Switzerland Cheese Marketing

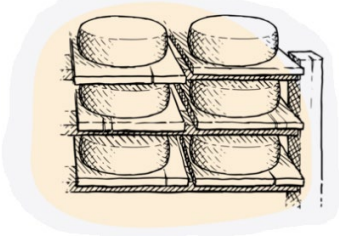
Schweizer Käse
Quo vadis?

David Escher, CEO SCM AG

Bern, 12. April 2023

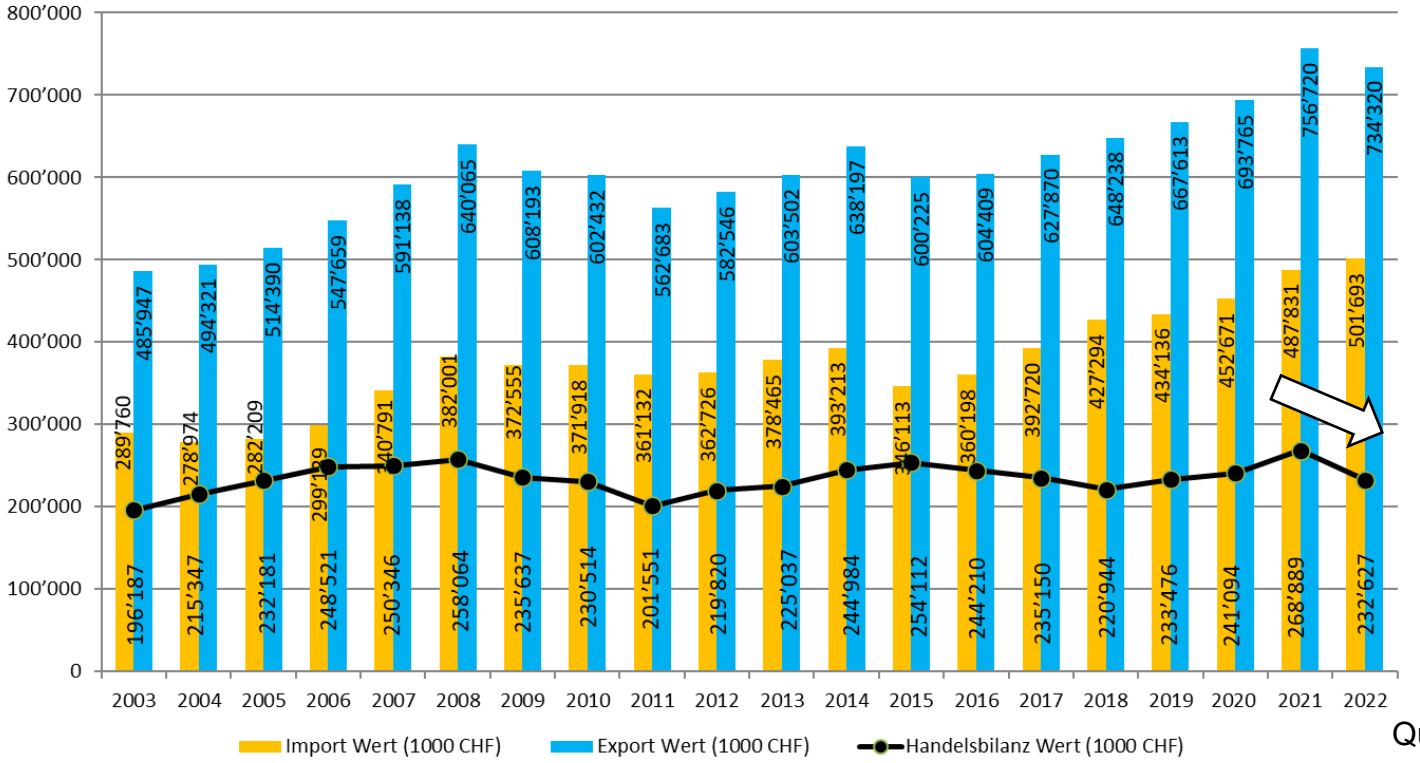
Die Entwicklung vom Käse in der Schweiz

	Jahr 2000		Jahr 2022
Produktion	167’381 Tonnen	**+20.6%** →	201’937 Tonnen
Konsum	19.1 kg	**+45.2%**	22.9 kg
	140’518 Tonnen	→	203’997 Tonnen
	7.204 Mio. Einwohner		8.849 Mio. Einwohner



Quelle: TSM / MISTA / BFS

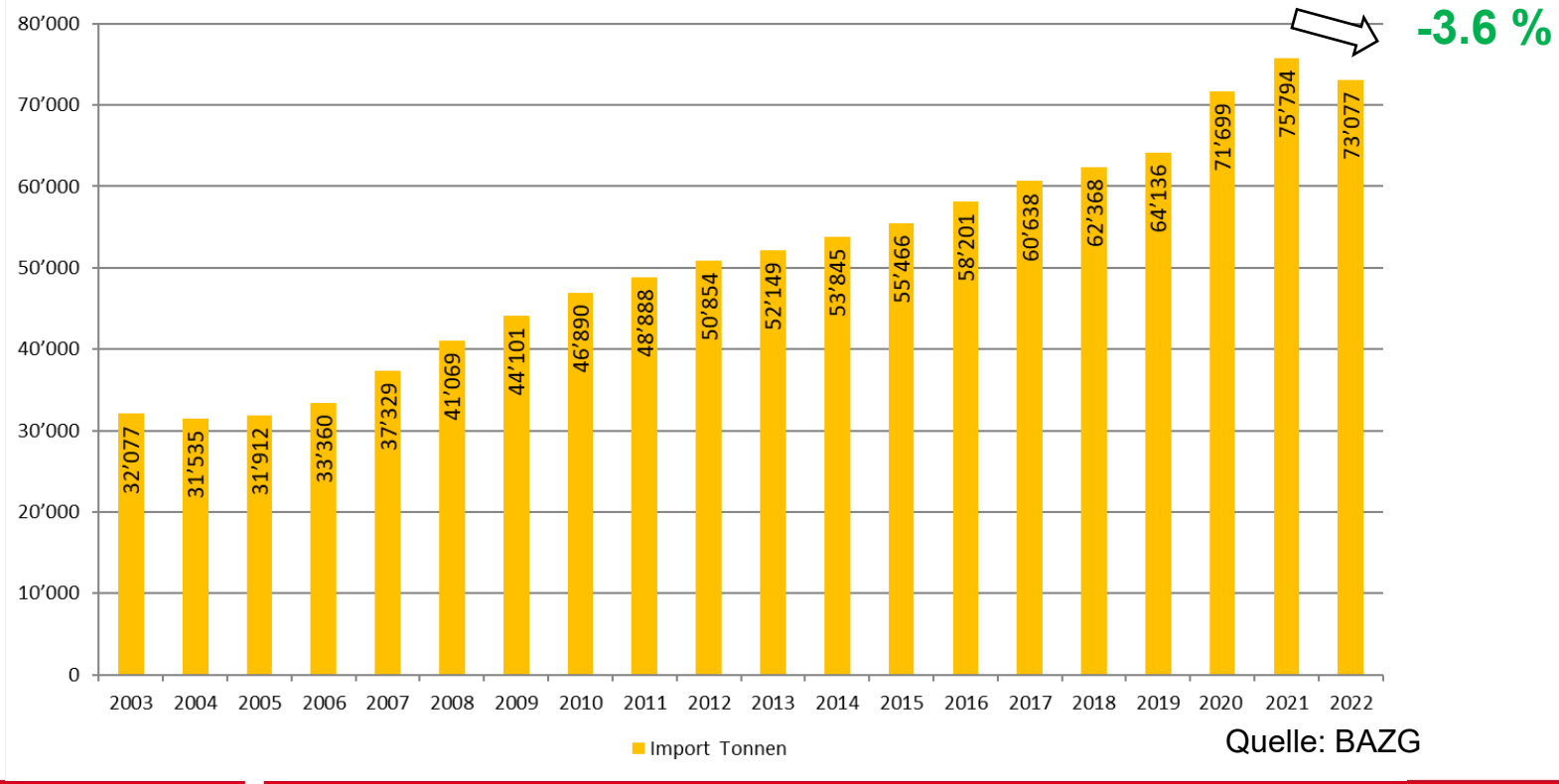
Entwicklung der Handelsbilanz in 1’000 CHF



-13.5 %

Quelle: BAZG

Käseimportentwicklung (Menge, T)



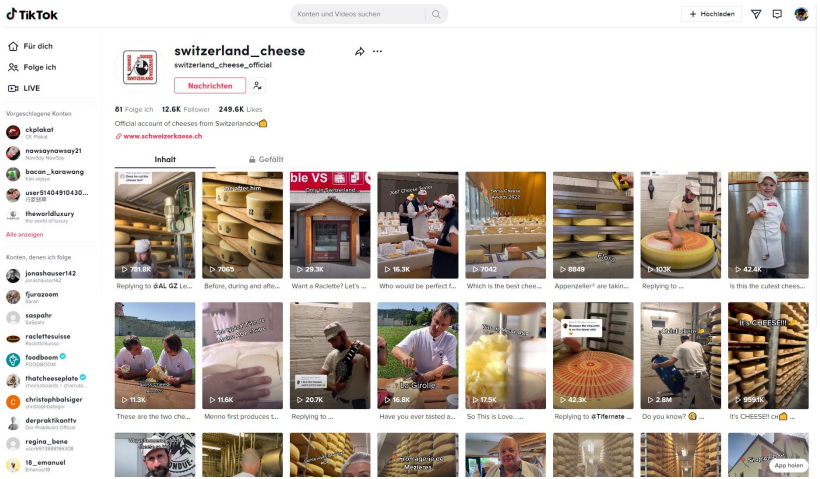
Quelle: BAZG

Käseimporte 2022

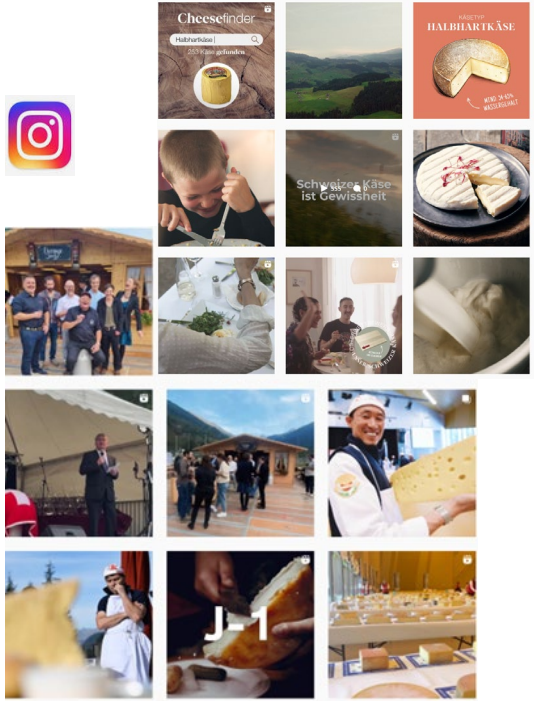
- Im 2022 sind die Käseimporte um -3.6% oder -2’717 Tonnen zurück-gegangen; zu einem Durchschnittspreis von 6.87 CHF/kg. Insgesamt wurden 73’077 Tonnen importiert.
- Verloren haben insbesondere die Kategorien Halbhartkäse (-955 Tonnen, -6.7%) und Hartkäse (-650 Tonnen, -9.5%)
- Hauptimportwaren bleibt Frischkäse (über 40% Marktanteil) mit einem Importpreis von 5.20 CHF/kg.
- Mehr als ein Viertel der Importe kommen aus Deutschland mit einem Durchschnittspreis von 4.72 CHF/kg.

Digitale Kommunikation in der Schweiz

Social media: TikTok, Facebook, Instagram, usw.



https://www.tiktok.com/@switzerland_cheese



SCHWEIZ SUISSE SVIZZERA SWITZERLAND

Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse.
www.schweizerkaese.ch

Promotion «Vielfalt» mit SCA Winner Box

Ziel: Absatzförderung für Schweizer Käse ankurbeln

Mechanismus: Kaufbeleg einreichen und an Wettbewerb teilnehmen

Gewinn: 222 Swiss Cheese Awards Winner Boxen mit einer Selektion an SCA Kategoriensiegern

(Edition 1 mit GRU, APP, SBR & Rose d'Ogoz)

Bewerbung: Omni Channel (digital & print)

Timing: Start am 14.11.2022 bis Ende 2022

Winner Box Nummer 2 im Frühling 2023

PR und Partnerschaften

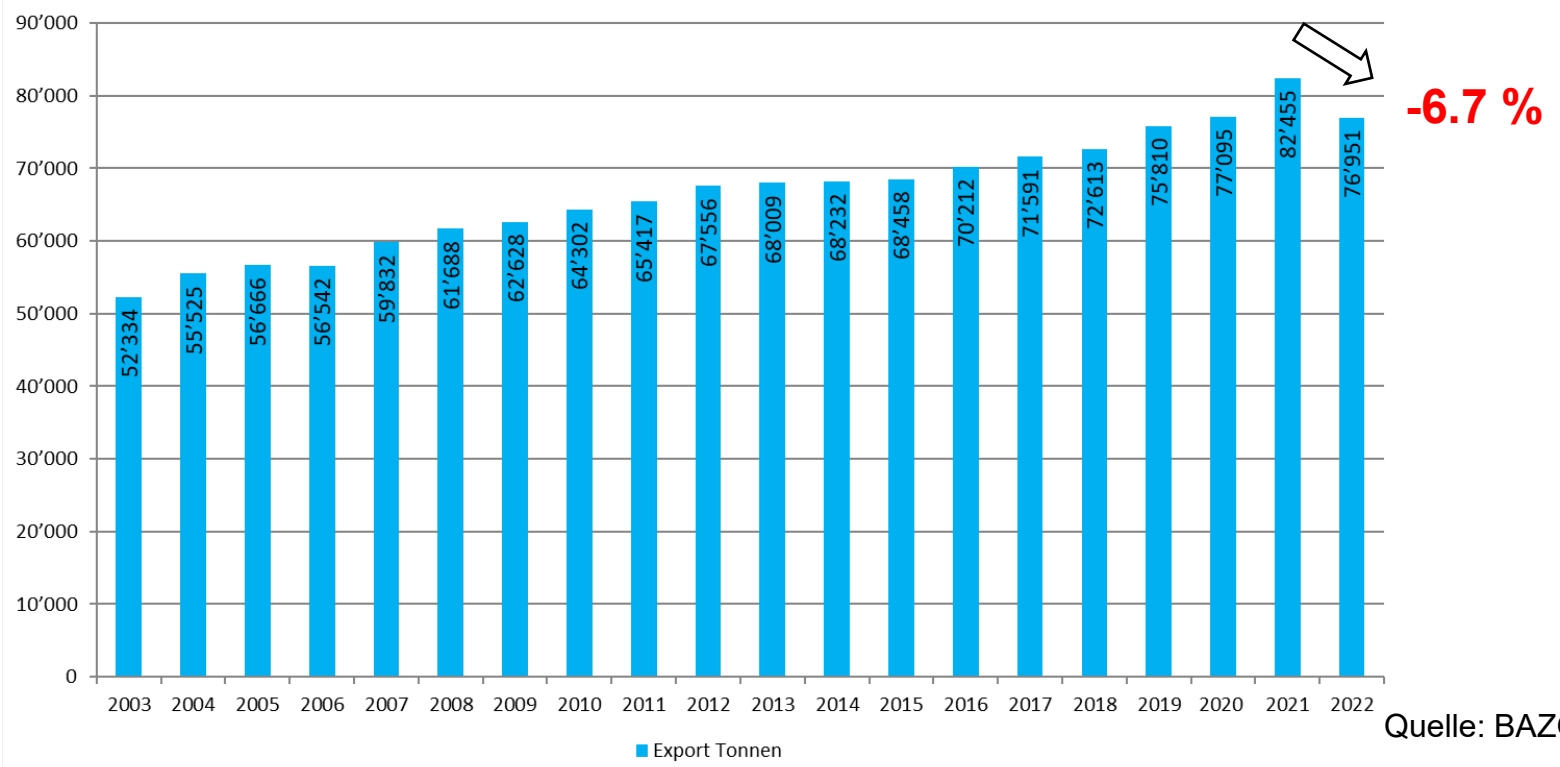
Schweizer Käse-Pass
3. Auflage

Ausbau der Präsenz am **Cheese Festival** - Fokus **WCH / TI**

Vertiefung der Partnerschaften mit **GastroSuisse** und dem **Guide Michelin**

Schweizer Käse-Sommeliers
2023: 2. Kurs in der D-CH (18 TN), Käse Sommeliers in der W-CH

Käseexportentwicklung (Menge, T)



Quelle: BAZG

Käseexporte 2022

Im Jahr 2022 wurden **76’951 Tonnen** Käse exportiert oder **-6.7%** weniger als im Vorjahr. Umsatzmässig entspricht dies einem Wert von rund **CHF 734.3 Mio.** oder **-3.0%**. Der Durchschnittspreis lag bei **9.54 CHF/Kg (+4.0%)**.

Die Challenge von 2023:

Leider konnte das Exportniveau vom Rekordjahr 2021 nicht beibehalten werden. Der Verkauf von Schweizer Käse in einem schwierigen Wirtschaftsumfeld stellt eine grosse Herausforderung dar. Fokus im 2023 ist eindeutig der «Verkaufspunkt» und weniger «Image-Elemente», auch wenn diese langfristig wichtig sind. Das Budget 2023 der POS-Aktivitäten (Promotionen, Degustationen und Feldmarketing) wird konsequent erhöht.

Massnahmen Ausland
Image-Kampagnen

Massnahmen Ausland am Verkaufspunkt

Gold 786 Märkte
Silber 2.589 Märkte

Feldmarketing Märkte in Deutschland

Programm «Kaufe Schweiz. Gewinne Schweiz!»
(Hier in Deutschland)

Massnahmen Ausland
Virtual QR Codes

I formaggi svizzeri a portata di smartphone

Il nuovo progetto di realtà aumentata di Switzerland Cheese Marketing dedicato a consumatori e operatori trade. Basta inquadrare un semplice QR code su confezioni e imballaggi per accedere a contenuti esclusivi. E conoscere meglio le specialità casearie elvetiche.

I QR code ideati da Switzerland Cheese Marketing Italia. Scansionandoli i retailer hanno la possibilità di:

Fare un giro virtuale nella valle dell'Emme

Accedere a tutorial, argomenti di vendita e una varietà di informazioni utili per il loro lavoro quotidiano, come suggerimenti per il taglio, informazioni nutrizionali e sulla sostenibilità. E possibilità, inoltre, visualizzare la gamma completa di formaggi svizzeri.

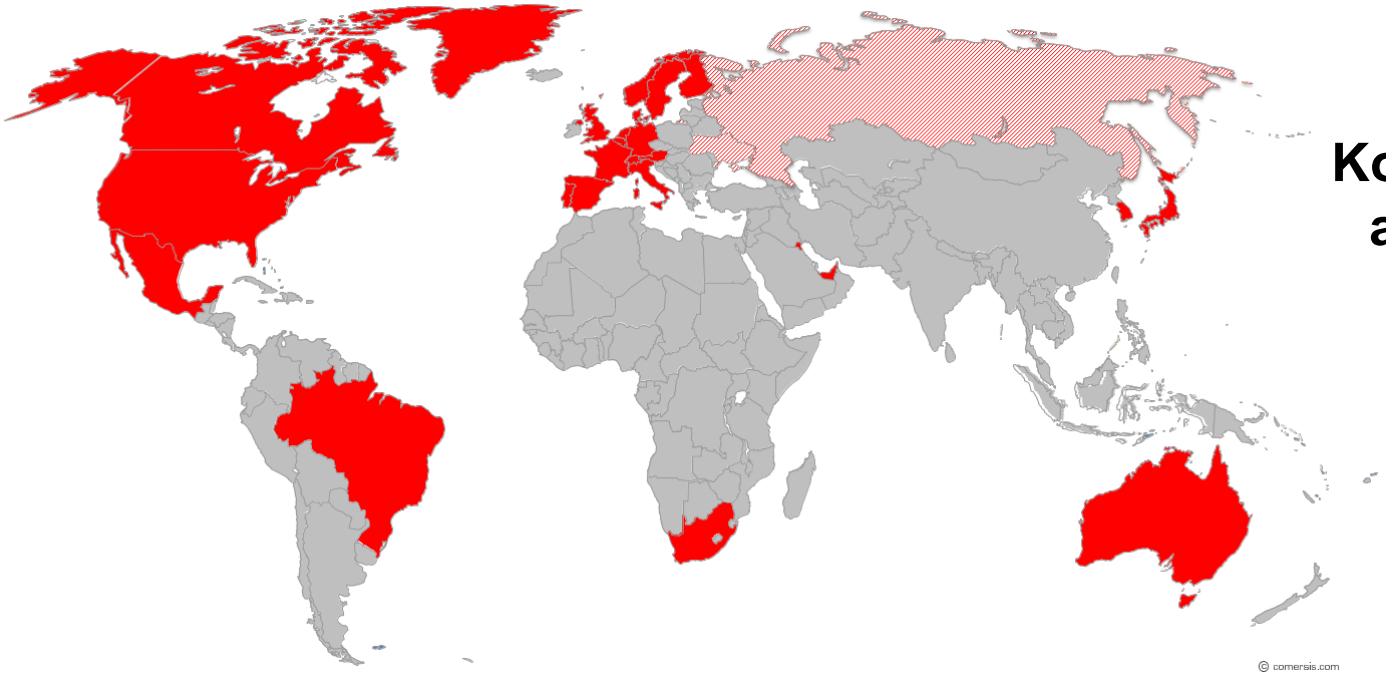
Non solo formaggi con i buchi

SCHWEIZ SUISSE SVIZZERA SWITZERLAND

Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse.
www.schweizerkaese.ch

SCM weltweit



Kommunikations-arbeit der SCM

=

Rund 5.9 Mia. Kontakte

Akzente 2023+

Die zukünftigen **strategischen Akzente** sind:

→ Aufgrund der sehr angespannten wirtschaftlichen Lage ist eine **Intensivierung** der POS-Aktivitäten unerlässlich. Die Budgets der SCM-Länder werden dementsprechend angepasst. **Zusätzliche Mittel** der SCM werden ebenfalls gesprochen.

→ Die Basiskampagnen rund um den Schweizer Käse werden neu Elemente der **Nachhaltigkeit** beinhalten. Ziel ist das Verständnis rund um die Käsewirtschaft zu fördern und das **Bauern-Bashing** zu reduzieren.

→ In diesem Zusammenhang werden **jüngere Erwachsene** und **junge Familien** gezielt angesprochen**.** Ein besonderer Fokus wird auf die **digitale Kommunikation, SoMe** und auf ausgewählte **gesellige, naturverbundenen Anlässe** gesetzt. Die wirkungsvollen Botschaften werden zielgruppengerecht verfasst.

→ **Weiterführung** der **Synergien** aus **Partnerschaften** (Schweiz Tourismus, Präsenz Schweiz, Food- und Life Style Magazine), mit dem Ziel die Reichweite zu erhöhen und die Anzahl Kontakte zu steigern.

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!