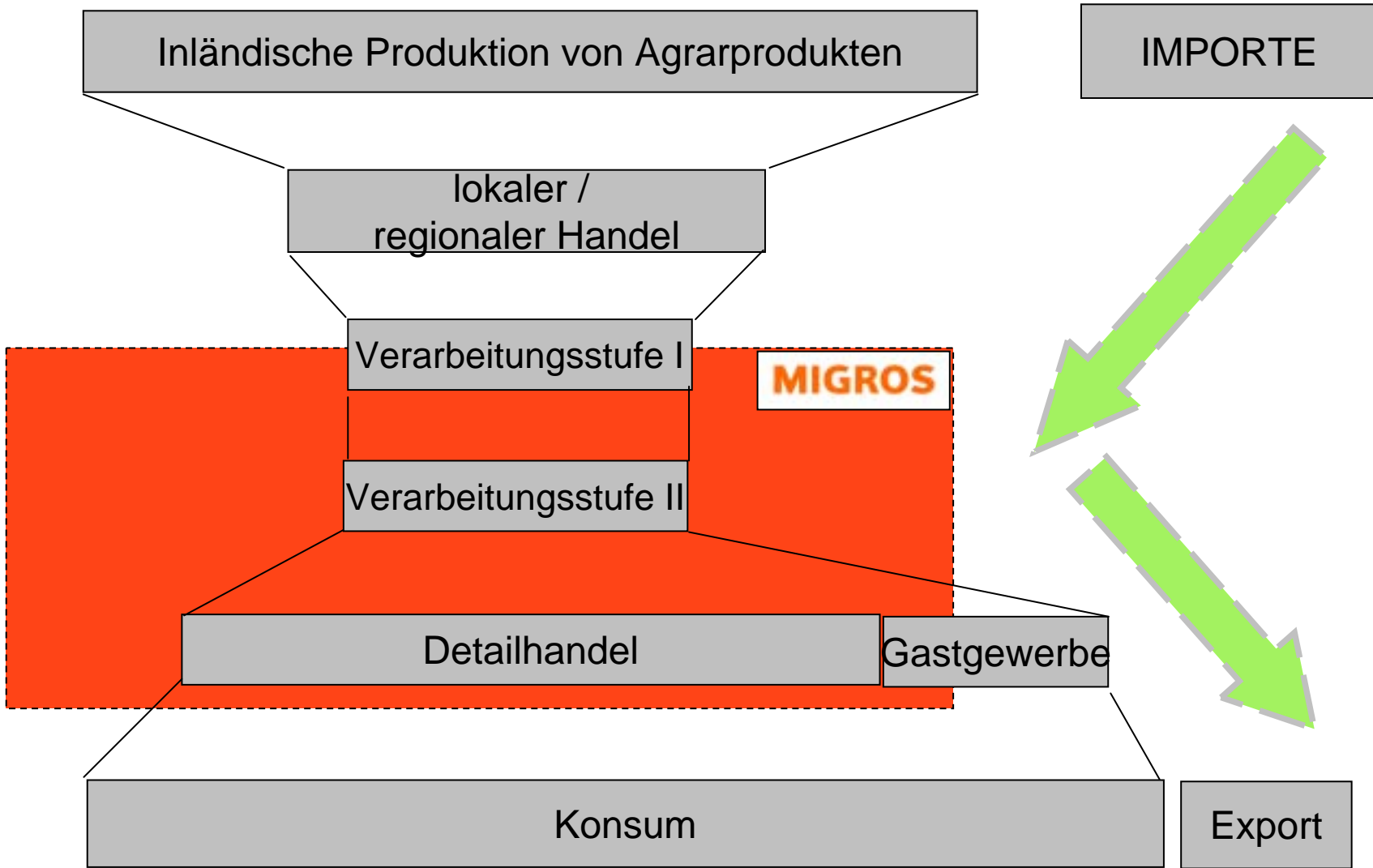

Detailhandel, Konsumenten und neue Landwirtschaft

Workshop IFAJ-Kongress 2005

MIGROS

1. September 05, Thun

Daniel Weilenmann



Beschaffungsstrategie

Landwirtschaft als Partner:

Aufbau von langfristigen, partnerschaftlichen Lieferantenbeziehungen, wenn möglich ohne Zwischenhandel

Übernahme von Verantwortung:

Sicherstellung von Qualität, Rückverfolgbarkeit und Einhaltung der gesetzlichen Normen über die ganze Wertschöpfungskette

best price/quality practice:

Leistungsfähigkeit der Lieferanten wird ständig überprüft

Regionalität:

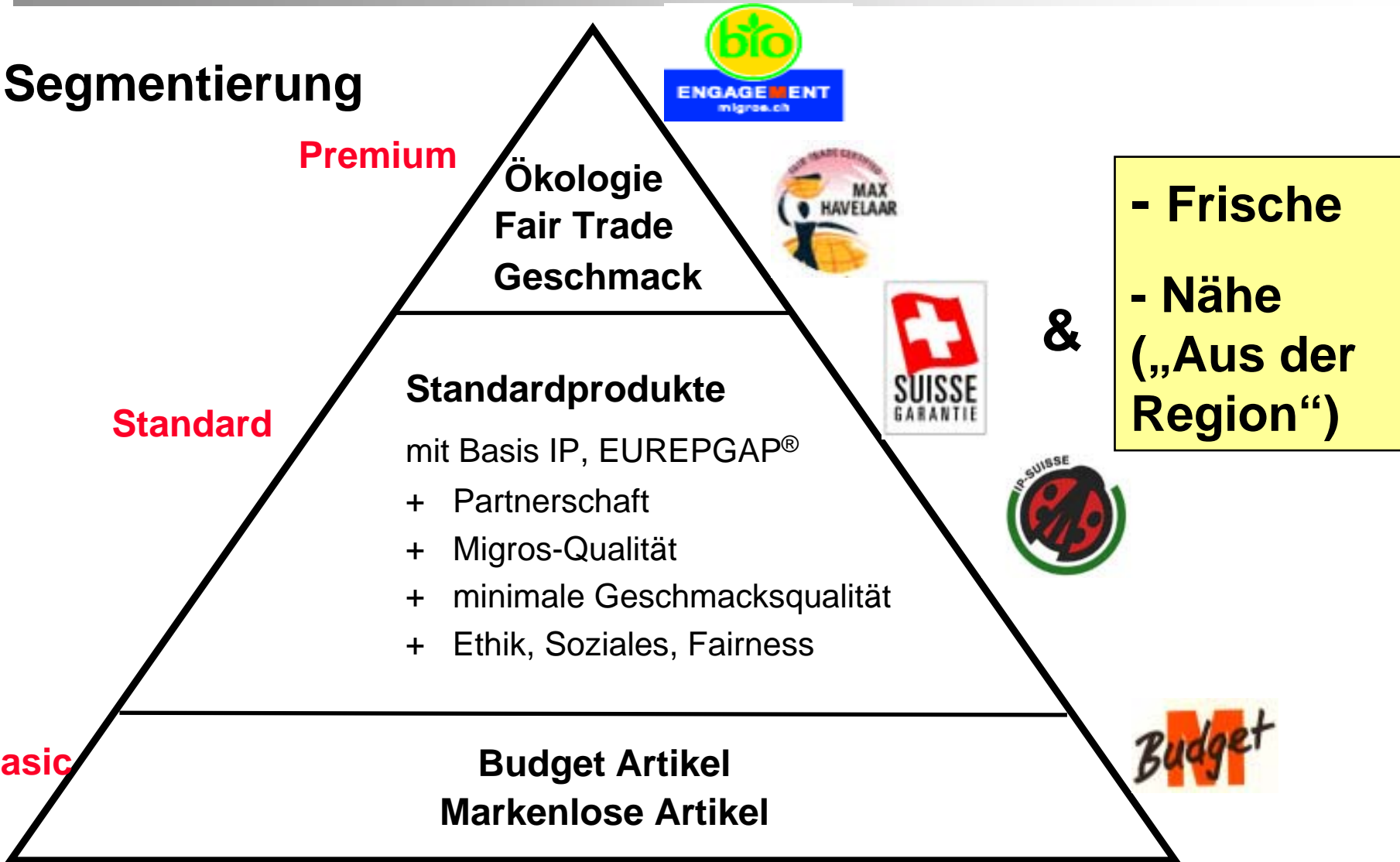
Aus der Region, für die Region

Nachhaltigkeit:

Berücksichtigung unserer sozialen, ethischen und ökologischen Verantwortung („Engagement“)

Absatzstrategie

Segmentierung



Herausforderungen

- **Sicherung der Konkurrenzfähigkeit inländischer Agrarerzeugnisse (Preisdifferenz, Qualität)**
 - **Zunehmender Einkaufstourismus**
 - **Markteintritt Harddiscounter**
 - **Verändertes Konsumverhalten**
- ➔ **Die Migros setzt sich für eine Verbraucherorientierte Agrarpolitik ein, zur Sicherung einer langfristig wettbewerbsfähigen und nachhaltigen Schweizer Landwirtschaft!**