

# ALL HANDS ON DECK

*Conference*



# Central Europe Program Update & Outlook

**ALL HANDS  
ON DECK**  
Conference 

Presented by mk<sup>2</sup>



# CEU & WEU Market Update

- The region struggles with both domestic political challenges as well as the global situation
- Economic performance remains behind expectations for the core markets in WEU & CEU
- Effecting consumer behavior and confidence as well as industry investments and trade
- Upswing from late 2024 slowed down and overall atmosphere is not very optimistic
  
- Trade Conflict with the USA remains unsolved and no agreement has been put on paper
- Publications on a regulatory framework from August and September are the latest news
- Arguments within Europe heated up in past weeks with politicians doubting an agreement
  
- Concerns among the industries remain but at least the direct threat of tariffs seems off the table
- That helped to overcome reluctance among trade as regulations remained the same
- Predictability is key and not having new announcements every day calms the markets
  
- At this point, no direct effects on the seafood market (neither for the better nor the worse)
- Still potential for reduction of trade barriers and duties (example of U.S. lobster agreement)
- Supply and pricing remain the more pressing concerns among the EU industry (especially salmon)



# Program Achievements

Marketing Activity  
Highlights 2024 / 2025



**ALL HANDS  
ON DECK**  
Conference 

# Canned AK Seafood

Canned market is strong in Germany (28% share)  
Sector dominated by Tuna and marinated Hering  
Almost no Alaska presence in retail and discount  
ASMI partnered with private label producer for Aldi  
Agreement in spring 2025 for launch in October  
Includes the introduction of 4 AK marinated cans  
Featuring Alaska Pink, Pollock, and Pacific Cod  
Pre-Christmas season listing and two catalogue ads



- Launch of 600,000 cans testing the market
- Sales value of \$ 2,039,000 at B2C level
- ASMI logo labelled on all distributed can
- ASMI investment of \$ 48,000



# Smoked Salmon Promotion

Smoked category remains essential for AK Sockeye in CEU  
 While dominated by Norway, Alaska holds a solid share  
 ASMI continuously supports producers and educates shoppers  
 Work with roughly 75% of all brands in the region (and growing)  
 The program also promotes the strong private label industry  
 Generic advertisement, information and direct sales support  
 Origin labelling and recognition among shoppers remains key  
 Mix of POS activation, online communication, and on-pack ads



- ASMI logo on six out of ten branded packs sold in GER
- Products with ASMI logo in all full assortment retailers
- Tinema cooperation alone includes 5.2 million
- Suempol adds another 1.1 million logo placements



# Chef Culinar Education

Partnering with one of the leading HRI suppliers in the region  
 Company is active in Germany, Austria, and Switzerland  
 Work with their sales staff to promote Alaska to customers  
 Develop education material and interview panel about AK  
 Focus on how to integrate Alaska products into the menu  
 Based on financial calculations as core aspect in foodservice  
 CC employees visiting clients promote an Alaska competition  
 Guests could vote for their favorite canteen, cafeteria, restaurant

- CC team addressed 107 independent clients
- Contest with AK origin focus ran 8 weeks
- CC confirmed orders worth \$ 830,000
- ASMI invest of \$ 29,000 for campaign



Mein Rezept: Zwei Fischgerichte mit Top-Deckungsbeitrag

El Mövenschiss: Ceviche      Ambach: Fish'n Chips

Wann Sie die Challenge nicht vergessen sollten

Jetzt abstimmen und an Alaska-Gewinnspiel teilnehmen

WELCHER BETRIEB IST IHR FAVORIT? Jetzt abstimmen und mit etwas Glück nach Alaska reisen.

Ihre Stimme entscheidet – wer hat das Experten-Coaching am besten umgesetzt? Beide Betriebe haben alles gegeben: um Experten-Tipps zu kalkulieren, Rezepten und kreativen Rezepten in die Praxis umzusetzen. Jetzt sind Sie gefragt: Stimmen Sie zu, welcher Betrieb Ihre Meinung nach das Gewinner am Überlegendsten auf dem Teller gebracht hat – und belohnen Sie den Einsatz! Das Beste daran: Mit Ihrer Stimme sichern Sie sich die Chance auf eine spektakuläre 7-Tage-Reise zu den Polargebietern in Alaska für zwei Personen.

Ihre Name\*      Ihre E-Mail-Adresse\*

Ihre Adresse      PLZ, Wohnort\*

Ihr Betrieb/Unternehmen/Ort/Veranstaltung\*

Ihre Wahl: Bitte klicken Sie einen oder die beiden Möglichkeiten an:

Ich stimme den Teilnahmebedingungen zu \*

Ich stimme den Teilnahmebedingungen zu \*

Ich möchte der Chef Culinar Guest-Newsletter erhalten.

Vertrag abschließen

So machen Sie Fischgerichte zum Umsatztreiber

Leinen los für die Alaska Seafood-Challenge!

Frischer Wind auf der Speisekarte! Fisch ist für viele Betriebe eine Herausforderung – aber auch eine echte Umsatzchance. Bei der Alaska Seafood-Challenge treten zwei Teams an und zeigen, wie man Fischgerichte kreativ auf den Teller zaubert – und dabei den Umsatz steigert! Mit an Bord: unsere CHEFS VALUE Expertinnen Jenny und Hans, die ihr exklusives Know-how teilen. Lassen Sie sich von den Kalkulations- und Verkaufstipps inspirieren und sichern Sie sich mit etwas Glück sogar noch eine Reise nach Alaska – die Heimat unserer hochwertigen Seafood-Produkte!

Sehen Sie sich jetzt die Alaska Seafood Challenge an

Alaska Seafood Challenge von CHEFS CULINAR

So machen Sie Fischgerichte zum Umsatztreiber

Frischer Wind auf der Speisekarte!

JETZT ARTIKEL IN UNSEREM ONLINE-SHOP ENTDECKEN!

hen auch Sie klar Schiff bei Zahlen und Co.

Sie unsere V TOOLS haben Sie gesehen, wie erfolgreiches Kalkulieren und Optimieren Ihre Speisekarte profitabler macht. Jetzt sind wir wieder da: Mit unseren V TOOLS können Sie eine detaillierte Analyse Ihrer Speisekarte durchführen und erhalten klare Handlungsempfehlungen. Nutzen Sie selbst, wie Sie Ihre Betriebe gesteuert werden und damit Ihre wirtschaftlichen Ergebnisse verbessern können.

Beispiel: Der Deckungsbeitrag-Optimierer Mit diesem Tool können Sie eine Return-Permen-Analyse Ihrer Speisekarte durchführen und erhalten klare Handlungsempfehlungen. Nutzen Sie selbst, wie Sie Ihre Betriebe gesteuert werden und damit Ihre wirtschaftlichen Ergebnisse verbessern können.

Zum Onlineshop

Suchbegriff eingeben

CHEFS CULINAR

CHEFS CULINAR Großhandel > CHEFS VALUE > CHEFS Inspiration > CHEFS Stories > Karriere

Alaska Seafood-Challenge

ABENTEUER FISCH

Jetzt Video anschauen, für Ihr Favoriten-Rezept abstimmen und mit etwas Glück eine Alaska-Reise gewinnen!

So machen Sie Fischgerichte zum Umsatztreiber

Leinen los für die Alaska Seafood-Challenge!

Frischer Wind auf der Speisekarte! Fisch ist für viele Betriebe eine Herausforderung – aber auch eine echte Umsatzchance. Bei der Alaska Seafood-Challenge treten zwei Teams an und zeigen, wie man Fischgerichte kreativ auf den Teller zaubert – und dabei den Umsatz steigert! Mit an Bord: unsere CHEFS VALUE Expertinnen Jenny und Hans, die ihr exklusives Know-how teilen. Lassen Sie sich von den Kalkulations- und Verkaufstipps inspirieren und sichern Sie sich mit etwas Glück sogar noch eine Reise nach Alaska – die Heimat unserer hochwertigen Seafood-Produkte!

ALL HANDS ON DECK

Conference

# Plans & Dreams

Possibilities resulting from additional funding



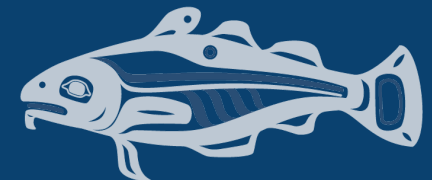
## Private Label Program

- ❖ PL market is massive in CEU
- ❖ Growing sector for past years
- ❖ Includes most Alaska species
- ❖ Staples for seafood shoppers
- ❖ Covers popular categories
- ❖ Strong in retail and discount
- ❖ Market share in all five countries



## Why more funding?

- ❖ Promos require more resources
- ❖ ASMI often the only one pushing
- ❖ Add value to underrated options
- ❖ Usually no “fancy” marketing items
- ❖ PL need more context than brands
- ❖ Give reason beyond the price tag
- ❖ So far only around 15% of budget



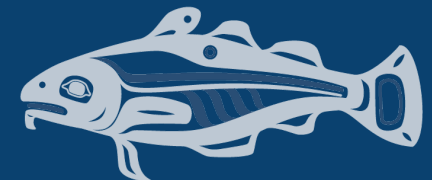
## Ambassador Program

- ❖ Spokespersons have high value
- ❖ Add another layer to communication
- ❖ Help to address new audiences
- ❖ Provide credibility and expertise
- ❖ Support impact of generic approach
- ❖ Can open doors to new channels
- ❖ Multiply the invest of the program



## Why more funding?

- ❖ Known personalities are costly
- ❖ Requires experts for different topics
- ❖ Need for targeted education phase
- ❖ Makes sense for longer period
- ❖ Partnerships are meant to last
- ❖ Investments to have them present
- ❖ Spokespersons need platforms



# What's Up in Central EU

Upcoming Events



**ALL HANDS  
ON DECK**  
Conference 

# Future CEU Events

## Fischwirtschaftsgipfel 2025

- Taking place as we speak – networking for German seafood industry
- Last year platform for presentation about GSI / RFM to potential contacts
- ASMI is sponsoring partner with staff on-site to discuss plans and programs
- Last year, three new promotion projects resulted from the attendance

## Fish International Bremen 2026

- Next edition of the show is running from February 22nd to 24th in Bremen
- Only seafood-focused exhibition in the region addressing mainly GER, AT, CH
- ASMI partners with Food Export Northeast for cost saving and more exposure
- Two years ago, presence at the show resulted in 37 meetings, 6 leads, and 4 collabs

## Follow The Fish Poland 2026 (TBD)

- Implementation of consumer focused series of culinary events in larger Polish cities
- Presentation of AK seafood species available in the country with focus on origin
- Partnership with the U.S. embassy and local FAS office for support and further reach



# Central Europe

## Thank You for Your Attention

**ALL HANDS  
ON DECK**  
Conference 

Presented by mk<sup>2</sup>

