





SVT Tagung 2010
Freitag, 13. April 2010

Chancen der Qualitätsprodukte auf dem internationalen Markt: Vorstellungen und Wirklichkeit
Daniel Weilenmann, Emmi



Agenda




Was exportiert die Schweizer Ernährungs- und Milchwirtschaft – Vorstellungen und Wirklichkeit!

Leistung und Erfolge von Emmi im Export

Was braucht es für den künftigen Exporterfolg?

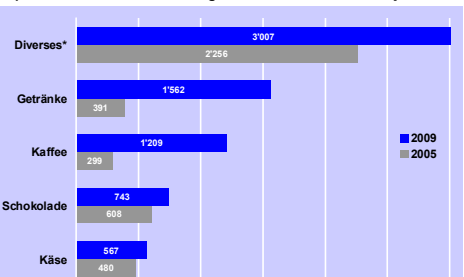
SVT Tagung 2010 - 13. April 2010 Page 2



Vorstellung: Schweiz exportiert vor allem Schokolade und Käse

Getränke und Kaffee haben Schokolade und Käse als Spitzenreiter abgelöst

Exporte der Schweizer Ernährungs- & Genussmittelindustrie [in Mio. CHF]



Kategorie	2009 (Mio. CHF)	2005 (Mio. CHF)
Diverses*	3'007	2'256
Getränke	1'562	391
Kaffee	1'209	299
Schokolade	743	608
Käse	567	480

(Quelle: OZZ)

* v. a. Tabakwaren, Zucker- und Backwaren, Fleisch, löslicher Kaffee, Suppen, Konfitüren, Saucen, Bouillon, Milchprodukte

SVT Tagung 2010 - 13. April 2010 Page 3

Wo ist Schweizer Ernährungswirtschaft im Export aktuell erfolgreich?



- Produkte, bei welchen Schweizer Rohstoffanteil gering ist oder der Preisnachteil von Schweizer Rohstoffen kompensiert werden kann (Schoggigesetz, Verkäsungszulage)
- Produkte, welche von starken Unternehmen geprägt sind (Nestlé, Red Bull, Kambly, Lindt & Sprüngli, Emmi)
- Produkte mit starker Marke
- Produkte, welche über eine vermittelbare Qualität und eine klare Positionierung verfügen

Warum wir im Käseexport nicht erfolgreicher sind?



Emmentaler vs. Leerdamer in Holland



Agenda



Was exportiert die Schweizer Ernährungs- und Milchwirtschaft – Vorstellungen und Wirklichkeit!

Leistung und Erfolge von Emmi im Export

Was braucht es für den künftigen Exporterfolg?

Exportleistung von Emmi



2009 exportierte Emmi direkt oder indirekt rund 400 Mio. kg Milch oder rund 12% der Schweizer Milchproduktion

Direkte Exporte

- Frischprodukte 20 Mio. kg Milch
- Käse 265 Mio. kg Milch
- Regulierexporte 60 Mio. kg Milch
- **Total 345 Mio. kg Milch**

Indirekte Exporte

- via LM-Industrie 55 Mio. kg Milch

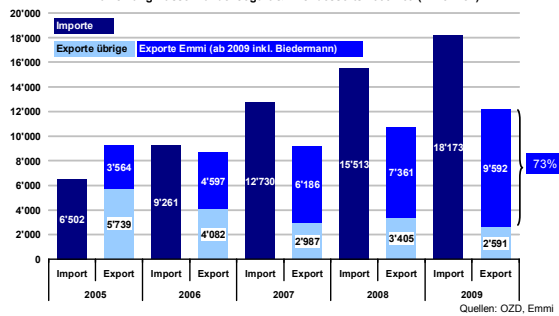
⇒ 400 Mio. kg Milch oder Milchmenge von rund 3'300 Schweizer Milchproduktionsbetrieben

Liberalisierte Märkte als Herausforderung



Emmi tätigt rund 73% aller Schweizer Jogurt- und Milchdessertexporte

Entwicklung Aussenhandel Jogurt & Milchdesserts 2005 - 09 (in Tonnen)



Emmi Erfolgsgeschichten



Caffè Latte: Wir setzen seit Beginn auf Qualität

Ausgewählte Spitzenkaffees



Frisch geröstete Kaffeebohnen







Frisch gebrüht



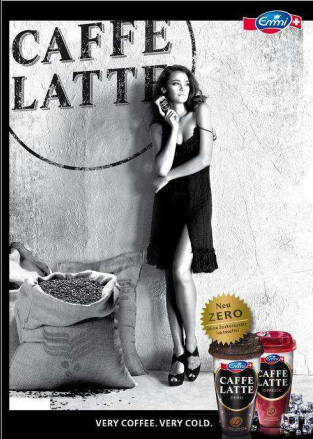
Exklusive Verpackung

SVT Trazzini 2010 - 13. April 2010 Page 13

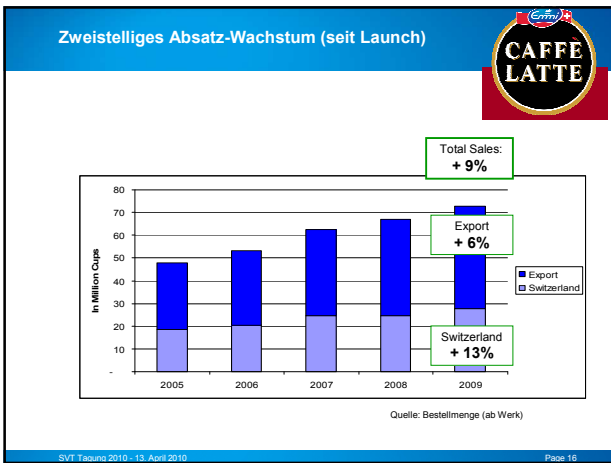
Breite Distribution in Europa

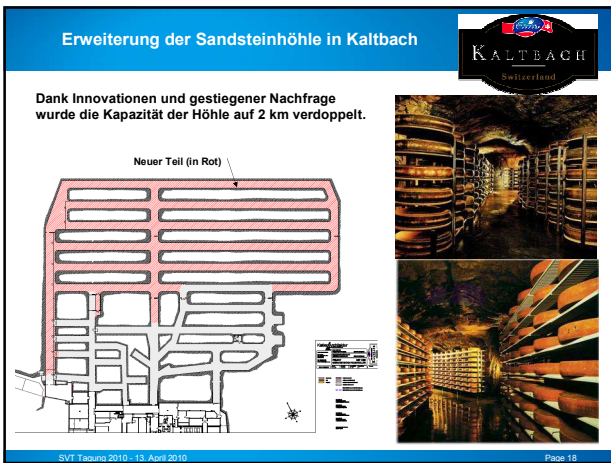
SVT Trazzini 2010 - 13. April 2010 Page 14



VERY COFFEE. VERY COLD.







SWISS Muesli: Fokus auf Geschmack und „made in Switzerland“



Das Originalrezept von Dr. Bircher (erfunden 1902)




- 30% ausgewählte natürliche Früchte
- 7% Vollkorn Cerealien/Ballaststoffe
- Bifidus Kulturen für eine gute Verdauung
-und viel frische Schweizer Milch



SVT Tagung 2010 - 13. April 2010 Page 19

Vorstellung: Emmi hat es geschafft, weil Nachfrage nach Produkten aus der Schweiz gross ist



„Swissness“ allein genügt nicht

- Emmi hat sich etabliert, kämpft aber um jedes Kilogramm und jeden Umsatzfranken
- Marktaufbau funktioniert nicht von heute auf morgen
- Positionierung über Genuss und Herkunft
- Hohe Investitionen in Marktaufbau und Marken
- Klare und verständliche Botschaften

SVT Tagung 2010 - 13. April 2010 Page 20

Agenda




Was die Schweizer Ernährungs- und Milchwirtschaft exportiert – Vorstellungen und Wirklichkeit!

Leistung und Erfolge von Emmi im Export

Was braucht es für den künftigen Exporterfolg?

SVT Tagung 2010 - 13. April 2010 Page 21

Was braucht es für den künftigen Erfolg?



- Vermarktung der Produkte über Wertigkeit und Qualität
- Unternehmen oder Institutionen, welche Mittel für Marktaufbau bereitstellen
- Klare Positionierung von Schweizer Produkte im Ausland
- Klare und verlässliche Rahmenbedingungen für die Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft für die nächsten Jahre (FHAL, Direktzahlungen, Swissness)
- Marktorientierte Schweizer Milchwirtschaft (BO Milch)

Strategischer Fokus international für Emmi



Eine führende Premiummolkerei in Europa und das Unternehmen für Schweizer Käse weltweit



- Erhöhung des Umsatzanteils im Ausland
- Fokus-Märkten Deutschland, Italien, Österreich, UK und USA
- Gezielte Verstärkung durch Akquisitionen und Allianzen
- Wachstum mit Premiumprodukten
 - ⇒ Herkunft Schweiz
 - ⇒ international multiplizierbare Premium-Konzepte

Besten Dank für Ihre Aufmerksamkeit