Medienmitteilung, 3. November 2026

ZWISCHEN HERAUSFORDERUNGEN UND CHANCEN: BRENNPUNKT NAHRUNG ZEIGT STRATEGIEN FÜR MEHR WERTSCHÖPFUNG

Am 3. November 2026 fand bei der Messe Luzern die zwölfte Ausgabe der Fachkonferenz Brennpunkt Nahrung statt. Über 300 Teilnehmende erhielten praxisnahe Einblicke in die Möglichkeiten der Wertschöpfung in der Land- und Ernährungswirtschaft. Dabei zeigte sich: Es gibt Spannungsfelder, aber auch Lösungsansätze.

Unter dem Titel «Wertschöpfung im Wandel – Strategien für morgen» rückte Brennpunkt Nahrung die Zukunft der Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft in den Fokus. Referentinnen und Referenten aus Landwirtschaft, Wirtschaft und Forschung beleuchteten, wie sich Wertschöpfung durch Verarbeitung, Differenzierung, starke Marken und Kooperationen entlang der Wertschöpfungskette steigern lässt. Dabei wurden auch aktuelle Spannungsfelder zwischen Markt, Politik und Landwirtschaft sowie die Rahmenbedingungen für eine zukunftsfähige Land- und Ernährungswirtschaft thematisiert.

Konferenzleiterin Barbara Kretz zieht ein positives Fazit: «Die hohe Teilnehmerzahl an der Fachkonferenz Brennpunkt Nahrung unterstreicht die Aktualität und Relevanz des Fokusthemas, die Qualität der Referate und die Bedeutung von Brennpunkt Nahrung als Plattform für den persönlichen Austausch innerhalb der Branche.»

Wertschöpfung aus verschiedenen Blickwinkeln

«Einfach gesagt, ist Wertschöpfung doch, wenn eins plus eins mehr als zwei ergibt.» Mit diesen Worten eröffnete Moderatorin Eveline Kobler die Fachkonferenz. Doch wie entsteht dieses «Mehr als zwei»? Antworten darauf lieferten die Referierenden und zeigten unterschiedliche Einflussfaktoren und Strategien zur Steigerung der Wertschöpfung auf.

Markus Brand, Senior Analytic Consultant Retail Services bei NielsenIQ Schweiz, beleuchtete die Wertschöpfung aus Sicht der Marktforschung und ging insbesondere auf die Bedeutung von Marken bei der Preisgestaltung ein. Dabei verdeutlichte er, dass Vertrauen, vermittelte Werte und Qualitätsversprechen entscheidende Faktoren für Kaufentscheidungen sind. Miriam Richter, Leiterin Direktion Food & Frische bei der Migros Supermarkt AG, befasste sich mit der Bedeutung von Marken und Eigenmarken für die Qualitätsstärkung im Detailhandel. Dabei wurde deutlich: Für Konsumentinnen und Konsumenten ist weniger entscheidend, ob es sich um eine Marke oder Eigenmarke handelt, sondern vielmehr, welche Qualität das Produkt verspricht und welche Werte damit verbunden sind.

Den Blick auf die Landwirtschaft richtete unter anderem Christian Gazzarin von Agroscope. Der Agronom zeigte auf, dass die Wertschöpfung eines Landwirtschaftsbetriebs tendenziell sinkt, je stärker dessen Produktion auf Gras basiert. Aufgrund der vergleichsweise geringen Nährstoffdichte von Gras pro Flächeneinheit benötigt eine grasbasierte Milch- und Fleischproduktion mehr Ressourcen als andere Anbau- und Produktionssysteme.

Am Nachmittag wurden die Themen aus den Referaten in Fachgesprächen vertieft und kritisch diskutiert. Monika Friedli-Walser von der ORIOR Gruppe, Olivier Camille von der Reitzel Group und Aurèle Meyer von der Brauerei Locher

erläuterten, wie sie die Wertschöpfung in ihren Unternehmen weiterentwickeln und welche Potenziale sie für die Zukunft sehen. In einem weiteren Fachgespräch diskutierten Agrarwissenschaftlerin Antonia Ruckli, Prof. Dr. Bernard Lehmann vom Forschungsinstitut für biologischen Landbau FiBL und Landwirt Simon Hauer über die Balance zwischen Unternehmertum und staatlichen Rahmenbedingungen. Dabei brachten sie unterschiedliche Perspektiven und Praxiserfahrungen aus der Schweinemast sowie dem Linsen- und Kartoffelanbau ein.

Bühne für innovative Jungunternehmen
Auch junge Unternehmen aus der Agro-Food-Branche erhielten an Brennpunkt Nahrung eine Plattform. Sechs Start-ups nutzten die Gelegenheit, ihre Geschäftsideen vorzustellen und mit den Teilnehmenden ins Gespräch zu kommen. Im Start-up Innovation Corner sowie bei kurzen Pitches im Plenum gaben sie Einblicke in ihre Zukunftsvisionen und verdeutlichten, mit welchen Ansätzen sie die Land- und Ernährungswirtschaft mitgestalten möchten.

Brennpunkt Nahrung als etablierte Branchenplattform
Ein positives Fazit zur Fachkonferenz zieht auch Christof Dietler, Präsident des Conference Board von Brennpunkt Nahrung und greift mit einem Augenzwinkern die Diskussion um Marken und Eigenmarken auf: «Die diesjährige Fachkonferenz hat gezeigt: Brennpunkt Nahrung ist eine gute Eigenmarke der Messe Luzern. Über die Jahre hat sich die Veranstaltung als wichtige Plattform für den Wissenstransfer und die Vernetzung innerhalb der Agro-Food-Branche etabliert. Wer Impulse und wertvolle Kontakte sucht, kommt an Brennpunkt Nahrung nicht vorbei. Diese Qualität spiegelt sich nun im Vertrauen unserer Teilnehmenden wider – ein schönes Zeichen für die Relevanz der Fachkonferenz.»

Die nächste Fachkonferenz Brennpunkt Nahrung findet am Dienstag, 9. November 2027 bei der Messe Luzern statt.

INFORMATIONEN FÜR MEDIEN

Auskunft
Aline Roesti, Medienkoordinatorin
+41 41 318 37 08

Bilder
Bilder zur Fachkonferenz gibt es im Download-Center.
Zum Download-Center