



Eidgenössische Technische Hochschule Zürich  
Swiss Federal Institute of Technology Zurich

DUSYS  
Department of  
Environmental Systems Science



Agricultural Economics and Policy

# Fallstudie

«*Kernser Teigwaren*»

Pasta Röthlin AG

Dr. Bruno Höltschi

*1. April 2025*

## 75 Jährige Familientradition (1/3)

---

### *Geschichte - 1936 – 2012 / Familienunternehmen in der 3. Generation*

- 1898 Bau einer Bäckerei im Dorf Kerns durch Urgrossvater Florentin Röthlin-von Rotz.
7. Januar 1936 Trotz Krisenzeit beginnt Grossvater Walter Röthlin-Britschgi am 7. Januar in seiner Bäckerei mit der Herstellung von Hörnli, Makkaroni, Nudeln, Spaghetti und Suppeneinlagen unter dem Namen KERNSER. Zu diesem Zweck hat er 4 Maschinen angeschafft und erreicht eine Tagesleistung von 300 kg. Arnold Britschgi und Arnold Bucher sind seine ersten Mitarbeiter.
- 1938 Er ersteigert die Schlosserei „Laufholz“ mit eigener Wasserkraft. Die erste vollautomatische Teigwarenpresse der Firma Bühler / Uzwil (sie steht heute rechts vor dem Firmeneingang) wird in einem Anbau in Betrieb genommen.
- 1949 Dank immer grösser werdender Nachfrage drängt sich die Erstellung eines Neubaus auf. Wenige Jahre später wird die Frischeiermarke MILEI (Pasta mit Milch und Ei) lanciert.
- 1958 Grossvater Walter Röthlin-Britschgi stirbt unerwartet und Vater Walter Röthlin-Lieb übernimmt die Geschäftsführung und wandelt die Einzelfirma in eine Aktiengesellschaft um. Die Bäckerei wird von Noldi Röthlin-Hofer übernommen und ausgebaut.

## 75 Jährige Familientradition (2/3)

---

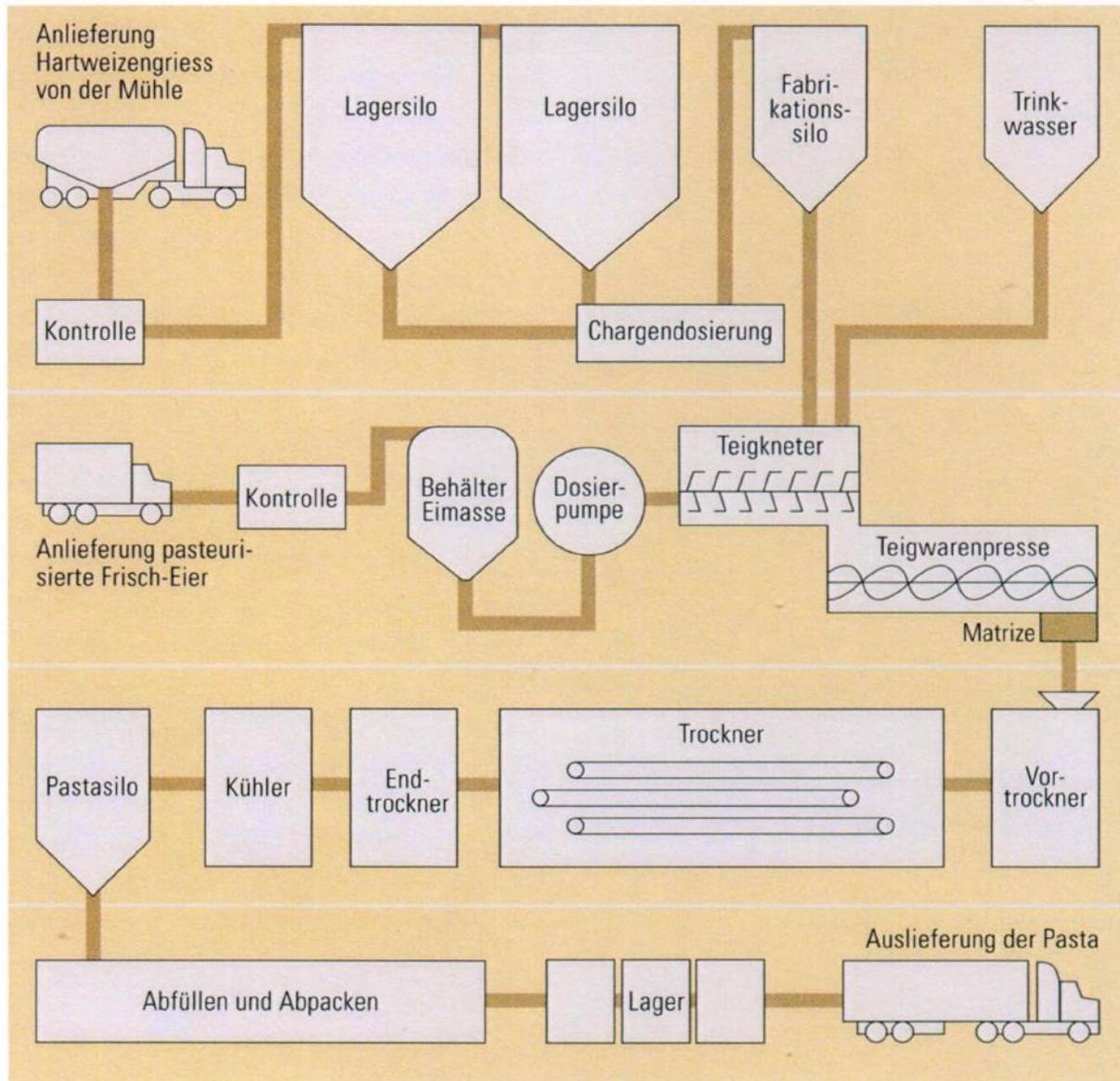
- 1963 Der wachsende Bedarf erfordert einen Erweiterungsbau. Eine vollautomatische Bühler Kurzwaren-Linie wird installiert. 3-Schichtbetriebes in der Fabrikation wird eingeführt. Die Tageskapazität erhöht sich auf ca. 5000 kg.
- 1968 Nach langen Versuchen kommt eine erste Spezialität auf den Markt: Lasagne – die Häuschenpackung mit dem Markennamen Trattoria ist geboren.
- 1971 Drei Pastafabriken unterzeichnen einen Kooperationsvertrag: J. Caprez-Danuser AG (CaDa) / Chur, Röthlin AG / Kerns und Ziegelmüller AG aus Herzogenbuchsee. Die Röthlin AG stellt die Marke Trattoria der Trattoria-Gruppe als einheitliche Marke zur Verfügung.
- 1972 – 1975 Die Trattoria AG wird gegründet. Die Spezialitätenlinie wird ausgebaut.
- 1975 Installation einer zweiten vollautomatischen Linie für Spezialitäten wie Lasagne, Cannelloni und Farfalle. Erhöhung der Jahreskapazität auf 1'400 Tonnen.
7. Januar 1986 Auf's 50. Jubiläum und nach langer Planung erfolgt die Grundsteinlegung der neuen Fabrik an der Industriestrasse 3. Die Inbetriebnahme erfolgt Ende 1987.
- 1986 Walter Röthlin-Lieb kauft die Pastificio Gällera Selma SA in Bellinzona, welche ausschliesslich Napoli Pasta (ohne Ei) herstellt und weiterhin von Augusto Gällera geleitet wird.
- 1991 Die Trattoria AG in Kerns fusioniert mit der Trattoria Chur und der Sangal SA in Nyon.

## 75 Jährige Familientradition (3/3)

---

1996	Die beiden Fusionspartner verkaufen, ohne Mitwissen von Vater Walter, Produktion, Maschinenpark und Marke an die Hero. Mitte Jahr wird die Produktion in Kerns eingestellt und die Marke Trattoria geht verloren.
1996	Florentin Röthlin-Risi übernimmt im Juli die Geschäftsleitung der Pastificio Gällera Selma SA in Bellinzona.
1996	Nach eingehenden Gesprächen mit Banken und Solidaritätsbekundungen von Freunden und Bekannten beschliesst die Familie Röthlin die Pasta-Produktion in Kerns wieder aufzunehmen und gründet unter deren Mithilfe die Pasta Röthlin AG.
1997	Die Marke kernser wird neu lanciert und eine neue Linie für Walz-Spezialitäten wird installiert. Die Tageskapazität liegt wieder bei 4'800 kg.
1999	Eine Kurzwaren-Linie von Bühler wird installiert. Dadurch steigt die Tageskapazität auf knapp 14'500 kg.
Herbst 2001	Zwecks Nachfolgeregelung werden die beiden Betriebe Gallerà Selma SA und Pasta Röthlin AG am Standort Kerns zusammengelegt. Der Betrieb in Bellinzona wird geschlossen und verkauft.
2002	Dank den Maschinen aus Bellinzona wird eine zweite Kurzwarenlinie und ein Trommeltrockner in Betrieb genommen. Dank dreier Spaghetti-Zellen wird die Spaghetti-Produktion in Kerns aufgenommen.
2003	Der Fabrikladen wird mit einer Geschenkboutique ergänzt und nach 2 Jahren ausgebaut.
2007	Florentin Röthlin-Risi übernimmt die Geschäftsleitung von Vater Walter.
2009	Am 1. Februar stirbt Walter Röthlin-Lieb unverhofft im Alter von 78 Jahren. Florentin Röthlin-Risi wird Inhaber und Hauptaktionär. Im selben Jahr gewinnt die Pasta Röthlin AG als AdR-Produzent der Migros Luzern, den begehrten Herzblutpreis.
7. Januar 2011	Am 7. Januar 2011 feiern die Mitarbeiter der Pasta Röthlin AG das 75jährige Bestehen der kernser Pastafabrik. Die heutige Tageskapazität liegt zwischen 14 und 16.5 Tonnen.

# Produktionsprozess



## 4-Eier Walzspezialitäten



## 3-Eier echte UrSchweizer Linie



## 4-Eier Trend Spezialitäten



## Pasta Napoli



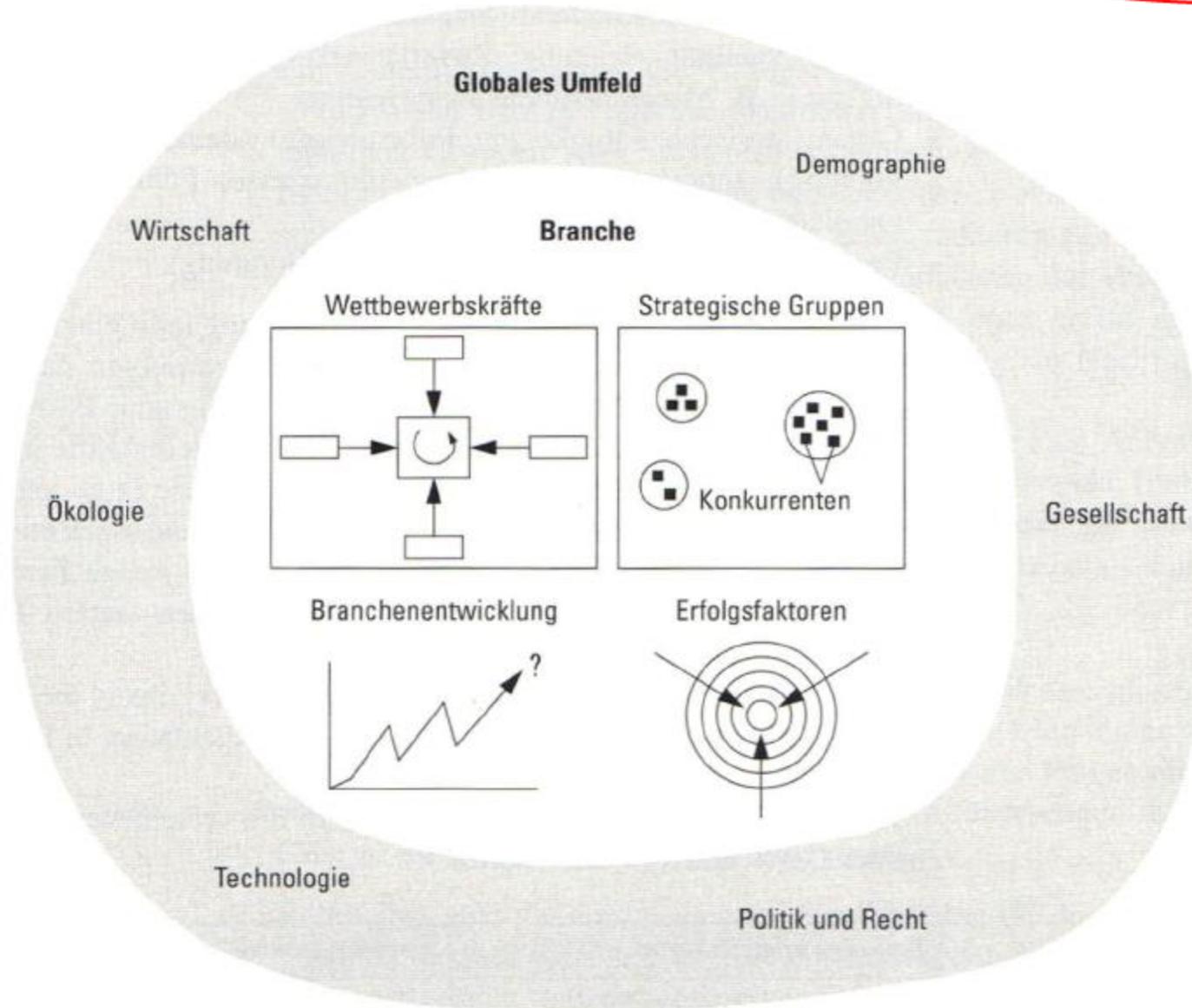


Abbildung 3.15, Lombrisier, Aplanalp

## Marktentwicklung - Pastamarkt

---

### Swiss Pasta

- Der **Konsum in der Schweiz** ist in 2011 gesunken
  - Menge – **3.2% auf 73'600 t** (VJ 76'000t)
  - **Pro Kopf Konsum 9.32 kg** (VJ 9.72 kg)
- Dabei haben Inlandware und Importe zu gleichen Teilen verloren
  - **Der Anteil CH Produktion liegt bei 55.8% (VJ 56%)**
  - Verkauf Inlandproduktion sank auf 41'049 t (VJ 42'519t)
  - Verkauf der Importe sank auf 32'542 t (VJ 33'494t) damit sind die Importe erstmals seit 1988 rückläufig
- Die **Produktion in der Schweiz** ist nur um -0.4% auf **46'470t** gesunken
- Die **Exporte** sind im 2011 um 31% **auf 5'412 t gestiegen**

### Gemäss Nielsen

- Pastamarkt Schweiz 2011 (gem. Nielsen ohne Aldi und Lidl)

Wert -6%

Menge -8%

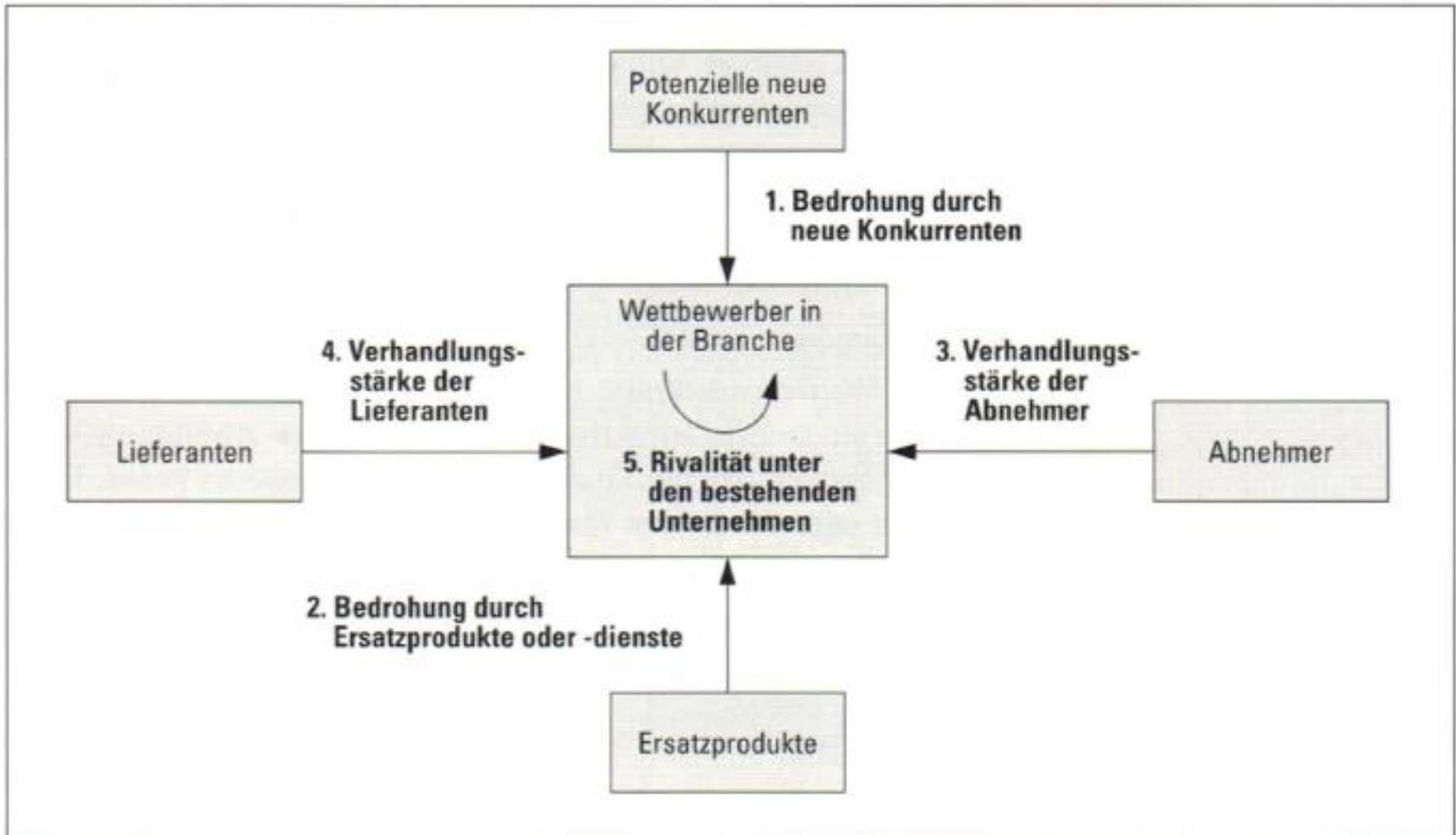
# Marktentwicklung – Pastamarkt

## STATISTIK 2011

1. Inlandverbrauch	2011	2010	2009	2008
Verkäufe der Schweiz. Teigwarenfabriken im Inland in Tonnen	41'049	42'519	42'929	43'013
+ Importe	32'542	33'494	32'975	31'438
<b>Total Verbrauch</b>	<b>73'591</b>	<b>76'013</b>	75'904	74'451
Veränderung Verbrauch gegenüber Vorjahr	-2'422	109	1'453	2'192
in %	-3.2%	0.1%	2.0%	3.0%
Pro Kopf-Verbrauch in kg *	9.32	9.72	9.73	9.66

2. Produktion des Schweiz. Teigwarenindustrie	2011	2010	2009	2008
Inlandproduktion in Tonnen	46'470	46'656	48'338	49'519
Veränderung gegenüber Vorjahr	-186	-1'682	-1'181	1'304
in %	-0.4%	-3.5%	-2.4%	2.7%

Quelle: Swiss Pasta



▲ Abbildung 3.6 Die fünf Wettbewerbskräfte (nach Porter 2008a, S. 35)

## Mitbewerber auf dem Schweizer Markt 2012

---

- **Schweiz**

- **Jowa** > 20'000 t
- **Pasta Gala** > 15'000 t
- **Pasta Premium** > 10'000 t
- **Pasta Simona** ~ 2'000 t
- **Lokale Produzenten**

- **Import**

- **Barilla** ~ 1'500'000t
- **Agnesi**
- **De Cecco** ~ 150'000 t

## Kundenstruktur IST

---

- **LEH**
  - **Migros LU**
  - **Coop**
  - **Spar**
  - **Volg**
  - **Denner**
  - **Manor**
  - ...
- **CC-Märkte**
- **Grossisten (v.a lokale)**
- **Export**



## SWOT Analyse

<p style="text-align: center;"><b>Stärken</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• ...</li><li>• ...</li><li>• ...</li></ul>	<p style="text-align: center;"><b>Schwächen</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• ...</li><li>• ...</li><li>• ...</li></ul>
<p style="text-align: center;"><b>Chancen</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• ...</li><li>• ...</li><li>• ...</li></ul>	<p style="text-align: center;"><b>Gefahren</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• ...</li><li>• ...</li><li>• ...</li></ul>

## Gruppenarbeit

---

- **Welche Ansatzpunkte seht Ihr für ein künftiges Wachstum?**
- **Welche Massnahmen schlägt Ihr vor, um die Bekanntheit der Marke mit vernünftigen finanziellen Mitteln zu steigern?**

## Werte

---

- **Kernsationell**
- **Familienbetrieb**
- Swissness
- Qualität
- Innovation
- Partnerschaft
- Kundenorientierung
- Tradition
  
- **Wir wissen woher unsere Rohstoffe kommen und wir bürgen für Qualität**

## Strategische Erfolgspositionen

---

- **Urdinkel Spezialitäten**
  - Spaghetti, Walz- und Pressprodukte in house produziert
  
- **Echte Urschweizer Linie**
  - Original Äpler-Magronen
  - Stanser-Hörnli
  - Rigi-Rollen
  - Titlis Hütli
  - Pilatus-Spätzli
  - Heidi Zöpfli
  - Alp Hörnli
  - Jäger Hörnli
  
- **Saisonalität - Walzprodukte**
  - Schweizer Eier
  - Wir wissen woher unsere Rohstoffe kommen und bürgen für Qualität

## Spezialitäten

Seite  
Page 3

*Fit mit*



### Nervenstärkung und Gehirnnahrung

- reichlich Vitamine der B-Gruppe und 6 verschiedene Aminosäuren
- fördern der Energiestoffwechsel des Nervengewebes und des Gehirns

### "Schlankmacher"

- hoher Anteil an Nahrungsfasern
- wertvolle "gute" ungesättigte Fettsäuren - KEIN Cholesterin
- wird langsam verdaut
- Sättigungsgefühl hält länger an

### Wirkt im Körper neutral

- beinhaltet kleine Mengen Magnesium, Kalium, Eisen und Natrium
- gleicht den Säure-Basen-Haushalt aus
- stimmt fröhlich

### (Spitzen) - Sportlernahrung

- sehr viele komplexe Kohlenhydrate - spenden viel Kraft und Ausdauer

### Gleicht Lebensmittelallergien aus

- besser verträglich als Weizen
- gut für Weizenallergiker, da reiner UrDinkel

### Ideale Ernährung

- leicht verdaulich
- reich an Vitaminen
- reich an Mineralstoffen
- reich an Eiweiss

### Vielseitiges Gourmet-Getreide

- innovativ
- modern
- ernährungsbewusst

# Qualität



In unserer Pasta Produktion werden ausschliesslich hochwertige Rohstoffe und Naturprodukte verarbeitet. Nur sie ermöglichen, zusammen mit dem Einsatz modernster Technologie, unsere beispiellose Qualität. Unsere Lieferanten sind nicht die günstigsten, aber die Besten.



## *Bergquellwasser*

Dank unserem Standort sind wir in der Lage, natürliches, reines Bergquellwasser zu verarbeiten.



## *Schweizer Eier aus Boden- und Freilandhaltung*

Als einziger Schweizer Pasta Produzent verwenden wir ausschliesslich Schweizer Eier aus Boden- und Freilandhaltung.



## *Hartweizengriess*

Wir beziehen unseren Hartweizengriess nur aus den besten Anbaugebieten Kanadas und der EU. Durch die Mühle werden uns folgende Arten von Hartweizengriess geliefert:

- Hartweizengriess
- UrDinkel aus der Schweiz
- Bio-UrDinkel aus der Schweiz

## *Natürliche Farbstoffe*

Spielerische Kreationen durch Formen und Farben bringen Abwechslung auf den Teller. Farbliche Akzente setzen wir mit natürlichen Farbstoffen von Lebensmitteln, wie: Spinat, Tomaten, Tintenfisch-Pulver, Safran, Curry, Paprika etc.

## Bisheriger Auftritt



## Heutiger Auftritt

---





## Angepasster Auftritt - Logoanpassung

---



## Angepasster Auftritt UrDinkel



## Angepasster Auftritt Walzspezialitäten



## Ausgangslage: Viele verschiedene Verpackungen.

### UrDinkel



### UrSchweizer



### Walz



### Rustico



### Napoli, Formenpasta, Handelsprodukte



## Neuer, einheitlicher Auftritt





## Logo Entwicklung

