

# Theo Schmid



Leiter Product Supply Management,  
Wander AG, Neuenegg



Eine dynamische Lebensmittelbranche für ein  
gesundes Leben

## **Sicht Lebensmittelindustrie**

Bern, 24. November 2017 – Theo Schmid, Wander AG



# Wander AG – seit > 150 Jahren für gesunde Ernährung





# Herausforderungen für die Lebensmittelindustrie?

# Globale Märkte – unterschiedliche Gesetze

Transparenz

= Vertrauen

Nachhaltigkeit

Verantwortungsbewusst

## Globalisiertes Essen – woher die Zutaten für Lebensmittel kommen



# Konsumenten-Erwartung heute: Transparenz





## Konsumenten von Marken

Rückverfolgbarkeit → Qualität

- Transparenz vom Rohstoff → Fertigprodukt → Konsument
- Kundenerwartung / -forderung
- Konsumentenerwartung / -forderung
- Einhaltung der Gesetze
- Nachhaltigkeit

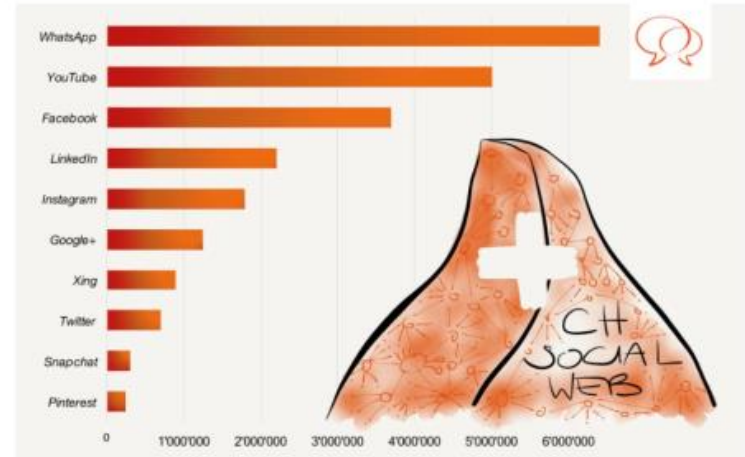


# Unendliche Informationsmöglichkeiten



## Soziale Netzwerke in der Schweiz – die Liste

von Sam Steiner | Sep 24, 2017 | Rankings, Schweiz, Social Media



**trustbox** 

Reliable data powered by GSI Switzerland





## Kenntnisse des Konsumenten

Komplizierte Materie / unterschiedliche Erwartungshaltung

Genusserwartung

zB Zucker: keine Differentierung

Dynamisches Umfeld:

- neue Studien / Gegenstudien
- Internationales Umfeld
- Nationale Gesetze

# Wie stellt sich Wander diesen Herausforderungen?





## Massnahmen

Wir unterstützen die Anstrengungen des Bundes bezüglich einer gesunden Ernährung

- Ernährungsstrategie 2017 – 2024
- Entwickeln neuer Produkte mit weniger Zucker (zB Müesli / Flakes)
- Informieren und unterstützen unsere Mitarbeiter in Ernährungsfragen
- Ermutigen und unterstützen Mitarbeiter zu Bewegung / Sport



# Wander unterstützt die Reduktion von Zucker in Joghurt und Frühstückscerealien 2015 - 2018

## Memorandum of Understanding

zwischen

dem Eidgenössischen Departement des Innern  
(EDI)

und

Unterzeichnet am 4. August 2015 in einem Exemplar.

Eidgenössisches Departement des Innern

Alain Berset  
Bundesrat



## Erfahrungen

- **Diskrepanz zwischen Erwartung Konsument und was er wählt**
- **Genuss vs Gesundheit**
- **Wirtschaftlichkeit → Preis (aufwändige Tests)**
- **Langjährige Produkte – Konsument kennt Produkt**
- **Dynamisches Umfeld – ändernde Anforderungen / Erwartungen**



**Besten Dank für Ihre Aufmerksamkeit**

