



**DANK DIGITALISIERUNG NÄHER BEI DEN
KONSUMENTEN UND LIEFERANTEN**

ABLAUF

WER WIR SIND

Kurze Firmenvorstellung. Wichtigste Zahlen und Fakten sowie Position auf dem Markt.

DIGITALISIERUNG

Digitalisierung in der Milchverarbeitung. Gründe und Umsetzung im Unternehmen.

KOMMUNIKATION

Veränderung der Beziehung zu den Lieferanten, Kunden und Endkonsumenten.

ZUKUNFT

Wohin kann die Digitalisierung führen.





U N T E R N E H M E R G E F Ü H R T

Das Ostschweizer Familienunternehmen wird in zweiter Generation von Christof und Markus Züger geführt.
Am Standort Oberbüren wird frische, regionale Qualitätsmilch zu Frischkäse- Produkten verarbeitet.

V O N O B E R B Ü R E N I N D I E G A N Z E W E L T

TEAM GESCHÄFTSLEITUNG

Jeder Unternehmensbereich wird von einem
Geschäftsleitungsmitglied geführt.





FACTS AND FIGURES

28'000 Tonnen

Das sind 6% der Schweizer Käsemenge und 7% der Schweizer Buttermenge.

130 Mio. kg Milch

5% der Schweizer Milchmenge werden am Standort Oberbüren verarbeitet.

170 Mio. CHF

Als 5-Grösster Milchverarbeiter der Schweiz sind wir in den letzten Jahren enorm gewachsen.

250 Mitarbeitende

Züger Frischkäse AG ist in der Region Ostschweiz einer der wichtigsten Arbeitgeber.

STANDORTE



OBERBÜREN

WERTSCHÖPFUNG SPRODUKTE

Produkte im attraktiveren
Preissegment. Mehrwert der
Schweizer Milch kann am Markt
umgesetzt werden kann.



HAWANGEN

PIZZA- MOZZARELLA PRODUKTION

Produktion von international
vermarktbaren Produkten aus EU-
Milch. Belieferung unserer
Exportmärkte in der EU und Übersee.



KISSLEGG

PRODUKTION VON SPEISEMOZZARELLA

Reiben und Abpacken von
Pizzamozzarella. Produktion von
Speisemozzarella für den EU-Markt in
Bio und konventioneller Qualität.

MEILENSTEINE

1984

ENTWICKLUNG
MOZZARELLA
PRODUKTION

Wegweisend war der Entscheid, statt der traditionellen Käsesorten die noch wenig bekannten Mozzarella-Produkte herzustellen.

1998

GRÜNDUNG
ZÜGER
FRISCHKÄSE AG

Offizielle Firmengründen am Standort in Oberbüren. Erste Belieferung der Gastronomie mit Pizza-Mozzarella gerieben.

2007

AUFBAU
EXPORTMARKT
EU UND ÜBERSEE

Die Liberalisierung des Käsemarktes wurde als Chance erkannt und Märkte konnten erfolgreich aufgebaut werden.

2018

INBETRIEBNAHME
WERKE IN KISSLEGG
UND HAWANGEN(DE)

Mit den Produktionsstandorten eröffnen sich neue Marktchancen für den Export. Kapazitäten wurden geschaffen.





400

REGIONALE MILCHLIEFERANTEN

Enge und partnerschaftliche Zusammenarbeit mit den Milchlieferanten. Ein eigenes Programm um den Mehrwert der Schweizer Milch besser vermarkten zu könne.

Swiss Family Milk
Dafür stehen wir auf – jeden Tag!

DIGITALISIERUNG IN DER MILCHVERARBEITUNG



KOMPLEXITÄT

700 Fertigprodukte und
Handelsartikel, die Vielfalt der
Handelsmargen
→ 2500 Verpackungskomponenten



RENTABILITÄT

Margendruck steigt.
Leistungsfähigkeit ist gefordert.

Handel fordert Mehrarbeit/leistung
ohne dafür zu zahlen, angeblich
fordert der Konsument dies!



STANDORTE

Schnittstellen zu den
Schwesterunternehmen.

Industrie 4.0

DIGITALISIERUNG IN DER MILCHVERARBEITUNG



ERP-SYSTEM



CHARGIERUNG



LOGISTIK



EDI SCHNITTSTELLEN



STAMMDATEN



KONSUMENTEN



SWISS FAMILY MILK



TECHNIK UNTERHALT

— VERÄNDERUNG IN DER KOMMUNIKATION




• Lieferanten; E-Mail Kommunikation, Online, Leistungsfähigkeit

• Kunden; Spezifikationen, Datenblätter, Audits, Online-Ausschreibungen, etc.

• Konsument; Anspruchsvoller, Kritischer, Werbung muss Mehrwert sein, Überflut an Informationen

ZUKUNFT DER DIGITALISIERUNG

An icon depicting various data and technology symbols such as a server rack, a magnifying glass, a folder, a gear, a padlock, and a document.

DATEN

Datenverfügbarkeit
und Datenaustausch
wird Standard.
Gläserne Fabrik.

An icon showing a red arrow pointing upwards against a blue background with white stars and dots, symbolizing growth and value.

MEHRWERT

Kommunikation eines
Mehrwertes des
Produktes durch die
neuen Medien
vereinfacht.

An icon of a Mozzarella cheese package with a Swiss flag and the word 'Mozzarella' written on it, next to some vegetables.

KRITISCH

Der Konsument wird
kritischer. Aussagen
werden hinterfragt.
Werbung muss
glaubwürdig sein.

A gourmet burger is the central focus, served on a wooden plate. The burger features a vibrant red tomato bun, a layer of zucchini, fresh green basil leaves, and a mushroom patty. To the left of the burger, there is a slice of rustic, golden-brown bread. The background is softly blurred, showing a wooden surface and a dark metal mug. The overall aesthetic is warm and natural.

TROTZ DER DIGITALISIERUNG

LEBENSMITTEL – MITTEL ZUM LEBEN,
FÜR MENSCHEN VON MENSCHEN