

**Fokus Food Save 2024**  
**– Gemeinsam Chancen**  
**nutzen!**

*28. Juni 2024, 09.00-15.00 Uhr*

*Kongresszentrum Kreuz  
Zeughausgasse 41  
3011 Bern*





Wie schaffen es Produkte erfolgreich ins Regal?

# Agenda

---

- Ein starkes Team WICK AG & GALLINA BIO AG
- Erfolgsfaktoren/Listung
  - Produktinnovation
    - Kreislauf-Wirtschaft
  - Distributionskanäle / Vertriebsstrukturen
  - Kundenbedürfnisse / Wettbewerb / Marketing
- Fazit

# Ein starkes Team



## Kurt Wick

verantwortlich für Schlachtung, Verarbeitung & Verkauf



«Die Wick AG verarbeitet und produziert Geflügelprodukte nach höchsten Schweizer Qualitätsstandards. Für uns ist es wichtig, dass unsere Schweizer Lieferanten möglichst kurze Transportwege für die Anlieferung haben und schlussendlich das ganze Tier nachhaltig und vollständig verarbeitet wird. Mit unserem Know-how und der langjährigen Tätigkeit in der Fleischverarbeitung sind wir in der Lage, hochwertige Produkte für jeden Geschmack herzustellen. Und darauf sind wir stolz.»



# Wick AG, Fakten



---

Herstellung von TK-Produkten (Hamburger, Meatballs, Cevapcici) und Konserven

---

Herstellung von Katzen- und Hundefutter (Nassfutter, BARF und Snacks)

---

Start Dez. 2023 mit Geflügelschlachtung und –verarbeitung

---

35-40 Mitarbeitende

---

Produzierte Menge Lebensmittel: 60-80 Tonnen pro Woche  
Petfood: 20-30 Tonnen pro Woche

---

Standort: Frauenfeld, Schweiz

## Roman Clavadetscher

verantwortlich für den Lebendtierbereich



«Die Gallina Bio AG engagiert sich seit vielen Jahren gegen das sinnlose Töten von männlichen Küken. Anstatt am ersten Tag getötet zu werden, dürfen sie auf Bio-Bauernhöfen leben. Ebenso fördern wir die Weiterverarbeitung von alten Legehennen.

Heute werden über 1 Million Hühner zu Biogas entsorgt. Wir setzen diesem Food Waste ein Ende, indem diese bei der Wick AG zu Geflügelprodukten verarbeitet werden.»



# Erfolgsfaktoren / Leistung

1

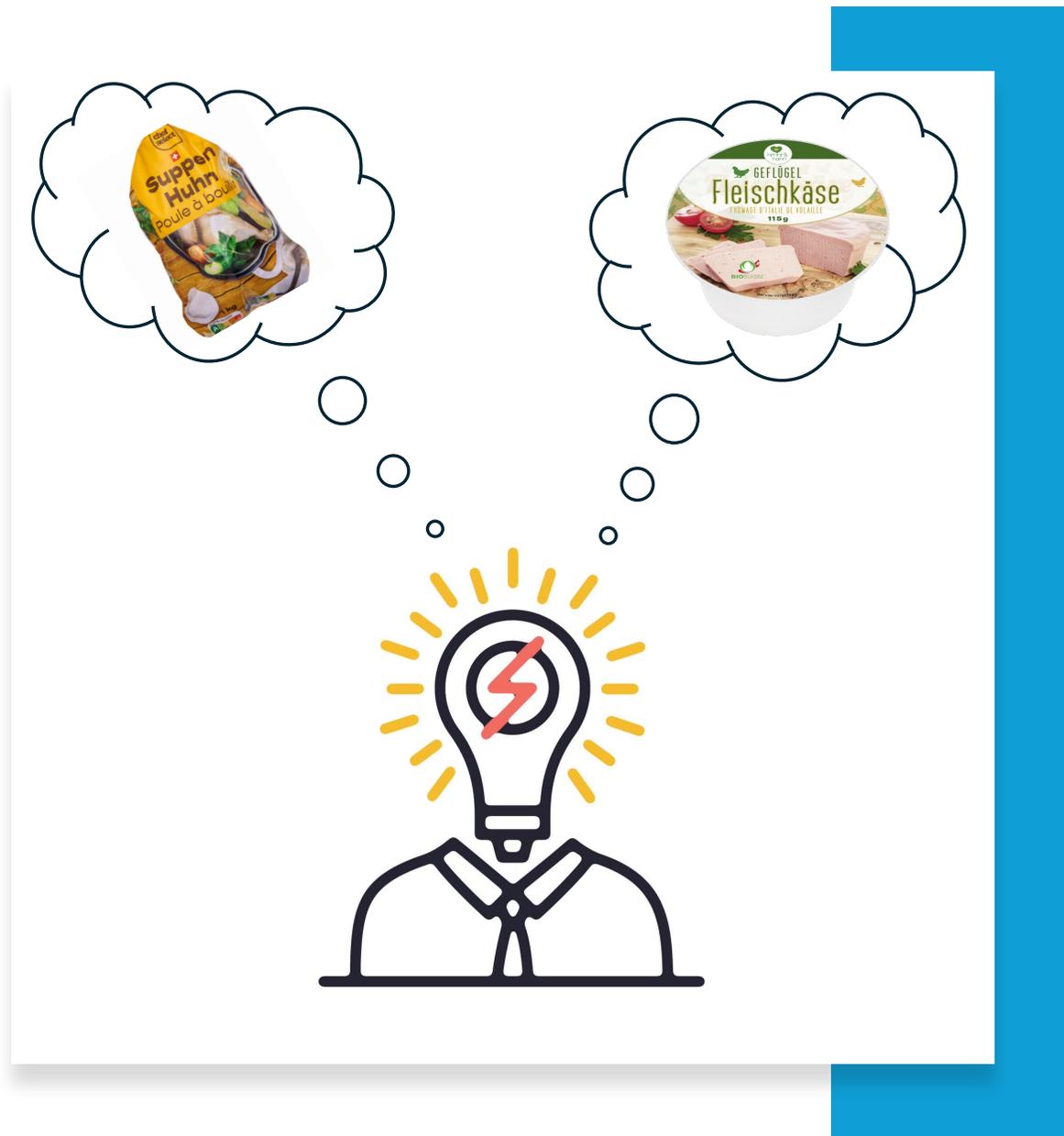
## Produktinnovation

Neue und innovative Produkte entwickeln und auf den Markt bringen.

- Markt- / Verkaufsfähigkeit
- Preis
- Produktionskapazitäten
- Logistik
- Haltbarkeit
- Abschreiber Potenzial
- Food Waste
- In-Out !



# Innovation / Ideen-Entwicklung



# Innovation

## Henne&Hahn

# Kreislauf-Wirtschaft



**hosberg**  
Bio aus Leidenschaft



Wir denken: Nein.

**Darum gibt es bei uns Henne & Hahn.**  
Beim sogenannten Bruderhahn-Konzept werden auch die männlichen Tiere mit viel Liebe aufgezogen.



**GALLINA**



Erhältlich im Fachhandel



natura  
**PET**

**Komplett-Verwertung**  
Wertvolle Schlachtnebenprodukte werden zu hochwertiger Schweizer Tiernahrung verarbeitet.



Tiergerechte Haltung und Verarbeitung



# Innovation

## Legehennen \*

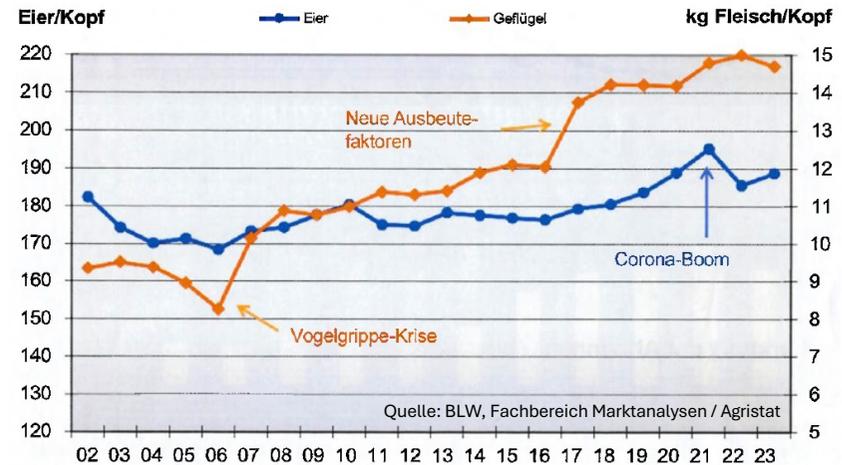


Ausgangslage: Die Hälfte aller Schweizer Legehennen werden nicht als Nahrungsmittel verwertet, sondern der Biogas-anlage zugeführt.

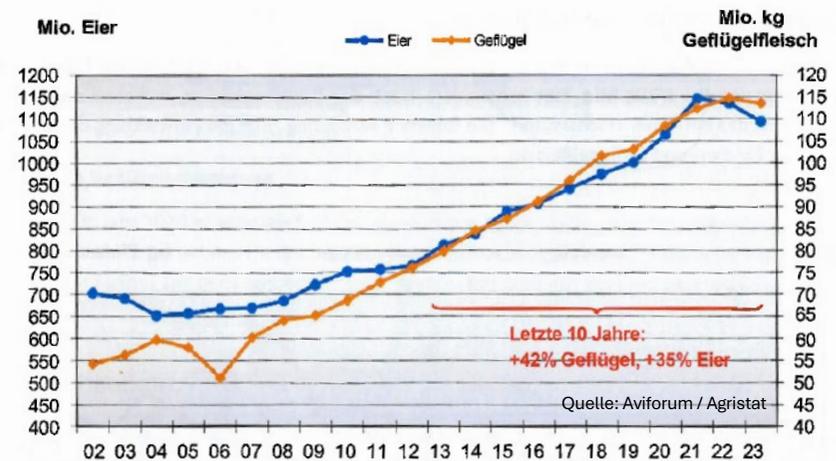
Fakten 2022: 2.5 Millionen Schweizer Legehennen -> 1.5 Millionen davon werden «gefoxt» und Biogasanlagen zugeführt.

Idee: Schweizer Legehennen verwerten statt vernichten, Foodwaste reduzieren.

\* Legehennen = Suppenhuhn = Althenne



Ortsanwesende Bevölkerung 2023: 9.01 Mio. (+100'000)  
 Ø jährliche Zunahme letzte 5 Jahre: 90'000 Personen



# Erfolgsfaktoren / Leistung

2

## Distributionskanäle / Vertriebsstrukturen

- Die Auswahl der richtigen Vertriebswege ist entscheidend für den Erfolg eines neuen Produkts.
- Aufbau eines effektiven und skalierbaren Vertriebssystems, um das Produkt in grossem Massstab anbieten zu können (Direktvertrieb, Detailhandel, Einzelhandel, weitere Kunden; In-Out-Aktionen; .....)
- People Business

# Erfolgsfaktoren / Leistung

3

## Kundenbedürfnisse / Wettbewerb / Marketing

- Es ist wichtig, die **Bedürfnisse** und Präferenzen der **Verbraucher** zu verstehen, um das Produkt optimal anzupassen.
- Ein Blick auf die **Mitbewerber** liefert wichtige Erkenntnisse für die eigene Strategie.
- Entwicklung einer integrierten **Marketingstrategie**, um Bekanntheit und Nachfrage zu steigern.

# Erfolgsfaktoren / Listung

-> Kundenbedürfnisse



## Nachhaltigkeit

Verwendung umweltfreundlicher Materialien und Vermeidung von Plastik. CO2-Abdruck. Food Waste.



## Nutzerfreundlichkeit

Intuitive Handhabung und einfache Öffnung der Verpackung.



## Attraktives Design

Ansprechendes, modernes Design, das die Aufmerksamkeit des Kunden weckt.



## Gesundheit

Faktoren für eine gesunde und bewusste Ernährung miteinfließen lassen.



## Informativ

Klare Kennzeichnung der Inhaltsstoffe und Nährwertangaben.

# Zusammenfassung & Fazit

Produktinnovation 

Distributionskanäle / Vertriebsstrukturen

Kundenbedürfnisse



Marketing



Wettbewerb



People Business



Durch die Kombination aus innovativen Produktideen, attraktiver Verpackung und effizienten Vertriebsstrukturen/Distributionskanäle können Unternehmen ihre Produkte erfolgreich auf den Markt bringen und langfristig platzieren.

# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

