.

Muriel Lienau wurde im Juli 2018 zur Marktchefin von Nestlé Schweiz ernannt. Sie kam 1991 als Brand Manager Nestlé Confectionery zu Nestlé Deutschland, bevor sie Marketing Manager Cereal Partners (JV Nestlé & General Mills) wurde. Nach einem fünfjährigen Unterbruch als selbstständige Beraterin für Werbeagenturen und E-Business-Unternehmen kehrte sie 2004 als Communication Director zu Nestlé Deutschland zurück. 2007 wechselte sie als Head of Nescafé Dolce Gusto zu Nestlé France und wurde zum Head der Coffee Division France ernannt. 2015 wechselte sie zum globalen Hauptsitz von Nestlé Waters als Chief Marketing Officer und wurde Mitglied des Executive Boards von Nestlé Waters; diese Position hatte sie bis Juni 2018 inne.

Sophie Michaud Gigon ist seit Juni 2017 Leiterin des Westschweizer Konsumentenverbands (FRC). Zuvor hat sie jahrelang das Westschweizer Sekretariat von Pro Natura geleitet und war Teil der Unternehmensleitung. Nach ihrem Studium der Geisteswissenschaften (Deutsch, Französisch, Politikwissenschaften) startete sie ihre berufliche Karriere auf Bundesebene.

Jörg Reuter ist geschäftsführender Gesellschafter der Grüneköpfe Strategieberatung, die führend ist im deutschsprachigen Raum, wenn es um das Zusammendenken von Markenpositionierungen, Trends und Nachhaltigkeit geht. Mit grünem Herzblut arbeitet Jörg Reuter seit 15 Jahren an der Verbindung von Kundennutzen und Gesellschaftsnutzen in Markenkonzepten. Er hat auf Bauernhöfen gearbeitet und im Pyrenäenvorland Schafe gemolken. Marketingstratege eines Bioverbandes und Koordinator eines Verbundes von Herstellern. Seit 2001 Strategieberater. 2013 eröffnete er zusätzlich «Vom Einfachen das Gute», ein Geschäft, das Lebensmittel und Food Stories verkauft und zu den spannendsten Food-Konzepten in Berlins aufstrebender Food-Szene gehört.

Fritz Rothen ist Geschäftsführer der IP-SUISSE und gehört zu den Gründungsmitgliedern der «Schweizerischen Vereinigung integriert produzierender Bauern und Bäuerinnen». Nach seiner Ausbildung zum Landwirt studierte Fritz Rothen Agronomie an der ETH Zürich und war anschliessend als Landwirtschaftslehrer am Inforama Rütti in Zollikofen tätig.

Prof. Dr. Peter Schneider ist Psychoanalytiker, Satiriker und Autor. Er studierte Philosophie, Germanistik und Psychologie. Er lebt in Zürich und arbeitet dort als Psychoanalytiker. Von 2004 bis 2014 war er Privatdozent für Psychoanalyse sowie von 2014 bis 2017 Professor für Entwicklungs- und Pädagogische Psychologie an der Universität Bremen. Seit 2014 ist er PD für klinische Psychologie an der Universität Zürich und seit 2017 Lecturer for History and Epistemology of Psychoanalysis an der International Psychoanalytic University in Berlin. Ausserdem betätigt er sich seit vielen Jahren als Satiriker (SRF3 und Sonntagszeitung) und Kolumnist (Tagesanzeiger und Bund). Er ist Autor zahlreicher Bücher.

Online anmelden

Datum	Dienstag, 5. November 2019	
Preise	**regulär**	**reduziert für Vereinsmitglieder**
Fachkonferenz	CHF 480.–	CHF 420.–
Breakfast Session	CHF 150.–	CHF 100.–

Die Tagungsgebühr beinhaltet die gesetzliche MwSt. von 7,7 %. Verpflegung und Tagungsdokumentation sind inbegriffen. Die Platzzahl ist beschränkt.

Konferenzsprache Konferenzsprache ist Deutsch. Alle Referate werden, mit Ausnahme der Breakfast Session, simultan ins Französische übersetzt.

Konferenzort Messe Luzern, Forum

brennpunkt-nahrung.ch

Conference Board

Das Conference Board berät die Projektleitung in fachlichen und konzeptionellen Belangen bei der Vorbereitung der Konferenz. Es setzt sich aus nationalen Interessensvertretern der Agrar- und Ernährungswirtschaft zusammen.

Manfred Bötsch, Präsident Conference Board

Prisca Birrer-Heimo, Präsidentin SKS (Stiftung für Konsumentenschutz)

Jacques Bourgeois, Direktor SBV (Schweizer Bauernverband)

Urs Brändli, Präsident Bio Suisse

Peter Braun, CEO Swiss Food Research

Gabi Buchwalder, Wirtschaftspolitik Migros Genossenschaftsbund

René Bühler, Vizepräsident IP-SUISSE

Guido Egli, Managing Director ifm FOOD MARKETING

Stefan Epp, Leiter Region Zentralschweiz fenaco, Leiter Dep. Infrastrukturen/Nachhaltigkeit

Hans Dieter Hess, Leiter Dienststelle Landwirtschaft und Wald Kanton Luzern, Präsident Landwirtschaftsämter Zentralschweiz

Salome Hofer, Stv. Leiterin Wirtschaftspolitik Coop

Werner Hug, VR-Präsident Hug AG

Bernard Lehmann, Direktor BLW

Michael Matthes, Geschäftsleitung, scienceindustries

Eva Reinhard, Direktorin Agroscope

Martijn Sonnevelt, CEO World Food System Center, ETH Zürich

Peter Tresoldi, Geschäftsführer SVIAL

Markus Willimann, Leiter Geschäftsbereich Industrie Emmi

Hans Wyss, Direktor Bundesamt für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen BLV

brennpunkt nahrung

Veranstaltungspartner

Hauptsponsor

IP-SUISSE

Tagungspartner

coop

CSB-System

Emmi

MIGROS

fenaco

KANTON LUZERN
Dienststelle Landwirtschaft und Wald

ZMP Milch bewegt!

Aussteller

IP-SUISSE, Emmi, Heumilch
Start-up Innovation Corner mit: EDAPRO, KITRO, Legria, Nemis Technologies, planted., xFarm

Medienpartner

alimenta
Fachzeitschrift für die Lebensmittelwirtschaft
Publication du secteur alimentaire

BauernZeitung
Von Bauer zu Bauer.

LEBENSMITTEL-INDUSTRIE
Fachmagazin für das Management der Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie

Start-up Innovation Corner Partner:

DSM, Firmenich, scienceindustries, Swiss Food Research, Syngenta

Klimapartner:

Stiftung myclimate

Mit Unterstützung von:

Förderkreis Brennpunkt Nahrung

Messe Luzern, Horwerstrasse 87, 6005 Luzern
Telefon 041 318 37 00, info@brennpunkt-nahrung.ch
Redaktionsschluss: 28. Mai 2019
Konzept und Gestaltung: Messe Luzern

MESSELUZERN