



Herausforderungen & Chancen
Jahresevent 2017
Heinz Nussbaumer

«Food Aktivist & Geniesser»



Drei grosse Herausforderungen

1. Überleben im Wettbewerb
2. Nachhaltigkeit & Genuss
3. Differenzierung & Kommunikation

HOCHSPANNUNG GARANTIERT!
Nur die Besten überleben
 Der Psychothriller-Schreibwettbewerb von
 Bastei Entertainment und BookRix

Jetzt im Handel!



Migros & Coop beherrschen den Foodmarkt Schweiz ...und expandieren weiter

Duo-Pool Migros & Coop:

Marktanteile im Lebensmittel-Detailhandel

Unternehmen	Anteil
MIGROS	44.9%
COOP	36.1%
Rest	19.0%

80%

Marktanteile bei Patisserie- und Wurstwaren

Unternehmen	Anteil
MIGROS	53.9%
COOP	24.1%
Rest	22.0%

78%

Marktanteile im Bio-Markt

Unternehmen	Anteil
COOP	36.0%
MIGROS	37.9%
Rest	26.1%

74%

Gesamtumsatz von Unternehmen im Detailhandel

Unternehmen	Umsatz (Mia)
Migros-Gruppe	56.1
COOP	44.2
Rest	11.7

Starke Expansion Take Away Konzepte:

Die Take-away-Konzepte der Detailhändler

MIGROS

- Migros Take Away
- Oliva
- Spiz
- Die Take Away
- My Tea
- My Tea
- My Tea

COOP

- Migros Take Away
- COOP
- COOP
- COOP
- COOP
- COOP
- COOP

Nächste Investitionswellen:

- Expansion Take Away Konzepte
- Erneuerung Supermärkte & Angebot
- Digitale Welten & Verbindung Online und Offline → Communitys

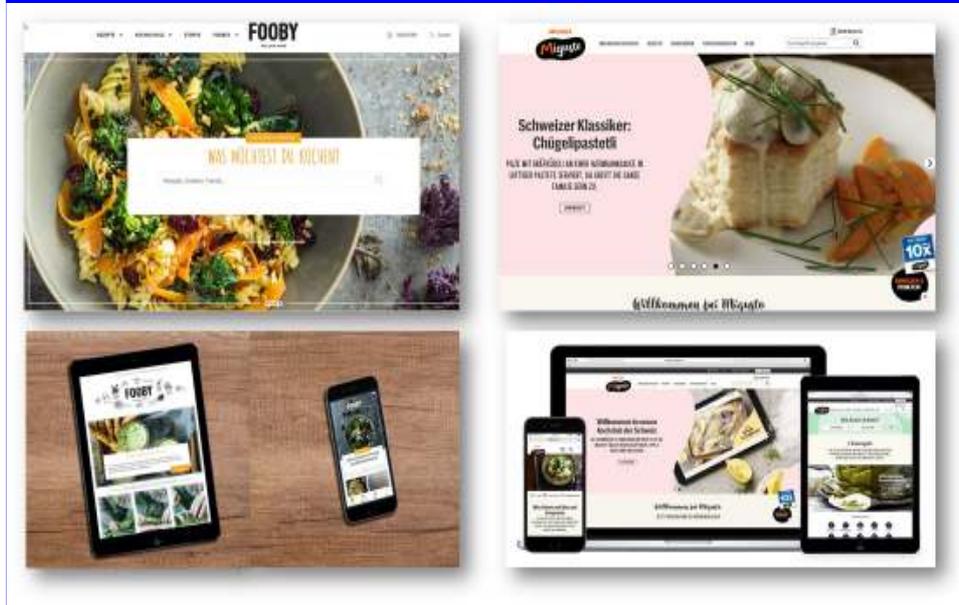
Migros & Coop: Expansion mit Take Away Konzepten



Supermärkte der Zukunft: Frische mit Bäckerei & Gastro



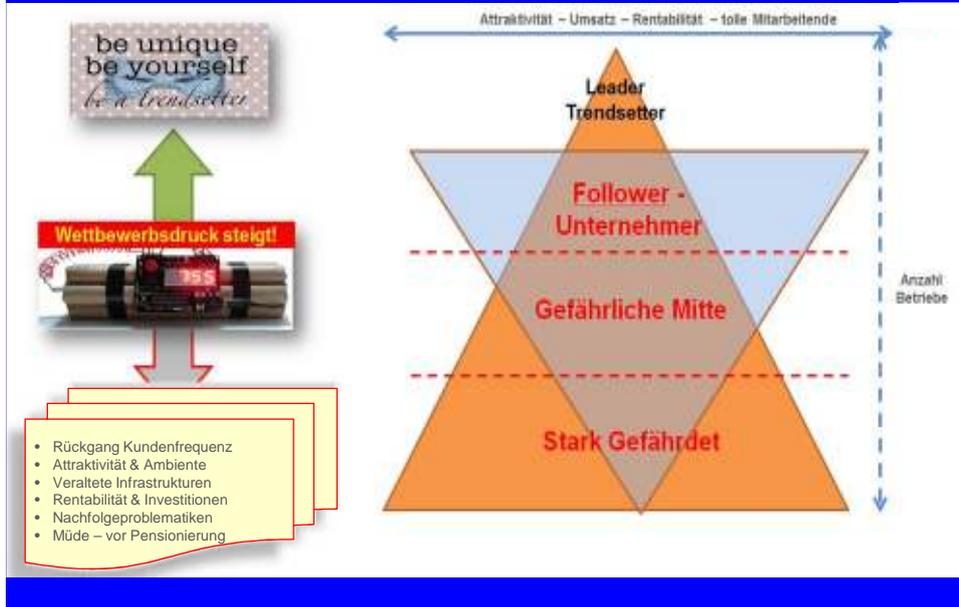
Digitales Marketing - Shoppingwelten verschmelzen



Digitales Marketing – Lust am Essen wecken



Können Kleinbetriebe weiter mithalten?



2. Chance: Nachhaltigkeit und Genuss



Weiter konsumieren wie bisher?



3,3 Erden!



Earth Overshooting Day 2016: 8. Aug.

Schweiz: 13. April

Ressourcen & Geldverschwendung Foodwaste



Wusstest Du:
...dass für ein Kg Brot 23'000 Körner vermahlen werden? Das sind 1'000 Ähren, die auf ein bis zwei Quadratmeter wachsen.

Ressourcen Effizienz wird zum Wettbewerbsfaktor

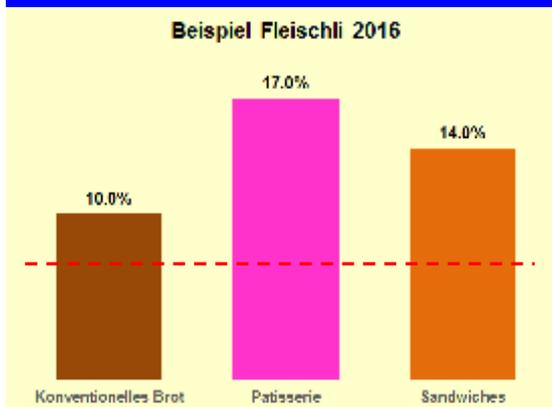
Ver ~~sch~~ wenden?

Effizienz &



Alternativen

Praxisbeispiel: Fleischli 2016 (Jahrestagung 2016/German)

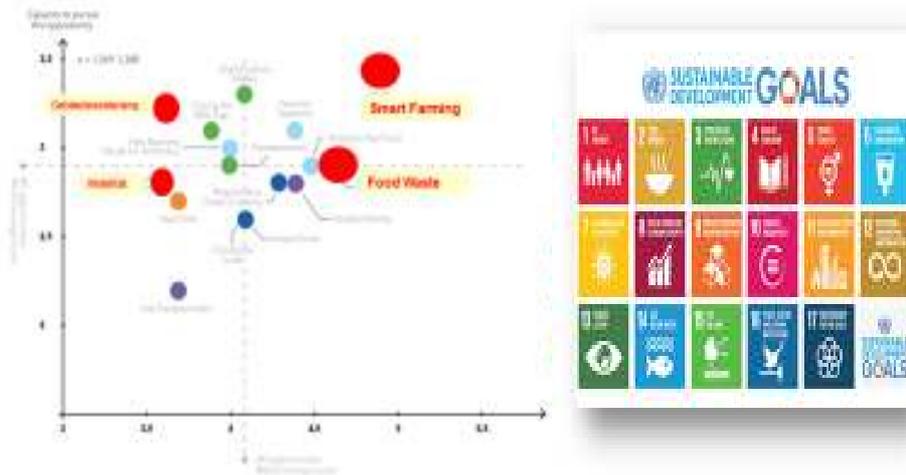


- ✓ **Neuer Zielwert: 6% v. Produktionsmenge**
- ✓ Partner ÄssBar, Zürich
- ✓ Frisch von Gestern in Oberglatt
- ✓ Sensibilisierung Mitarbeiter & Kunden
- ✓ Forcierung Holzofenbrot & Gewicht nach Wunsch
- ✓ Optimierung Angebote

Gesamtmenge alle Filialen: 78 Tonnen / pro Filiale 7 Tonnen
Weitergabe an ÄssBar: 40 Tonnen



Grosse Potentiale Smart Farming & Foodwaste



Konsumverhalten verändert sich



Quelle: Hanni Rützler, Foodtrends 2015/16

- Gesunder Genuss
- Regionaler & Nachhaltiger
- Weniger Fleisch & mehr Gemüse
- Abwechslung & zu jeder Tageszeit

- Kritischere Konsumenten
- Marketing mit Emotionen
- Glaubwürdig & Echt
- Foodwaste ist Thema

Food-Trends HEUTE & MORGEN:



Food-Trends: Schweiz ist BIO-Weltmeister:



BIO-Ausgaben pro Kopf 2015



Mehr Mut für Innovationen!

Innovation heißt wörtlich „Neuerung“ oder „Erneuerung“.

Das Wort ist vom lateinischen Verb **innovare** (erneuern mit **Kreativität**) abgeleitet. In der Umgangssprache wird der Begriff im Sinne von **neuen Ideen** und Erfindungen und für deren wirtschaftliche Umsetzung verwendet.

Im engeren Sinne resultieren Innovationen erst dann aus Ideen, wenn diese **in neue Produkte**, Dienstleistungen oder Verfahren umgesetzt werden, die tatsächlich **erfolgreiche** Anwendung finden und **den Markt durchdringen**.

Das forschende Suchen nach neuen Erkenntnissen oder künstlerischen Lösungswegen und Lösungen setzt **Neugier, Kreativität und Lust auf Erneuerung voraus!**



Schauen unseren Innovationstisch an und gib mir ein Feedback!

Beispiel Frisch von Gestern → ÄssBar

8 Standorte mit Jahr 2016 haben wir mehr als

250 FRISCH VON GESTERN
"KONZEPTE"

225000 NEU SAISON
"KONZEPTE"

500000 WIRTSCHAFTLICHE
"KONZEPTE"

200 BEWERTET IN UNTEREN
"KONZEPTE"

raoul.stoeckle@aess-bar.ch www.aess-bar.ch

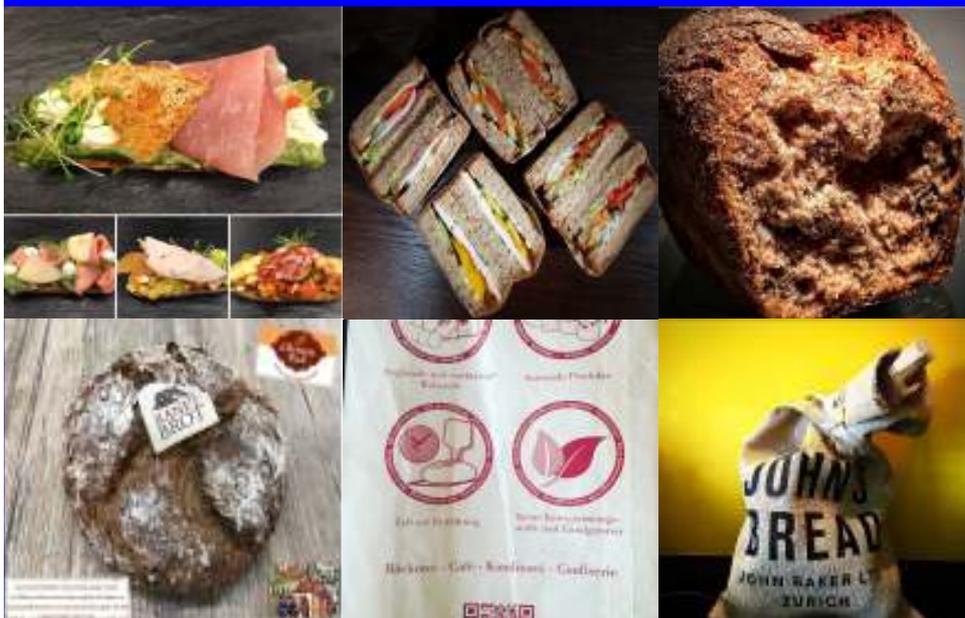
Produkte von 200 Filialen

ÄssBar sucht weitere Standorte & Partner:

Wollen Sie Partner werden oder kennen Sie ein Lokal?

Mail an raoul.stoeckle@aess-bar.ch

Aktuelle Produktinnovationen aus der Branche:



Beispiel: 100% Bern – echter regionaler Genuss



URSPRÜNGLICHE BERNER BACKWAREN ENTDECKEN.

„100% BERN“ bietet Ihnen echten Genuss: Mit Getreide vom Berner Landwirt, mit Mehl aus der Berner Mühle und mit handwerklichem Können Ihrer Berner Bäckerei.

Was unterscheidet ein „100% BERN“ Brot von anderen Backwaren? Vom Getreidekorn bis zum sorgfältig verarbeiteten Mehl stammt alles aus dem Kanton Bern. In der Backstube Ihrer Bäckerei wird das Mehl mit viel Leidenschaft, Geduld und handwerklichem Können zu knusprigen Broten und anderen Spezialitäten verarbeitet. Die gesamte Wertschöpfung mit Landwirt, Mühle und Bäckerei ist im Kanton Bern beheimatet.

100% BERN – KNUSPRIG, NACHHALTIG, REGIONAL

- Hier gemolten: Das Getreide für das hochwertige „100% BERN“ Mehl wächst nach strengen ökologischen Richtlinien auswasmelos auf Feldern von Berner Landwirten.
- Hier gemahlen: Das Mehl wird in der Mühle Burgholz AG, Olten sorgfältig gemahlen.
- Hier gebacken: Handwerklich-Liebevoll gebacken in Ihrer Berner Bäckerei.
- Nachhaltige Produktion mit kurzen Transportwegen.
- Garantiert: ProCert unabhängige Zertifizierungsstelle stellt sicher, dass die Angaben „100% BERN“ eingehalten werden.

Projekt Re- & Upcycling Brot von Gestern:



CHANGE
THE
WORLD



Wusstest Du: ... dass die ersten Bierbrauer vor 5'000 Jahren die Sumerer-Bäcker waren?

DAMN GOOD BREAD BEER



Machen Sie mit bei Altbrotssammlung: heinz.nussbaumer@pistor.ch

Wir suchen weitere Brotsammler:



Machen Sie mit bei Altbrotssammlung: heinz.nussbaumer@pistor.ch

3. Kommunikation und Differenzierung

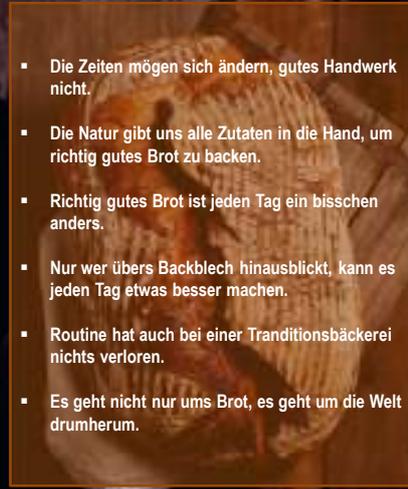
«Gib dem Brot die Seele
und Geschmack zurück...»

www.martinauer.at



« Auszug Brot-Manifest »:

- Die Zeiten mögen sich ändern, gutes Handwerk nicht.
- Die Natur gibt uns alle Zutaten in die Hand, um richtig gutes Brot zu backen.
- Richtig gutes Brot ist jeden Tag ein bisschen anders.
- Nur wer übers Backblech hinausblickt, kann es jeden Tag etwas besser machen.
- Routine hat auch bei einer Traditionsbäckerei nichts verloren.
- Es geht nicht nur ums Brot, es geht um die Welt drumherum.



Differenzierung mit gelebter Kommunikation

www.martinauer.at



Beispiel: Therese Mlk, Vls mit Rezeptbroschre

www.therese-moelk.at



Nachhaltige Differenzierung: Dänemark:

Claus Meyer
Nordischer Fraktionrler
Gründer Baka & Meyersmad

www.meyersmad.dk

Meyers Bageri

Die Platten, Früchte, Beeren und Obst, die wir mit unserer Regel verbinden, sollen fröhlich, frisch, der Vielfalt der erntefrischen und mit in unseren Gedanken stehen.
Mit Zucker und Canelementen führen, die in unserem Kche, unsere Leidenschaft, die unsere Gedanken, das macht herkömmliche, Speisefrchte, heute.
Die Nachfrage nach guten Geschcken, die moderne Mensch, hat sich verändert und Verbraucher, königreich.

von Frank, Claus, Baka, Meyer, 1998, 10, 10

Nordic Food Manifesto
www.norden.org

HYGGE

Niels L. Brandt
Knigreichlicher, Toppastafabrikant, Gift, Food, Food & Service

«Der Markt nicht ausbauen, sondern, nachhaltigen, Baka und des, Baka, Baka und Achtung, zu den, Menschen, Teilzeit der, Natur, sind einige der, Trends, die wir 2016-18 sehr deutlich sehen.»

«Beschaffung und Vertrieb von Lebensmitteln ist die neue Plattform, um mehr und mehr zum Marktbesitzer und Partner, werden zu sein.»

«Alle Anbieter und Produkte müssen eine Geschichte haben, die einfach zu erzählen und zu verstehen ist.»

«Das Angebot muss der Nachfrage und den Trends entsprechen.»

1. Mehr Menschen werden «Foodies»
2. Clean Eating: frische und organische Essen, Convenience für den Q&M, lnker, gekühlt zu sein.
3. Be the Change: Verantwortung, Verbraucher, Löse für mehr, Nachhaltigkeit, Trends.
4. Hygiene, Transportzeit, Nähe
5. Location & Ambiente & Services
6. Premium – das geht einher, der wichtigste Indikator
7. Mehr Gewinne, Früchte & Saft in Jhr
8. Preis für: Zucker, Antioxidantien, Zusatzstoffe, Oliven, oder Lbweiz.

> Liste der trendigen Hot-Spots bei Heinz Nussbaumer beziehbar

«VISION SWISS BAKERS 2020»

Transparenz Verantwortung gegenüber nachfolgenden Generationen anhaltend

soziale Gerechtigkeit

Fairness gegenüber den

Stabilität

Beständigkeit

Zukunftsorientierung

Sustainability

gleichbleibende Qualität

Regeneration

umweltfreundlich

Erhalt der Umwelt

ressourcenschonend

Recycling

«Organic»

food

local

Man soll dem Leib etwas Gutes bieten, damit die Seele Lust hat, das was man isst

«Gesunder Genuss»

UNITED AGAINST WASTE

Arbeite in der Arbeitsgruppe Kommunikation mit:



Melde Dich bei: heinz.nussbaumer@pistor.ch



MIT OPTIMISMUS NACHHALTIG UNTERWEGS IN DIE ZUKUNFT!



DANKE



**United Against Waste bietet Lösungen
– nächste Daten - :**



- **Nächster Termin: 12. April 2017**
Generalversammlung United Against Waste in Alberswil
- **Nächste Kursdaten Profikurse 2017:**

Frische Ideen und Austausch: Fachkurs für Profis

Der Kurs **Unternehmenskultur verstehen – ein Baustein für die Diversität und Ihren Erfolg** bietet sich an, um sich zu Redatoren von Unternehmenskulturen, erfahren Sie, wie Sie für mehr Flexibilität und so langfristige Innovationen im eigenen Betrieb sorgen – von der Planung bis hin zur Kommunikation mit Stakeholdern.

Kursinhalte

- ✓ Bedeutung der Unternehmenskultur – was bringt es, was braucht es?
- ✓ AMBA Masterplan – Das Study and Workshop
- ✓ Anpassung – von Leitlinien bis zur Kommunikation der Qualitätskultur
- ✓ Innovation – Culture Central ganz anders!
- ✓ Einbezug der Mitarbeiter: von 2008 bis zum Erfolg
- ✓ Mit besten Verkaufsergebnissen die Kultur einführen
- ✓ Themenreihe wird praktische Übungseinheiten
- ✓ Praktische Instrumente Umsetzung

Zielgruppe

Beste Voraussetzung für Führungskräfte und Geschäftsverantwortliche aus allen Bereichen der Industrie sind geeignet. Die Teilnahme wird von allen für Kultur-Verantwortlichen empfohlen.

Referenzen

Der Kurs wird durch UNW angabebasiert und inhaltlich durch Fachexperten gestützt.



Alexander Hecht, CEO der Kantonbank



Peter Buehler, CEO Kantonbank

Unterstützt durch:

- ✓ Hilti Group Culture Team (CH, Germany)
- ✓ Culture Fit Beratung von United Food Solutions (Thurgau)

Bestenfalls Personen:

- 114 (2016 - Mitglieder)
- 114 (2016 - Mitglieder von United Against Waste)

Termin & Ort

- ✓ 04. April 2017 in Thurgau
- ✓ 21. Mai 2017 in Grenchen
- ✓ 19. September 2017 in Thurgau
- ✓ 07. November 2017 in Thurgau

www.unw.ch | 052 711 1120 | info@unw.ch | 052 711 1120