



MEDIENMITTEILUNG

Bern, 16. April 2019

Emmentaler Switzerland: erfolgreiche Delegiertenversammlung 2019

An der Delegiertenversammlung vom 16. April 2019 in der Kartause Ittingen in Warth orientierte Emmentaler Switzerland über das vergangene Geschäftsjahr, die finanziellen Resultate und die Mengenentwicklung des Emmentaler AOP im In- und Ausland. Das von Wetter- und Währungsschwankungen geprägte 2018 zeigte, dass die gesamte Schweizer Käse-Branche noch näher zusammenarbeiten muss. Zudem stellte Emmentaler Switzerland seine Vision 2023 vor. Die wegweisende strategische Ausrichtung basiert auf fünf Säulen und setzt die Verjüngung und Stärkung der Marke Emmentaler, die Stärkung der Präsenz bei Konsumentinnen und Konsumenten sowie die gezielte Verkaufs- und Absatzförderung zusammen mit Retailern und den Handelsfirmen ins Zentrum der kommenden fünf Jahre. Die ordentlichen Geschäfte wurden von den Delegierten einstimmig angenommen. Krönender Abschluss bildete traditionsgemäss die Übergabe der Diplome durch Markenbotschafter Matthias Sempach an die Top-Ten-Emmentaler AOP-Käsereien 2018. www.emmentaler.ch

Ein herausforderndes Geschäftsjahr

Daniel Alain Meyer, seit der Delegiertenversammlung 2018 Präsident von Emmentaler Switzerland, ging in seinem Rückblick auf das Geschäftsjahr 2018 zuerst auf die generelle Volumenentwicklung von Emmentaler AOP ein. Die Sortenorganisation startete äusserst erfreulich ins Jahr 2018 und das abgesetzte Volumen lag bis Mai 2018 deutlich über demjenigen des Vorjahres. Die damit verbundene Erhöhung der Freigabemengen sorgte für eine erste Euphorie. Doch der Einbruch des Eurokurses in der zweiten Jahreshälfte auf CHF 1.12 führte gerade in preissensiblen Exportmärkten zu Volumeneinbrüchen. Parallel minderte der überdurchschnittlich warme Sommer 2018 bei den Konsumentinnen und Konsumenten die Lust auf Käse, was Emmentaler

Switzerland auch im Bereich des Schmelzkäse-Absatzes zu spüren bekam. Mit Gegenmassnahmen versuchte man diesen Entwicklungen im Herbst 2018 entgegenzuwirken – unter anderem investierte Emmentaler Switzerland zusätzliche Werbegelder ins Marketing und unterstützte den Schmelzkäse-Absatz mit geeigneten Massnahmen stärker. Trotz zeitnahen Korrekturmassnahmen zeigen die aktuellsten Marktentwicklungen, dass der Emmentaler AOP in vielen Feldern eine neue, frische Dynamik benötigt. Leitbild ist dabei die «Vision 2023», welche seit Ende 2018 umgesetzt und gelebt wird.

Vision 2023 – zukunftsgerichtete Stossrichtung

Der Fünf-Jahres-Plan «Vision 2023» fokussiert auf fünf unterschiedliche, für Emmentaler Switzerland wichtige Perspektiven – «Volumen und Wertschöpfung», «Marke», «Konsument», «Vermarktung» und «Organisation». Ein wichtiger Punkt in der Umsetzung der Vision 2023 ist die verstärkte Ausrichtung der Organisation Emmentaler Switzerland auf zielgerichtete und direkt marktbezogene Massnahmen, um sich so noch individueller auf die einzelnen Märkte zu fokussieren. Denn jede der fünf Säulen hat primär das Ziel, im Absatzbereich wieder zu wachsen und den Emmentaler AOP in allen Kernmärkten nachhaltig zu stärken und zu etablieren.

Sanktionen milchgold Käse AG

In seiner Rede an die anwesenden Delegierten und auf Grund der aktuellen Situation bei der milchgold Käse AG betonte Daniel Alain Meyer, dass Emmentaler Switzerland mit ganzer Härte gegen die Verletzung der Reglemente und der Vorschriften von Emmentaler Switzerland vorgeht. Die milchgold Käse AG wurde von Emmentaler Switzerland im Zusammenhang mit der Verletzung des Pflichtenhefts sanktioniert, derzeit läuft das Zivilrechtsverfahren gegen die milchgold Käse AG. Es gilt die Unschuldsvermutung.

Leidenschaft – Engagement – positive Energie

Direktor Stefan Gasser nahm in seinem Rückblick Bezug auf die Neuausrichtung der Organisation im Sinne der Vision 2023, den Markenschutz sowie die Umsetzung der Erhöhung des Sortenbeitrags und des Selbsthilfebeitrags für Nichtmitglieder. Die Neuausrichtung der Organisation im Rahmen der Vision 2023 konzentrierte sich auf die Bildung eines Key-Account-Teams, welches die Zusammenarbeit zwischen Käsehandel, dem Retail, Switzerland Cheese Marketing und Emmentaler Switzerland weiter stärkt und die Distribution des Emmentaler AOP am Point of Sale fördert. Bei der Mengenentwicklung verkündete Stefan Gasser eine leicht rückläufige Entwicklung der Gesamtverkäufe auf 17'441 Tonnen (-3.8%), der Tafelware im Inland (-1.6%) sowie beim Export (-3.3%). Er betonte jedoch, dass gerade die Verkäufe im wichtigen Exportmarkt Italien um fast 590 Tonnen (+11.4%) gestiegen seien und die neue Vision – noch näher beim Konsumenten zu sein – für positive Dynamik Sorge. Gerade die Lancierung der «WORDS»-Kampagne bringe frischen Wind und spiegle sich indirekt in

den Verkäufen in Italien wider. Erfreulich sei auch die konsequente Umsetzung des Markenschutzes, welcher seit jeher zu den Kernaufgaben von Emmentaler Switzerland gehöre. Die Durchsetzung korrekter Verpackungen sowie der richtigen Namensgebung von ausländischem Emmentaler sei für ein Markenprodukt wie Emmentaler AOP essenziell.

Emmentaler Schaukäserei – fruchtende Zusammenarbeit

Die ausgezeichnete Zusammenarbeit zwischen der Emmentaler Schaukäserei in Affoltern i. E. und Emmentaler Switzerland trägt Früchte. Ein Highlight im vergangenen Geschäftsjahr bildete die Eröffnung des Besucherrundgangs «Königsweg» am 1. Dezember 2018. Elf individuell gestaltete Themenräume machen die Geschichte sowie die Produktion des Emmentaler AOP mit allen Sinnen erlebbar. Mit der Angleichung des Logos sowie der geschaffenen Synergien rücken die Emmentaler Schaukäserei und Emmentaler Switzerland stetig näher zusammen und machen die «Schauchäsi» als Schaufenster des Emmentaler AOP zu einem Marketinginstrument, welches sich vielfältig nutzen lässt.

Zusätzliche Gelder für noch effizienteres Marketing

Die per 1. Mai 2018 in Kraft getretene befristete Erhöhung des Sortenbeitrags von CHF 0.60/kg auf CHF 0.75/kg setzte zusätzliche finanzielle Mittel frei, welche von Emmentaler Switzerland direkt für gezielte Marketingaktivitäten eingesetzt werden. Bestes Beispiel ist die Kommunikationskampagne «WORDS», welche ihren Ursprung in Italien hat. Die als 360-Grad-Kampagne konzipierte Idee trug massgeblich zur erfolgreichen Entwicklung des Exportmarkts Italien bei und ist seit kurzem auch in der Schweiz und in allen Exportmärkten der Sortenorganisation Emmentaler Switzerland zu sehen. Die «WORDS»-Kampagne baut auf Echtheit sowie Natürlichkeit und besteht aus einem Wortspiel auf die Endung «aler» in Kombination mit passenden Alltagssituationen. Ziel der Kampagne ist es, mit #liveoriginaler eine jüngere Zielgruppe (25 bis 39 Jahre) anzusprechen und so neue Konsumentinnen und Konsumenten zu generieren – ohne dabei die traditionellen Werte der Marke zu konkurrenzieren.

Auszeichnung der Top-Ten-Käsereien 2018

Der Emmentaler AOP ist ein Premium-Produkt, welches mit seiner Top-Qualität überzeugt. Dies belegen auch die Qualitätsbeurteilungen 2018. Im Sommersemester erreichten über 79% der Emmentaler AOP-Laibe eine absolute Spitzenqualität von 19 bis 20 der maximal möglichen 20 Taxationspunkte. Seit 2011 steigt die Gesamtqualität des Emmentaler AOP stetig, was unter anderem den engagierten, erfahrenen Käsermeistern zu verdanken ist. Traditionsgemäss wurden die zehn besten Käsereien im Rahmen der Delegiertenversammlung ausgezeichnet, wobei Markenbotschafter und Schwingerkönig Matthias Sempach die Diplome an die Top-Ten-Käsereien 2018 überreichte.

Gold

19.83 Punkte REK AG, Käserei Längacker, Rüeggisberg, André Kohler

Silber

19.79 Punkte Käserei Höhe, Signau, Alfred Schenk

19.79 Punkte Käserei Gyrstock, Hofstatt, Alois Michel und Martin Roos

Bronze

19.75 Punkte Berg-Käserei Oberei, Süderen, Hansruedi Gasser

19.75 Punkte Ernst Oettli AG, Käserei Illighausen, Illighausen, Markus Hengartner

Diplome

19.71 Punkte REK AG, Käserei Oberbütschel, Oberbütschel, Theo Zbinden

19.71 Punkte Käserei Schmid AG, Buttisholz, Erwin Schmid

19.67 Punkte Käserei Ursenbach, Ursenbach, Fritz Lehmann

19.65 Punkte Käserei Blum AG, Käserei Etzenerlen, Ruswil, René Blum

19.63 Punkte Käserei Dürrenbühl, Wyssachen, Urs Wüthrich

19.63 Punkte Käserei Niedermuhlern, Niedermuhlern, Erich Thomet und Simon Galli

Bilder sind am 16. April 2019 ab 19.00 Uhr abrufbar unter:

www.media.pprmediarelations.ch/Emmentaler+Switzerland/Events/Delegiertenversammlung+16.+April+2019

Über Emmentaler AOP

Der Schweizer Emmentaler AOP ist mit einem Durchmesser von 80 bis 100 cm, seinen 75 bis 120 Kilogramm und der Reifung von mindestens vier Monaten in ausgesuchten Käsekellern das Schweizer Original und alles andere als Durchschnitt. Seine einzigartige Emmentaler-Note erhält der Käse während des Reifungsprozesses. Je nach Reifungsdauer von nussig-mild bis aromatisch-kräftig. Dies ist nicht der einzige Grund, weshalb der Emmentaler AOP auch als König der Käse gilt. Er wird aus frischer, unbehandelter Rohmilch und frei von jeglichen Zusatzstoffen produziert, von erfahrenen Käsermeistern, die den Emmentaler immer noch traditionell-handwerklich herstellen. Dank der Käsereimarkte lässt sich jeder Emmentaler AOP-Laib bis zu seinem Ursprung und Produktionsort zurückverfolgen. www.emmentaler.ch

Für weitere Auskünfte wenden Sie sich bitte an:

Pressestelle: Compresso AG, Suzanne Nievergelt, Seestrasse 49, 87002 Zollikon

Telefon +41 43 488 86 00, E-Mail: pr@compresso.ch, www.compresso.ch

Emmentaler Switzerland, Stefan Gasser, Direktor

Zieglerstrasse 43 B, Postfach, 3000 Bern 14

Telefon +41 31 388 42 42, s.gasser@emmentaler.ch, www.emmentaler.ch