

# Die KG-Revision ignoriert die Wertschöpfungs-Kette in der Schweiz

Bern, 26. November 2013

**Mondelez Schweiz**  
**Daniel Meyer**  
Managing Director



## Mondelez Schweiz: Breites Produkt-Portfolio mit starken Marken

Marktpositionen:

- No.1 bei Kaugummi
- No.1 bei Frischkäse
- No.1 bei salzigen Crackers
- No.2 bei Kaffee
- No.2 bei Schokoladen Drinks
- No.5 bei Schokolade



# Wertschöpfung von Mondelēz International in der Schweiz

## Wichtiger Arbeitgeber & Partner

- **1'000 Mitarbeiter** Zürich und Zug: Headquarter & Business Unit Schweiz
- **220 Mitarbeiter** in Bern-Brünnen: Toblerone
- *Partner-Unternehmen:*
  - **Logistikunternehmen** (Planzer)
  - Schweizer **Werbeindustrie**
  - **Hochdorf-Gruppe:** Rohmilchpulver = 370 Mitarbeiter.
  - **Zuckerfabriken Aarberg & Frauenfeld** = 290 Mitarbeiter
  - **Dienstleister:** SV, DSR, Facility Management etc.

## Wichtiger Rohstoffabnehmer in der Schweiz

- *Milch:* **14'000** Schweizer **Kühe** / **680** Schweizer **Bauernfamilien**
- *Zucker:* **21'000** Tonnen Schweizer **Zucker** / **570** Schweizer **Bauernfamilien**



# Kostentreiber aus Sicht Mondelez Schweiz



- **Marktgrösse:** Kleinerer Markt = höhere Kosten
- **Starker Schweizer Franken:** 30% künstliche Teuerung
- **Hohe Kosten:**
  - Lohnkosten (+35%), Mieten, Bodenpreise, Logistikkosten, Rohstoffpreise
  - Werbekosten & Werbebeiträge
  - Mehrsprachigkeit



Staat

- **Politische Rahmenbedingungen:**
  - Schweizer Lebensmittelrecht: Mehrkosten
  - Einfuhrzölle auf Konsumgütern
  - Agrarpolitik



Handel

- **Schweizer Handelsstruktur:**
  - Eingeschränkte Konkurrenzsituation
  - Höchster Eigenmarkenanteil in Europa: 50%
  - Eingeschränktes vergleichbares Angebot
  - Handelsgetriebene Erfordernisse:
    - Produkt- / Verpackungs-Sonderausführungen
    - Multipacks, Sonder-Display-Grössen
    - Preisauszeichnung





## Beispiel: Technische Handelshemmnisse



### Milka Feine Marzipan-Kugeln

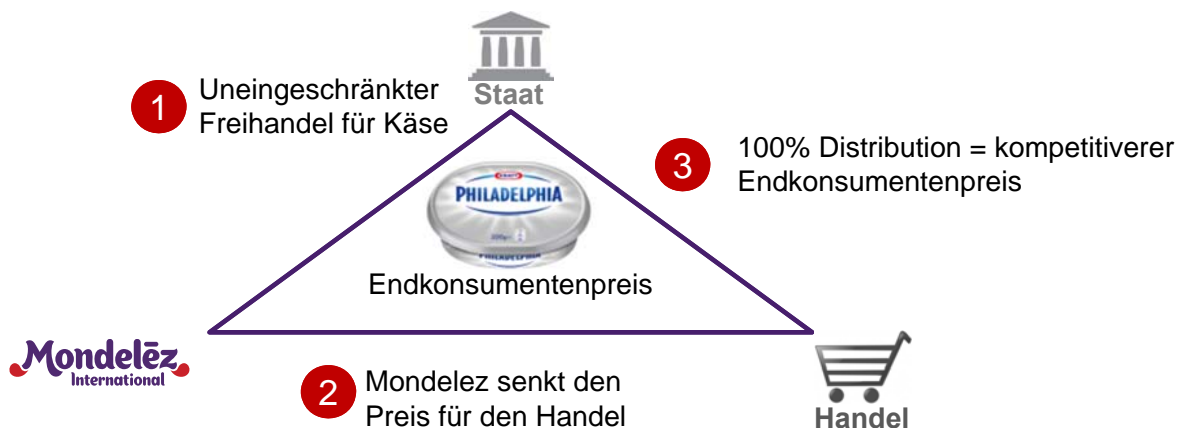


- Das Produkt enthält den alkoholischen Konservierungsstoff Ethanol.
- **Edelmarzipan** ist im **Schweizer Recht** nicht definiert.
- Versuch, Produkt über Cassis-de-Dijon Bewilligung einzuführen.
- FOLGE: Das Verfahren kostete wertvolle **Zeit und Ressourcen**.
- FAZIT: Das **Produkt** wurde **nicht eingeführt**.



## So funktioniert Konkurrenz: Preisentwicklung Philadelphia

- Preissenkung von **-44% seit Juni 2007**
- Heute das preislich zweitattraktivste Produkt im Markt



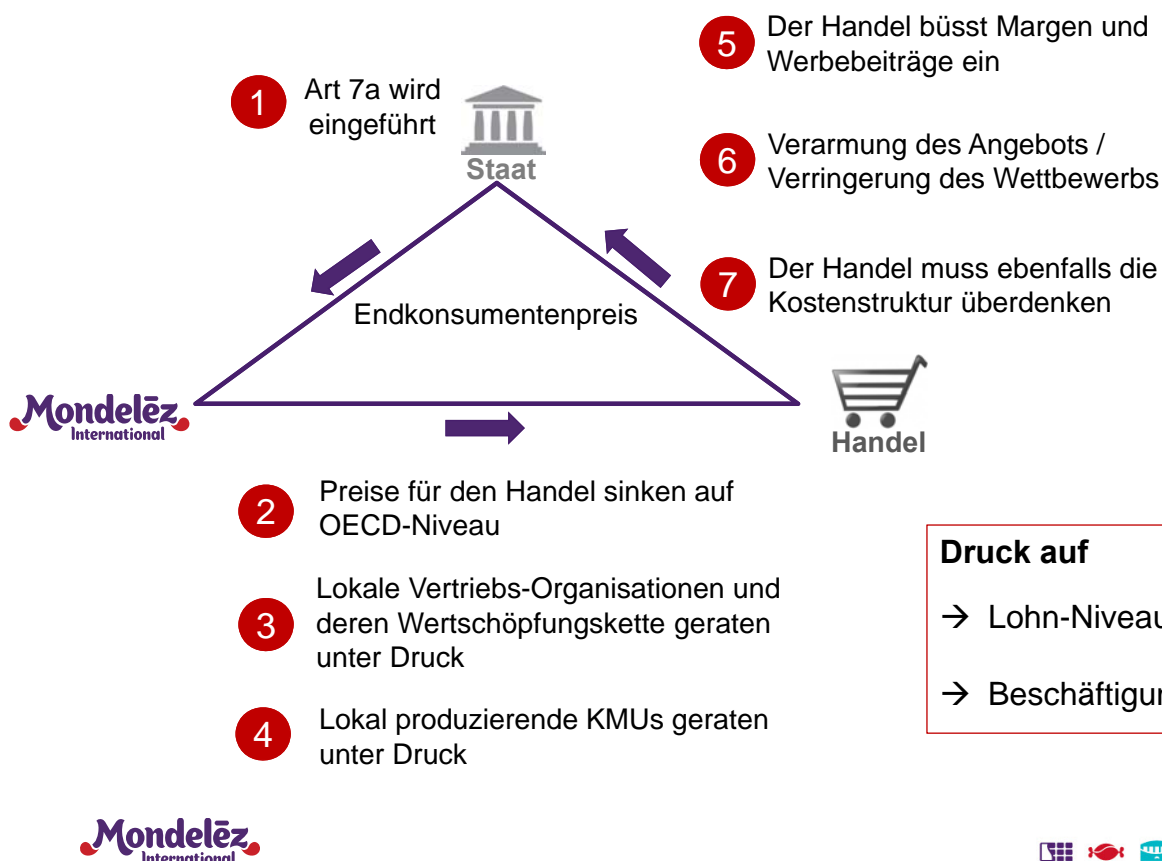
- Der Konsument profitiert von der **Abschaffung von Handelshemmnissen** (1), **den Preissenkungen durch Mondelēz Schweiz** (2) und durch den **erhöhten Wettbewerb** (3)
- Kompensation der Preissenkung durch **Volumenerhöhung**



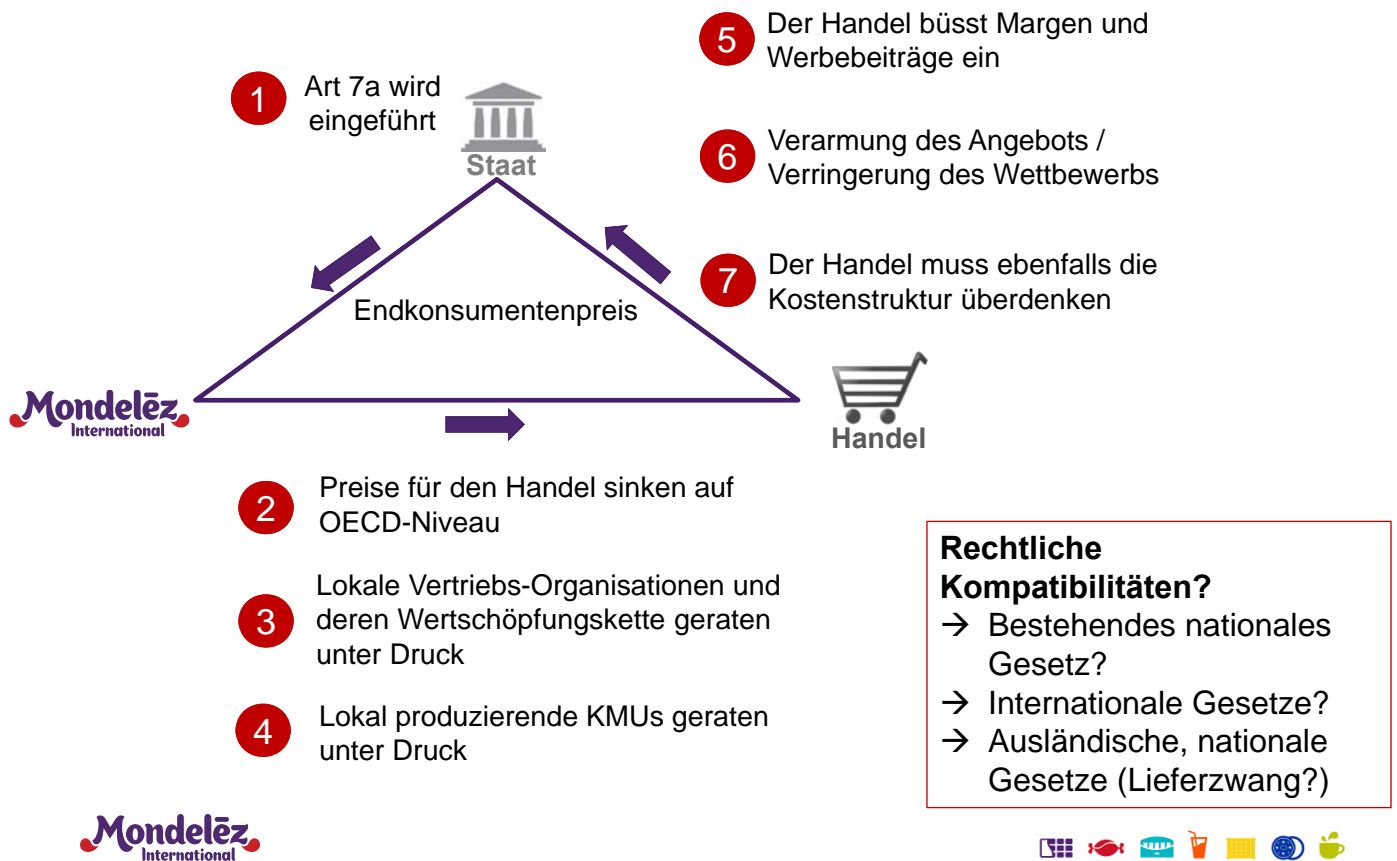
## Mögliche Folgen von Art 7a



## Mögliche Folgen von Art 7a



# Mögliche Folgen von Art 7a



## Fazit

- Preisunterschiede? **Kostentreiber** verstehen!
- Hauptkostentreiber:
  - **länderspezifische Faktoren**
  - **politische Rahmenbedingungen**
  - **eingeschränkter Wettbewerb**
- Art 7a ist nicht zielführend:
  - **Reduktion Kostenstruktur:** Einfluss auf Löhne und Beschäftigung
  - Gesamte **Wertschöpfungskette inkl. Agrarwirtschaft** leidet
  - Auch der **Handel** gerät unter **Kostendruck**
  - **Verarmung des Angebots / Reduktion des Wettbewerbs**
  - **Widerspruch zur Wirtschafts- und Vertragsfreiheit**
  - **Rechtliche Durchsetzbarkeit** im Ausland
  - **Druck auf Löhne & Beschäftigung**