

SCHWÄLBCHEN- Milch aus der Region.

Alles Gute. Natürlich von  SCHWÄLBCHEN®



SCHWÄLBCHEN MOLKEREI AG

Familien-/ Privatunternehmen Gründung 1938

Traditioneller Ursprung, regionale Wurzeln

Technisch-technologische Kompetenz

Konsequente Markenführung „Die Grüne Linie“

Rechtsform: 1978 GmbH, 1988 Aktiengesellschaft

Stammsitz: Bad Schwalbach

Verarbeitung 2018: 138 Mio. kg

Umsatz 2018: 98 Mio. €



SCHWÄLBCHEN Frischdienst GmbH

Mainz seit 1978, Ilfeld seit 2004

Umsatz 2018: 99 Mio. €

SCHWÄLBCHEN-Gruppe

Umsatz 2018: 186 Mio. €

Beschäftigte: ca. 400



Vollsortiment

Konsummilch /Frischprodukte

Sortimentssäulen

1) Dachmarke Die Grüne Linie

Regional führende Marke von Kassel bis
Karlsruhe und von Bonn bis Heilbronn
„aus der Region – für die Region“



Regionale Spezialitäten

Spundekäs'

Die Milch vom Edersee bis zum Odenwald,
den Riesling aus dem Rheingau
und Rheinhessen

Grüne Soße

Unser liebstes Grünzeug –
mit den 7 typischen
Kräutern



2) Kalter Kaffee: schon probiert?

- starker Geschmack
- köstliche Vielfalt
- 19% kräftiger Espresso aus 100% Arabica-Kaffee



- schonend geröstet, frisch gebrüht und eisgekühlt



3) Ethnische Produkte

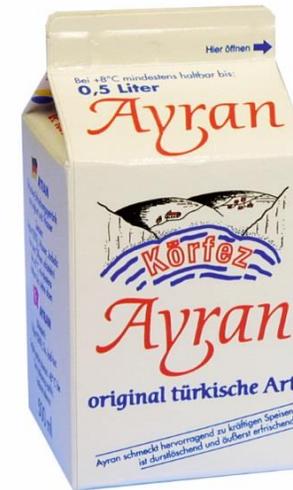
Joghurt:

Original türkische Art, stichfest und vollmundig im Geschmack



Ayran:

ein erfrischendes kalorienarmes Joghurtgetränk nach einem Original-Rezept aus der Türkei



Salep: ein traditionelles Milchgetränk mit vanillig-cremigem Geschmack, verfeinert mit Zimt und Zucker

4) GV- (Großverbraucher) Produkte



- qualitativ hochwertige SCHWÄLBCHEN-Frischprodukte für Großverbraucher im Außer-Haus-Markt
- umfassendes Sortiment an großvolumigen Gebinde-Einheiten in 5- und 10kg-Eimern

Rohmilchbasis

„Sorgfalt und Verantwortung von Anfang an“

- 99% Eigenmilchanteil
- 100% GVO-frei / 100% QM-Milch 2.0
- regionales Erfassungsgebiet



Distribution

- kaufkraftstarker, zukunftsreicher Absatzraum
- klassischer LEH, GV-Handel, ethn. Kunden
- Marketingkompetenz
- Kooperationspartner



Umfeldbedingungen

- a) kein verfügbares, generisches Agrarbild
 - => eigenständiges Profil
 - => Regionalität in Verbindung mit Heimat
 - => Sympathie, Vertrauen und Nähe zu den Menschen

b) Urbaner Großraum Rhein-Main-Neckar

- Dienstleistungen / Banken / Versicherungen
- Flughafen Frankfurt /M.
- Chemie / Pharma
- Neue Technologien

=> Einflussfaktoren einer modernen, offenen Gesellschaft

=> kaufkraftstarke, zukunftsreiche Region

Standortvorteile /-nachteile einer Molkerei

c) Molkereistandort Bad Schwalbach

Vorteil:

- ex-“LSG“-Stadt / Kurstadt

Nachteile:

- Zitat: Aar-Bote vom 30.11.1938
- doppelte Logistikbelastung
 - entfernte Milcheinzugsgebiete
 - Verkehrsanbindung
- Unzureichende Infrastruktur
 - Wasser / Abwasser
 - Stromnetz
 - Arbeitsmarkt
- Gewerbe-Mischgebiet
 - Emissionen
 - beengter Raum / fehlende Freiheitsgrade (Fläche)
 - Auflagen an Traditionsbetrieb

Fazit:

- Gründe für Gründung 1938 sind entfallen



- Relation hat sich verschoben
- Imagetransfer durch Schwälbchen
- Infrastrukturnachteile

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

