



Die Referenten: Andreas Frank, Swissmill;



Fritz Glauser, Getreideproduzenten-Verband;



Konrad Pfister, Bäckerei Fleischli.

Fotos: Ch. Erne

Kompetenznetzwerk Ernährungswirtschaft

So positioniert sich die Getreidebranche

Unter diesem Titel thematisierte das Netzwerk an seinem 7. Business Event die drei Hauptstufen der Getreidebranche und lud dafür samt Betriebsführung ins «Kornhaus Zürich», das aufgestockte Silo der Swissmill.



Veranstaltungsort: zuoberst im 118-m-Silo der Swissmill in Zürich.

Der Event für rund 40 Teilnehmende war rasch ausgebucht. Praktisch alle nutzen auch die Gelegenheit, vor den Referaten die zu Coop gehörende Mühle mit eindrücklichen Dimensionen zu besichtigen: Swissmill stockte das Silo von 1957 bei laufendem Betrieb in je rund 1000 Tagen für Rohbau und Innenausbau auf 118 m auf. Die Silokapazität wurde etwa verdoppelt auf 40000 t. Die Getreideanlieferung erfolgt per Bahn. Die Anlagen können täglich bis 1000 t Getreide vermahlen – Brotweizen, Hartweizen für Teigwaren, Mais und weitere Produkte. Eine anwesende Mitinhaberin einer kleinen Mühle meinte, dass damit in drei Tagen ihre Jahresproduktion erreicht werden könne. Das neue Silo hat 44 je 65 m hohe Zellen.

Schweizer Mehl und Brot, aber die Backwarenimporte nahmen zu und die Zahl der Mühlen ab. Die Industrie als Hauptabnehmerin von Mehl leidet unter den hohen Inlandpreisen. Bei Mühlen macht der Warenaufwand 75–80% der Kosten aus. «Wie viel Mehrwert rechtfertigt den doppelten Preis?», fragte Frank.

Sich zusammen gut verkaufen

«Auf jeder Stufe der Getreidebranche muss eine wirtschaftliche Tätigkeit möglich sein», forderte Fritz Glauser, Präsident des Verbands Schweizerischer Getreideproduzenten und Mitbegründer von swiss granum. Er zeigte auf, dass die Produktionsfläche von Schweizer Brotgetreide von 2000 bis 2006 deutlich sank, seither aber etwa gleich blieb. Glauser stellte vorab politische Forderungen: weitere Unterstützung durch den Bund (auch für Getreidezüchtungen), eine Nachfolgelösung fürs «Schoggi-Gesetz», eher höhere Richtpreise für Schweizer Getreide – «10 CHF mehr pro 100 kg Getreide sind verkraftbar bei 50 kg Brotkonsum pro Person und Jahr» – und genügend Grenzschutz. Bezüglich Absatz beruhigte Glauser: Bei den Auslandeinkäufen sank der Food-Anteil, und «der Konsument ist bereit, für hohe Qualität einen guten Preis zu bezahlen». Alle Stufen der Wertschöpfungskette Getreide müssten sich dazu aber besser verkaufen und Emotionalität, Swissness und Qualität der Produkte betonen.

15 Franken fürs Kilo Brot?

«Der Konsument ist bereit, für ein gutes Brot einen entsprechenden Preis zu bezahlen», erklärte auch Konrad Pfister, Geschäftsführer und Hauptaktionär der Bäckerei Fleischli in Niederglatt. Sein Brot kostet bei Globus in Zürich 8 CHF/kg, und ein dortiger Verantwortlicher meinte, er müsse doch 15 CHF/kg verlangen. Pfister betonte, dass es aber wichtig sei, auf Kundenbedürfnisse einzugehen und sich von der Konkurrenz abzuheben. Wie seine Bäckerei dies macht, erklärte er an Hand einer Kundenumfrage und des 2015 eröffneten BackShops bei der Avia-Tankstelle in Rümlang: Eine bei Kunden und Nicht-Kunden durchgeführte Umfrage ergab, dass die wichtigsten Kriterien Qualität, Angebot und Erreichbarkeit sind. Nicht-Kunden nannten als häufigsten Grund dafür die Erreichbarkeit. Darum setzte Fleischli auf den Back-Shop, der täglich von 6–22 Uhr geöffnet ist. Die 700 bis 1200 Kunden pro Tag und dass 80% der Kunden auch ohne zu tanken in den Shop kommen, bestätigen die Richtigkeit des Entscheids zu Gunsten dieser Top-Lage.

In einer Fragerunde kam u.a. zum Ausdruck, dass die Qualitätsstrategie weitergeführt werden muss, die Zusammenarbeit der Getreidebranche fortgeführt werden muss und besonders Kunden in Grossagglomerationen hohe Preise akzeptieren. Christof Erne

Kompetenznetzwerk Ernährungswirtschaft

Dieses wurde von Thurgauer Wirtschaftsverbänden gegründet. Es will die Ostschweizer Land- und Ernährungswirtschaft (bisher AR, SH, SG, TG, ZH) vernetzen und den Wissenstransfer zwischen Forschung und Praxis fördern und führt regelmässig Events durch. Infos: www.ernaehrungswirtschaft.ch.

Glaube an Branchen-Zukunft

Andreas Frank, Verkaufs-, Marketing- und Entwicklungsleiter von Swissmill, erläuterte, dass die Mühle und Coop an die Zukunft der Schweizer Getreidebranche glauben und deshalb die grossen Investitionen in den Ausbau der Swissmill und die Grossbäckerei in Schaffsheim tätigten. Doch nicht alles ist rosig: Trotz Bevölkerungswachstum stagnierten seit 1988 die Absätze von