

Rückblick 2024



Auszeichnungen

Awards

Jedes Jahr ehrt Promarca die herausragenden Leistungen ihrer Mitglieder.

Schwerpunkte

Herausforderungen

Veränderungen gestalten: Promarca setzt Impulse in Wirtschaft und Umwelt.

Zahlen und Fakten

Promarca-Kennzahlen

Jedes der 102 Promarca-Mitglieder hat einen massgeblichen Beitrag zur Schweizer Wirtschaft geleistet.

Marken und Innovation: Der Schlüssel zum Erfolg

Promarca bleibt auch in herausfordernden Zeiten ein verlässlicher Partner für starke Marken. Mit Innovationsgeist, nachhaltigem Engagement und langfristigen Werten gestaltet die Markenartikelindustrie den Markt aktiv mit. In einer Welt, die sich immer rasanter wandelt, ist Agilität der Schlüssel zum Erfolg. Auch im Berichtsjahr bewiesen unsere Mitglieder einmal mehr ihren Mut und ihre Zukunftsorientierung, indem sie den geopolitischen und wirtschaftlichen Herausforderungen mit innovativen Geschäftsmodellen und einer starken Vision entschlossen begegneten.

Unsere Mitglieder waren 2024 mehrheitlich erfolgreich unterwegs. Viele Unternehmen konnten ihre Umsätze steigern. Sehr erfreulich ist die Lancierung von 8750 neuen Produkten aus dem Mitgliederkreis. Dies zeigt einmal mehr die ungebremsste Dynamik der Konsumgüterindustrie, die widerstandsfähig und zukunftsorientiert auf dem Schweizer Markt agiert.

Im Frühsommer durften wir bei Gastgeber Rivella den Tag der Marke und unsere Mitgliederversammlung durchführen. Während der exklusiven Führung durch die Produktion erhielten die Gäste spannende Einblicke. Die Vorstandsmitglieder Ralf T. Gehlen und Marco R. Peter wurden an der Mitgliederversammlung verabschiedet. Mit Heike Huber, Beiersdorf AG, und Jürg Burkhalter, Coca-Cola HBC Schweiz AG, wurden zwei ausgewiesene Persönlichkeiten in den Vorstand gewählt. Philipp Zraggen, Vorsitzender der Geschäftsleitung Volg Konsumwaren AG, teilte am Nachmittag eine Einschätzung zu den Möglichkeiten von Innovationen im Detailhandel. Feierlich wurde auch der Promarca Brand of the Year verliehen, der zum zweiten Mal in Folge an die intelligentfood Schweiz AG für ihr Getränk El Tony Mate ging.

Nachhaltigkeit bleibt für unsere Mitglieder ein zentrales Thema, und wir freuen uns, dass bereits 60 Prozent einen Nachhaltigkeitsbericht publizieren und sich verpflichtet haben, den CO₂-Ausstoss bis 2030 zu halbieren. Zum zweiten Mal wurde der Gewinner des Promarca Nachhaltigkeitsawards gekürt. In diesem Jahr ging die Auszeichnung an die Compo Jardin AG für ihr Produkt Compo Bio Granuplant®.

«Die Diskussionen zeigten, dass KI nicht nur Chancen bietet, sondern auch einer kritischen Betrachtung bedarf.»

Ein Schwerpunktthema 2024 war die Rolle der künstlichen Intelligenz (KI). Das Promarca Forum in Interlaken widmete sich unter dem Titel «Zukunft gestalten: Markeninnovation im Zeitalter von KI» der Frage, wie Unternehmen KI nutzen können, um neue Geschäftsmodelle zu entwickeln und ihre Innovationskraft zu steigern. Die Diskussionen zeigten, dass KI nicht nur Chancen bietet, sondern auch einer kritischen

Betrachtung bedarf. Am Donnerstagabend wurden die beiden Innovation Awards, mit denen Promarca innovative Marken, Produkte oder Konzepte seiner Mitgliedunternehmen auszeichnet, verliehen: Der Promarca Explorer of the Year ging an Nestlé Suisse S.A. für ihr Produkt Garden Gourmet Marine Style Crispy Filet, und die Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten wählten Ovo Break der Wander AG zu ihrem Favoriten und damit zum Promarca Star of the Year.

«Im Schweizer Markt nimmt das Angebot ausländischer Online-marktplätze stetig zu.»

Aber nicht nur Innovation und Nachhaltigkeit prägen unsere Agenda, sondern auch regulatorische Herausforderungen. Im Schweizer Markt nimmt das Angebot ausländischer Onlinemarktplätze stetig zu. Zusammen mit anderen Verbänden hat sich Promarca in einem gemeinsamen Brief an den Bundesrat für faire Wettbewerbsbedingungen eingesetzt. Ausländische – insbesondere asiatische – Anbieter sollen den gleichen gesetzlichen Anforderungen unterliegen wie Schweizer Unternehmen. Zum Schutz der Konsumentinnen und Konsumenten dürfen die Produktsicherheitsstandards für alle in der Schweiz verkauften und in die Schweiz importierten Waren nicht unterlaufen werden.

Nun möchte ich aber noch auf die Verdienste unserer Geschäftsführerin Anastasia Li-Treyer eingehen, die per Ende 2024 in den Ruhestand getreten ist. Sie hat unseren Verband in den letzten 18 Jahren mit viel Professionalität und Leidenschaft geführt. Mit ihrem kleinen Team in Bern hat sie sich für Marken starkgemacht und ist engagiert für

In der Funktion des Director hat Barbara Castegnaro per 1. Januar 2025 die operative Leitung bei Promarca übernommen. Sie bringt grosses und fundiertes Know-how aus der Konsumgüterindustrie mit. Ich wünsche ihr für diese neue Herausforderung viel Erfolg und freue mich auf die spannende Zeit mit ihr.

Zu guter Letzt danke ich dem Vorstand, der Geschäftsstelle, den Kommissionsmitgliedern, den Award-Jurymitgliedern und insbesondere unseren Mitgliedern für die tatkräftige Unterstützung über das ganze Jahr. Lassen Sie uns weiterhin gemeinsam die Zukunft der Markenartikelindustrie gestalten. Sie können auf uns «Promarca – die engagierte Stimme der Marken» zählen.

Ich wünsche allerseits gutes Gelingen, viel Leidenschaft und Mut.

Monique Bourquin
Präsidentin Promarca



die Anliegen der Promarca-Mitglieder eingetreten; mit ihrer offenen, direkten und sachbezogenen Art hat sie sich breites Vertrauen und Respekt verschafft. Wir danken Anastasia von Herzen für alles und wünschen ihr für die Zukunft im Ruhestand nur das Beste, wohlwissend, dass das Wort Ruhe bei ihr kaum eintreten wird!

Zwischen Biodiversität, Handelsallianzen und KI: Ein bewegtes Jahr für Promarca



Im Hinblick auf die Zukunft ist eine pragmatische Haltung gefragt. Wir alle haben gelernt, mit häufigen wirtschaftlichen Störungen umzugehen, und sind aufgrund der Erfahrungen der letzten Jahre besser in der Lage, uns auf mögliche Risiken einzustellen. Auch im Jahr 2024 hat der Verband seine Mitglieder tatkräftig unterstützt und mit verschiedenen Veranstaltungen inspiriert, viel Aufklärungsarbeit geleistet und Wissen vermittelt. Nachfolgend ein Überblick über die wichtigsten Aktivitäten.

Engagement für Nachhaltigkeit

Das Jahr begann mit einer Veranstaltung zum Thema Biodiversität. Wir hatten das Privileg, Frau Prof. Dr. Frauke Fischer, eine bekannte Biologin, als Gast begrüßen zu dürfen. Zu diesem Event fanden sich interessierte Mitglieder und eine Vertreterin aus der Politik ein. Der Vortrag von Frau Dr. Fischer war sehr aufschlussreich und brachte einige erstaunliche, aber auch erschreckende Fakten ans Licht: In den letzten 50 Jahren haben wir Menschen 69 Prozent der Säugetier-, Vogel-, Fisch- und Reptilienbestände sowie 80 Prozent aller Insekten vernichtet. Jährlich entstehen rund fünf neue Krankheiten, 30 Prozent davon stehen im Zusammenhang mit der Zerstörung der Natur. Die Professorin erläuterte, wie entscheidend es daher ist, intakte Ökosysteme zu schützen und zerstörte zu regenerieren. Denn alle Massnahmen zum Schutz der Biodiversität tragen auch zum Klimaschutz bei. Diese Tatsache scheint sich noch nicht herumgesprochen zu haben, denn im September hat das Schweizer Stimmvolk die Biodiversitätsinitiative abgelehnt, weil es weitere Anstrengungen für mehr Biodiversität nicht für nötig hält. Ob wir es wollen oder nicht, es ist wichtig, die Biodiversität zu schützen, da sie die Stabilität und Resilienz von Ökosystemen unterstützt und für das Überleben vieler Arten, einschliesslich des Menschen, von entscheidender Bedeutung ist. Und da uns das Thema Nachhaltigkeit auch in den nächsten Jahren begleiten wird, plant der Verband nun eine jährliche Veranstaltung mit einem Expertenvortrag zu aktuellen Nachhaltigkeitsthemen, zu der auch die Politik eingeladen wird.

Zum zweiten Mal wurde der Promarca Nachhaltigkeitsaward verliehen. Der Preis ging an die Compo Jardin AG für ein Produkt, das den CO₂-Ausstoss um 96 Prozent reduziert. Es handelt sich hier um den Compo Bio Granu-plant®, eine deutlich nachhaltigere Blähtonalternative. Die Jury lobte unter anderem auch das Projekt Wildbienenparadies von Japan Tobacco International (JTI) in Dagmersellen.

Promarca wird ab dem Jahr 2025 den erwähnten Nachhaltigkeitsanlass nutzen, um dem Gewinner des Nachhaltigkeitsawards eine Plattform zu bieten, sein Produkt oder sein Projekt zu präsentieren, aber auch, um Best-Practice-Beispiele von Mitgliedsunternehmen vorzustellen.

Women@Promarca

Im Herbst wurde erstmals die Netzwerkveranstaltung Women@Promarca in Zürich durchgeführt. Mitarbeiterinnen in leitenden Positionen aus den Reihen der Promarca-Mitglieder hatten Gelegenheit, sich mit Kolleginnen aus der Konsumgüterindustrie auszutauschen und von deren Erfahrungen zu profitieren – natürlich unter Einhaltung der kartellrechtlichen Richtlinien. Unsere Präsidentin und Powerfrau aus der Wirtschaft, Monique Bourquin, gab dabei spannende Einblicke in ihre beeindruckende Karriere und teilte mit uns inspirierende Anekdoten. Aufgrund der grossen Beteiligung wird die Veranstaltung in den kommenden Jahren fortgesetzt.

Schweizer Detailhandel und internationale Handelsallianzen

Im Bereich des Detailhandels hat sich 2024 sehr viel getan. Es kam ein Thema auf, das brisant bleiben wird: So war die Migros-Gruppe nach der Fusion Migros-Denner während sieben Jahren verpflichtet, nicht gemeinsam einzukaufen. Diese Verpflichtung ist längst abgelaufen. Insofern kam die Ankündigung der gruppenweiten Beschaffung der Migros nicht überraschend. Interessant fand der Verband aber zwei Hinweise, welche die Migros in ihre Ankündigung verpackt hatte. Einerseits wird künftig erwartet, dass der Migros «die besten Konditionen» gewährt werden, und es werden auch keine Unterschiede zwischen den Vertriebskanälen mehr akzeptiert. Andererseits will die Migros die Zusammenarbeit auch international ausbauen und erwartet, dass diejenigen Lieferanten, welche grenzüberschreitend tätig sind, «Konditionen auf internationalem Niveau» gewähren. Obwohl aktuell noch nicht genau bekannt ist, wie die Migros die Zentralisierung von gruppenweiten Beschaffungen definitiv durchsetzen wird, unterliegt das Unternehmen in seiner Beschaffungstätigkeit gewissen vertrags- und kartellrechtlichen Schranken. So sind gültige

Auffallend war auch ein Trend zu vergleichenden Werbekampagnen der Migros, obwohl diese Art der Werbung in der Schweiz bislang eher wenig verbreitet war, insbesondere was preisbezogene Konkurrenzvergleiche betrifft. Konkurrenzvergleiche müssen den Geboten des Lauterkeitsrechts, insbesondere den Bestimmungen der Art. 3 Abs. 1 lit. b und e sowie 18 UWG, sowie den Vorschriften der Preisbekanntgabeverordnung entsprechen. Je nachdem, wie sich die zukünftigen Kampagnen der Migros entwickeln, wird Promarca – als Vertretung der Werte der Marke – ihre Stimme erheben müssen.

Die Übernahme von Saviva durch Transgourmet ohne vertiefte Prüfung durch die Wettbewerbskommission hat die Mitglieder, aber auch den Verband überrascht. Obwohl es hier nicht primär um den hoch konzentrierten Detailhandel geht, sondern um die Grosshandelsmärkte, wurde aus Sicht des Verbandes bei der Prüfung des Zusammenschlusses zu wenig berücksichtigt, dass Transgourmet zur Coop-Gruppe gehört und bereits vor der Übernahme eine starke Marktstellung hatte. Der Verband hat sich eingebracht, damit diesem Umstand bei künftigen Verfahren mehr Beachtung geschenkt wird. Die Mitglieder wurden über die Massnahmen informiert.

Im Bereich der internationalen Handelsallianzen ging der Verband Anhaltspunkten nach, wonach wettbewerbsrechtlich relevante Auswirkungen von internationalen Handelsallianzen mit Schweizer Beteiligung auch in der Schweiz spürbar sind. Die marktbeherrschende beziehungsweise marktmächtige Position des Duopols wird durch die Mitgliedschaft in den jeweiligen Handelsallianzen noch potenziert. Dadurch dürften sich weitergehende wettbewerbschädliche Wirkungen ergeben, die die Lieferanten in der Schweiz behindern. Ausserdem sind keine Vorteile ersichtlich, welche die Wettbewerbsbeeinträchtigungen rechtfertigen könnten. Der Wettbewerb in der Schweiz dürfte insbesondere auch in jenen Märkten verringert werden, in denen die beiden kollektiv marktbeherrschenden Detailhändler Eigenmarken anbieten. Dieses Thema wird den Verband auch in den kommenden Jahren beschäftigen.

«Jährlich entstehen rund fünf neue Krankheiten, 30 Prozent davon stehen im Zusammenhang mit der Zerstörung der Natur.»

Dr. Frauke Fischer, Biologin und Unternehmensberaterin

Verträge mit vertriebskanalspezifischen Konditionen einzuhalten. Ebenso bestehen kartellrechtliche Missbrauchsvorschriften, wenn der Lieferant von der Migros wirtschaftlich abhängig ist. In letzteren Fällen darf die Migros gegenüber den betreffenden Lieferanten keine unangemessenen Forderungen durchsetzen oder ungerechtfertigte Diskriminierungen oder Geschäftsverweigerungen durchführen. Gute Gründe also für betroffene Lieferanten, ihre Verträge und allfällige Abhängigkeitsverhältnisse zu prüfen.

Wettbewerbspolitische Themen national und international

In den letzten Jahren sind die Wettbewerbskommission, das Bundesverwaltungsgericht und das Bundesgericht in Anwendung des Kartellrechts dazu übergegangen, bestimmte horizontale und vertikale Abreden (Art. 5 Abs. 3 und 4 KG) sowie bestimmte Verhaltensweisen marktbeherrschender Unternehmen ohne Prüfung ihrer tatsächlichen Schädlichkeit als erhebliche Wettbewerbsbeschränkung zu qualifizieren und bei fehlender betriebswirt-

schaftlicher beziehungsweise Effizienzrechtfertigung mit Sanktionen zu belegen. Im Zusammenhang mit der Abredenkontrolle ist diese Praxis als Gaba-Rechtsprechung bekannt. Diese Einführung von faktischen Per-se-Verboten im Rahmen unserer Missbrauchsgesetzgebung durch Richterrecht ist nach Auffassung vieler Experten gesetzeswidrig und desavouiert das Parlament, das sich verschiedentlich explizit gegen die Einführung von Teilverböten ausgesprochen hat. Mit den Motionen François und Wicki hat das Parlament dem Bundesrat den Auftrag erteilt, die fallbezogene Schädlichkeitsprüfung im Rahmen der laufenden Kartellgesetzrevision zwingend ins Gesetz zu schreiben. Die Kommission für Wirtschaft und Abgaben des Ständerates (WAK-S) ging in diese Richtung, doch der Ständerat lehnte in der Sommersession den Antrag der WAK-S ab. Der Verband wird sich einsetzen müssen, damit der Nationalrat diesem Entscheid nicht folgt.

Der Verband informierte seine Mitglieder über europäische Regulierungen wie zum Beispiel die Verordnung über Verpackungen und Verpackungsabfälle. Diese Verordnung enthält wesentliche Änderungen in Bezug auf die Anforderungen an Verpackungen, die in der EU auf den Markt gebracht werden dürfen, wobei der Begriff «Verpackung» weit gefasst ist. Die Hauptziele sind die Steigerung der Nachhaltigkeit von Verpackungen und die Harmonisierung der Vorschriften in der EU. Das bedeutet, dass alle Verpackungen, die in der EU in Verkehr gebracht werden, einschliesslich der Verpackungen, die als eigenständige Verpackung oder als Teil eines verpackten Produkts eingeführt werden, die neuen Anforderungen erfüllen müssen. Die Verordnung tritt zwar erst 2026 in Kraft, aber es war wichtig, die Mitglieder frühzeitig und im Detail über den Geltungsbereich und die wichtigsten Verpflichtungen der Hersteller zu informieren.

Die europäische Verordnung zur Entwaldung war ein weiteres europäisches Thema, über das die Mitglieder im Rahmen eines Webinars informiert wurden. Mit dieser Verordnung werden strenge Vorschriften für Unternehmen erlassen, die relevante Produkte in der EU in Verkehr bringen oder aus der EU ausführen wollen. Marktteilnehmer und Händler müssen nachweisen, dass die Erzeugnisse sowohl entwaldungsfrei als auch legal sind. Zur Erfüllung der Sorgfaltspflicht müssen sie einen Rahmen für die Dokumentation, Analyse, Überprüfung und Berichterstattung von Verfahren und Massnahmen festlegen und aufrechterhalten, was wiederum den administrativen Aufwand der Unternehmen erhöht. Die Anwendung der Regulierung wurde mittlerweile auf Dezember 2025 verschoben, was dem Bundesrat etwas mehr Zeit lässt, sich mit deren Auswirkungen auf die Schweizer Unternehmen wie auch mit der Frage, welche rechtlichen Änderungen notwendig wären, um das Schweizer Recht dieser



Aus den Kommissionen und wiederkehrende Anlässe

Die fünf Kommissionen von Promarca befassten sich mit einer Vielzahl von Themen (Werbeverbote, Swiss Recycle usw.), die für die Konsumgüterindustrie relevant sind. Es fanden Journalistengespräche statt, und im Rahmen der Rechtskommission hielt Ernst & Young einen Vortrag über generative künstliche Intelligenz (KI). Es wurde gezeigt, wie kreative Ideen schnell visualisiert und langweilige und zeitraubende Aufgaben effizient erledigt werden können. Deutlich wurde, dass Juristen in Zukunft nicht mehr als Co-Piloten von KI, sondern als Vorgesetzte von KI-Agenten agieren werden.

Markeninnovation im Zeitalter der künstlichen Intelligenz war auch das Hauptthema im Strategierat und an den Promarca-Events. Simon Preuss, Head of Social & Advocacy bei L'Oréal DACH, erläuterte im Strategierat, wie er mit seinem Team mit Influencer-Managern und Digital-Managern von Marken zusammenarbeitet, um Social-Media- und Influencer-Aktivitäten zu unterstützen und eine zielgruppengerechte Ansprache zu gewährleisten. Am Tag der Marke referierte Joël Luc Cachelin, Futurist und Gründer der Wissensfabrik, zum Thema digitale Transformation und wie Gegenkulturen Innovationen

nicht. Tatsache ist, dass moderne Technologien wie KI, Internet of Things (IoT), Blockchain und Quantencomputing unsere Zukunft prägen werden und die Schweiz international als innovativer Technologiestandort bekannt ist. Gepaart mit demokratischen Werten, die eine innovationsfreundliche Grundhaltung fördern, und stabilen Rahmenbedingungen bestehen gute Voraussetzungen für die digitale Wettbewerbsfähigkeit.

Das Forum war auch die ideale Plattform, um den Promarca Star of the Year für das Lieblingsprodukt der Konsumentinnen und Konsumenten – Ovo Break der Wander AG – und den Promarca Explorer of the Year für das Lieblingsprodukt der Expertenjury – Garden Gourmet Marine Style Crispy Filet von Nestlé Suisse S.A. – zu verleihen.

Als engagierte Stimme der Marken wird sich Promarca auch in Zukunft mit branchenrelevanten Themen auseinandersetzen und die Mitglieder unterstützen. Ich wünsche meiner Nachfolgerin Barbara Castegnaro dabei viel Freude und alles Gute.

Anastasia Li-Treyer
Geschäftsführerin bis 31.12.2024

«Der Mensch wird auch weiterhin die kreative Intelligenz einbringen und Entscheidungen treffen müssen, die die Maschine nicht lernen kann.»

neuen Regulierung anzupassen, auseinanderzusetzen. Der Verband bleibt mit der Expertin, die die Verordnung ausführlich vorgestellt und die Fragen der Mitglieder beantwortet hat, in Kontakt, sodass Aktualisierungen möglich sind.

Auf den 1. Januar 2022 sind neue Kartellgesetzbestimmungen betreffend den Missbrauch relativer Marktmacht in Kraft getreten. 2024 hat sich die Wettbewerbskommission erstmals in einem formellen Untersuchungsverfahren zur praktischen Anwendung der relativen Marktmacht geäußert. Der Entscheid i.S. Fresenius Kabi bietet einige Ansätze zur Auslegung dieses neuen Instituts. Die Begründung der Entscheidung ist in einzelnen Erwägungen überraschend. Mit einer kurzen Zusammenfassung wurden die Mitglieder informiert. Weitere Verfahren sind hängig, und deren Entscheide müssen abgewartet werden, um mehr Rechtssicherheit rund um das neue Institut der relativen Marktmacht zu erhalten. In Sachen Markant wurde 2024 noch keine Entscheidung getroffen, diese wird für 2025 erwartet.

prägen. Es war auch die Gelegenheit, das zehnjährige Bestehen des Promarca Brand of the Year zu feiern und der intelligentfood Schweiz AG für El Tony Mate zum zweiten Mal in Folge den Award für die dynamischste Marke unter den Promarca-Mitgliedern zu überreichen.

Das Forum bot Gelegenheit, die vielfältigen Facetten des Themas Markeninnovation im Zeitalter der künstlichen Intelligenz weiter zu vertiefen. Es wurde deutlich, dass Individualisierung auch im Hinblick auf Preisdifferenzierung ein Zukunftsthema ist. Maximilian Böger, der sich mit der Entwicklung innovativer Geschäftsmodelle und der Optimierung bestehender Strategien im Zeitalter von digitaler Transformation und künstlicher Intelligenz beschäftigt, zeigte anschaulich, wie man eine KI trainiert. Der Mensch wird jedoch auch weiterhin die kreative Intelligenz einbringen und Entscheidungen treffen müssen, die die Maschine nicht lernen kann. Und Marken können definitiv nicht von Maschinen aufgebaut werden, denn die Stärke von KI ist Mittelmass und die Sinnfrage relevant. Wohin die Reise geht, wissen wir heute noch

Herausgeber/Redaktion
Promarca Schweizerischer Markenartikelverband
Bahnhofplatz 1, 3011 Bern
+41 (0)31 310 54 54 | info@promarca.ch | promarca.ch

Konzeption und Gestaltung
bildfunke.ch

Korrektorat
db Korrektorat, Bern | db-korrektorat.ch

Druck
ast-fischer.ch

© Promarca, Mai 2025

Awards

Promarca ist es ein wichtiges Anliegen, jedes Jahr erfolgreiche Mitglieder und ihre Marken zu ehren und diese Erfolge sichtbar zu machen: sei dies als dynamischste Marke, als Favoriten der Konsumentinnen und Konsumenten, als innovativstes Konzept oder als nachhaltigstes Projekt!

Promarca Brand of the Year

Die **intelligentfood Schweiz AG** holte sich mit **El Tony Mate** den Promarca Brand of the Year bereits zum zweiten Mal in Folge. Die Marke überzeugt durch Natürlichkeit, Nachhaltigkeit und eine enge Verbindung zu den Konsumentinnen und Konsumenten. El Tony Mate ist längst mehr als nur ein Softdrink; er verkörpert ein Lebensgefühl, mit dem sich immer mehr Menschen identifizieren. Genau so entstehen Markenpräferenz und Dynamik!

Sieger intelligentfood Schweiz AG:
Saskia von Moos und
Florian Würzler



Sieger Nestlé Suisse S.A.:
Eugenio Simioni,
Inna Karapetiants
Attinost, Gianrico
Duriet und Jérôme
Bonvin

Promarca Explorer of the Year

Der Award für das innovativste und neuartigste Konzept ging an **Nestlé Suisse S.A.** für ihr Produkt **Garden Gourmet Marine Style Crispy Filet**. Die pflanzliche Alternative zum Fischfilet bietet einen echten Mehrwert! Die hohe Nachfrage nach Fisch hat gravierende Auswirkungen auf das marine Ökosystem, insbesondere durch Überfischung und unregulierte Fischerei. Mit dem Marine Style Crispy Filet schafft Nestlé eine nachhaltige Lösung, die nicht nur geschmacklich überzeugt.



Promarca Star of the Year

Die Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten wählten **Ovo Break** der **Wander AG** zu ihrem Favoriten. Das knusprige Vergnügen vereint Ovomaltine Crunchy Cream mit einer knackigen Waffel und sorgt so für ein besonders intensives Crunch-Erlebnis bei jedem Bissen. Mit Ovo Break lässt sich das beliebte Frühstücksritual und das damit verbundene Glücksgefühl – der Genuss von Ovomaltine Crunchy Cream auf frischem Brot – auch unterwegs erleben: sei es auf dem Weg zur Arbeit, in der Schule oder bei einem Ausflug – Ovo Break passt immer!



Sieger Wander AG: Christof Stulz, Andrea Schwab, Patrick Zahnd, Arnold Furtwaengler und Georg Kundert



Sieger Compo Jardin AG: Regine Hofmann und David Franitza

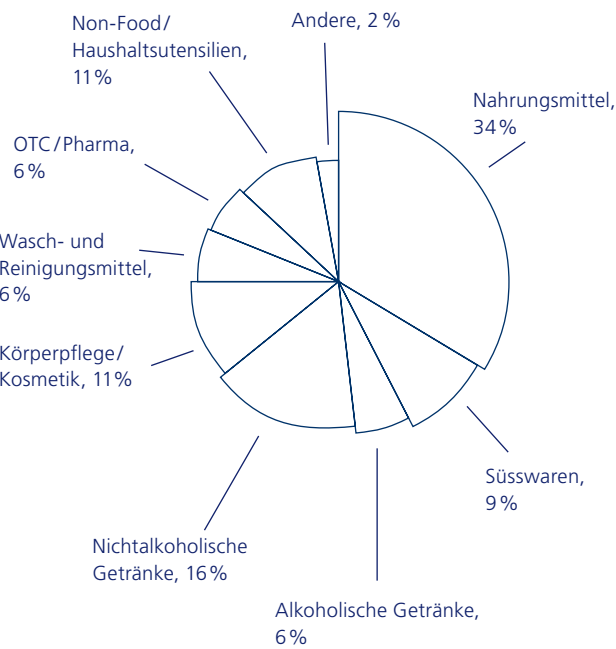
Promarca Nachhaltigkeitsaward

Compo Bio Granuplant® setzt neue Massstäbe in Sachen Nachhaltigkeit und Gartenbau. Mit einer innovativen und umweltfreundlichen Alternative zu herkömmlichem Blähton konnte die **Compo Jardin AG** überzeugen und wurde mit dem Promarca Nachhaltigkeitsaward ausgezeichnet. Das Produkt besteht aus naturbelassenem Bimsgranulat und verursacht durch seinen ressourcenschonenden Herstellungsprozess 96 Prozent weniger CO₂-Emissionen als herkömmlicher Blähton.

Promarca in Zahlen

Promarca, gegründet 1929, vertritt die Interessen von aktuell 102 Markenunternehmen im Konsumgüterbereich in der Schweiz. Diese erwirtschaften einen Jahresumsatz von 14,2 Milliarden Schweizer Franken, inklusive Export. Die Mitglieder von Promarca bieten 18 811 Vollzeitstellen (FTE) in der Schweiz, davon 8509 in der Produktion. Diese Markenunternehmen investieren jährlich Millionenbeträge in den Standort Schweiz und in Nachhaltigkeitsprojekte und leisten damit einen wichtigen Beitrag zur Schweizer Volkswirtschaft.

Branchen bei Promarca



Tradition

Innovativ, qualitativ hochstehend, zuverlässig, emotional: Bevor ein Produkt zur Marke wird, muss es die Konsumentinnen und Konsumenten auf vielfältige Weise überzeugen. Dafür bedarf es jahrzehntelanger Höchstleistungen der Hersteller. Diese blicken in der Schweiz oftmals auf eine stolze, weit zurückreichende Geschichte zurück.

Firmen- und Markenjubiläen 2024

- 180 Jahre Lindt & Sprüngli Schokoladen AG (Lindt & Sprüngli (Schweiz) AG)
- 150 Jahre Munz (Maestrani Schweizer Schokoladen AG)
- 125 Jahre Doetsch Grether AG
- 120 Jahre Ovomaltine (Wander AG)
- 100 Jahre Rama (Haecy Import AG)
- 100 Jahre Kleenex (Kimberly-Clark Switzerland GmbH)
- 90 Jahre Melitta Schweiz GmbH
- 75 Jahre Bolton Swiss S.A.
- 20 Jahre Emmi Caffè Latte (Emmi Group)

Arbeitsplätze

Markenunternehmen schaffen und erhalten Arbeitsplätze. Die Mitglieder von Promarca beschäftigen 18 811 Vollzeitmitarbeitende, aber mit den weltweit geführten Einheiten mit Sitz in der Schweiz schafft die Markenartikelindustrie über

26 500

Arbeitsplätze. So sind Markenunternehmen nicht nur ein Motor für den Wettbewerb, sondern auch ein wichtiger Pfeiler der Schweizer Wirtschaft.

Treiber von Innovationen

Die Hersteller von Markenartikeln setzen Maßstäbe in der Innovation und der Produktkompetenz, an denen sich die Konkurrenz orientiert. Die Mitglieder von Promarca lancierten 2024 in der Schweiz 8750 neue Markenprodukte. Sie betrieben total 2015 aktive Marken. Es wurden 46 Marken neu registriert und 8 neue Patente eingereicht.

8750

neue Markenprodukte lanciert

Engagement

Markenunternehmen unterstützen inländische und internationale Hilfsorganisationen.

Unsere Mitglieder spenden unter anderem dem Schweizerischen Roten Kreuz, der Caritas, der Glückskette, der Fondation Theodora, der Krebsliga Schweiz, Save the Children, Pro Juventute und Pro Senectute. Unterstützt werden auch Behindertenwerkstätten und Arbeitsplätze für IV-Bezüger. Im Bereich Nachhaltigkeit engagieren sie sich bei der Berghilfe, bei WWF, MSC und ASC, Food-Waste-, Bienen- und Bergwaldprojekten. Ein weiteres Engagement leisten unsere Mitglieder bei Tischlein deck dich und der Schweizer Tafel wie auch bei regionalen Vereinen und Veranstaltungen.

Investitionen in den Standort Schweiz

Markenhersteller schaffen nicht nur Arbeitsplätze und betreiben Standorte, sie engagieren sich auch in Forschung und Entwicklung, investieren in Marketing- und Sales-Aktivitäten und unterstützen die Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeitenden. Die Mitglieder von Promarca haben im Jahr 2024

über 703 Millionen Franken in den Standort Schweiz investiert.



Umsätze

Die 102 Mitglieder (Stand März 2025) von Promarca erzielten im Jahr 2024 einen Jahresumsatz von 14,2 Milliarden Schweizer Franken, inklusive Export. Der Schweizer Umsatz der Promarca-Mitglieder nahm um 0,36 % ab, der Export hingegen steigerte sich um 1,45 %.

14,2 Mia. CHF

2024

102 Mitglieder