

LE GRUYÈRE®
SWITZERLAND



präsentiert die Trimesterausgabe
der Sortenorganisation Gruyère
Besondere Ausgabe

l'oiseau



LE GRUYÈRE®
SWITZERLAND

LE GRUYÈRE®
SWITZERLAND

LE GRUYÈRE®
SWITZERLAND

LE GRUYÈRE®
SWITZERLAND

YÈRE®
RLAND

LE GRUYÈRE®
SWITZERLAND

LE GRUYÈRE®
SWITZERLAND

LE GRUYÈRE®
SWITZERLAND

LE C
SWI

YÈRE®
RLAND

YÈRE®
RLAND

LE GRUYÈRE®

ERE®
AND

LE GRUYÈRE®

LE C
SWI

YÈRE®
LAND

Jahresbericht **2014**
Interprofession du Gruyère



INHALT

- 03 BOTSCHAFT DES PRÄSIDENTEN
- 04 ALLGEMEINE LAGE
- 06 MENGENMANAGEMENT
- 07 MARKTLAGE
- 08 AOP-DOSSIER UND INTERNATIONALE LAGE
- 09 QUALITÄT DES GRUYÈRE AOP
- 11 AUSZEICHNUNG FÜR DEN GRUYÈRE AOP AN NATIONALEN UND INTERNATIONALEN WETTBEWERBEN
- 15 MARKETING
- 18 VERANSTALTUNGEN 2014
- 20 ORGANE DER SORTENORGANISATION GRUYÈRE
- 23 VORSTAND DER SORTENORGANISATION GRUYÈRE
- 24 PERSPEKTIVEN 2015

GRAFIKEN

- 04 AUFTEILUNG DES VERKAUFS VON GRUYÈRE AOP IM JAHRE 2014
- 05 VERKAUF 2014 IN DER SCHWEIZ UND EXPORT
- 06 GESAMTPRODUKTION 2000-2014
- 07 VERGLEICH DES VERKAUFS
- 10 QUALITÄTSVERGLEICH NACH KALENDERJAHR
- 12 VERGLEICH DER PRODUKTION (KASEINMARKEN)
- 16 VERGLEICH DER JÄHRLICHEN EXPORTE VON GRUYÈRE AOP
- 17 VERGLEICH DER EXPORTE (JANUAR – MÄRZ)
- 20 VERGLEICH DER ENTWICKLUNG DER VORRÄTE (ENDE APRIL 2015)
- 22 VERGLEICH DER ALPPRODUKTION (KASEINMARKE)
- 24 ZUSAMMENFASSUNG DER AUFTEILUNG DES GESAMTEN PRODUKTIONSPOTENTIALS DES GRUYÈRE AOP NACH KÄSEREI UND KANTON FÜR DAS JAHR 2015

www.gruyere.com

Impressum

Herausgeber: Interprofession du Gruyère
Postfach 12, CH - 1663 Pringy
interprofession@gruyere.com
www.gruyere.com

Redaktion:
Interprofession du Gruyère
Auflage: 2'900 Exemplare

Übersetzung:
Trait d'Union
3000 Bern
www.traitdunion.ch

Grafische Gestaltung:
Effet+media
bepbep@bluewin.ch



Botschaft des **Präsidenten**

Seit 1115 hat der Gruyère einiges erlebt

Eine planbare, kalkulierbare wirtschaftliche Entwicklung die, quantitativ, qualitativ und betriebswirtschaftlich kontinuierlich wächst, das ist der Traum der heutigen Gesellschaft.

Plötzlich kommen einige Sandkörner ins Getriebe, wie der Entscheid der Nationalbank, den Franken nicht mehr um jeden Preis auf dem Wert von 1.20 Euro zu halten. Diese reichen aus, um die Meinung aller Experten und Medien, alle Indikatoren per sofort von positiv auf negativ oder sogar auf katastrophal zu drehen.

Die Ursachen und die Schuldigen sind wie immer sehr schnell gefunden. Rezepte und Lösungsansätze gibt es so viele wie Experten. Die Meisten formulieren unter Anderem konkrete Forderungen an den Staat.

In Krisensituationen erheben die Leute die Hände gegen den Himmel, beklagen sich und rufen um Hilfe. Eine normale menschliche Reaktion. Ich habe gelernt, dass in einer solchen Situation die Hände schnell wieder runtergenommen werden müssen, denn mit den Händen in der Luft kann man nicht gut arbeiten.

Der Vorstand der Sortenorganisation Gruyère hat sich sehr schnell an die Arbeit gemacht und die Situation analysiert. Hauptsächlich die voraussichtlichen Konsequenzen in den Märkten im Euroraum.

Gemäss unserer Strategie, den Gruyère AOP als Marke zu positionieren, haben wir beschlossen den Preis nicht

zu senken. Damit werden leider unsere Käsehändler gezwungen, die Preise im Euroraum um 10 bis 15 % zu erhöhen. Erfahrungsgemäss hat jede Preiserhöhung mittelfristig negative Konsequenzen auf die Absatzmenge.

Die Frage ist, wie viel und wie lange dauert es, bis sich der Markt wieder eingependelt hat.

Um uns auf die voraussichtliche Reaktion der Märkte vorzubereiten, haben wir Ende Januar beschlossen, dass die geplanten Produktionsquoten für die ersten Monate des Jahres ohne Ausnahme konsequent eingehalten werden müssen.

Erfreut stellen wir per Ende April fest, dass diese Massnahme die erwartete Wirkung erfüllt hat.

Wir werden in den nächsten Monaten 600 Tonnen weniger am Lager haben, als in der vergleichbaren Periode im letzten Jahr.

Das ist der Beweis, dass unsere Sortenorganisation sehr schnell und effizient reagieren kann. Ich danke Ihnen für das Verständnis und die Disziplin.

Für das weitere Vorgehen analysieren wir die Absatzzahlen sehr genau mit Hauptaugenmerk auf den Export und werden wenn nötig weitere Schritte einleiten.

Dank unseren sehr aktiven Käsehändlern in den Exportmärkten und mit den zusätzlichen Aktivitäten in den Bereichen Marketing und Werbung, werden wir diese Krise bewältigen.

Im Strategiepapier der Sortenorganisation Gruyère steht der Satz:

Die Beste Art sich vor bösen Überraschungen zu schützen, ist es, stets Überraschungen zu erwarten

Mit dieser bösen Überraschung mit der wir uns seit dem 15. Januar befassen, haben wir fast vergessen, dass 2014 ein Rekordjahr in Menge, Qualität und Rentabilität gewesen ist.

Der Beweis, dass wir auf dem richtigen Weg sind.

Ich danke Ihnen, allen Beteiligten der Interprofession du Gruyère AOP und gratuliere Ihnen für das ausserordentliche Resultat des Geschäftsjahres 2014.

Jede Krise ist auch eine Chance, was uns nicht zerstört macht uns stärker.

Wir haben die Mittel um Erfolg zu haben. Helfen wir uns selbst so hilft uns Gott.

Wir wollen weiter auf unsere Stärken bauen:

- Le Gruyère AOP ist ein einzigartiges Produkt
- mit einer geschützten Herkunft
- mit einer Geschichte seit 1115
- eine historische Stadt trägt seinen Namen
- Gruyères wird von hunderttausenden Touristen aus der ganzen Welt besucht und alle nehmen diese Erinnerung mit nach Hause
- Le Gruyère AOP ist eine Marke deren Glaubwürdigkeit mit seinem einzigartigen Geschmack bestätigt wird
- Le Gruyère AOP " **LE FROMAGE** "

Ich wünsche Ihnen viel Glück

Oswald Kessler
Präsident der IPG



Allgemeine Lage

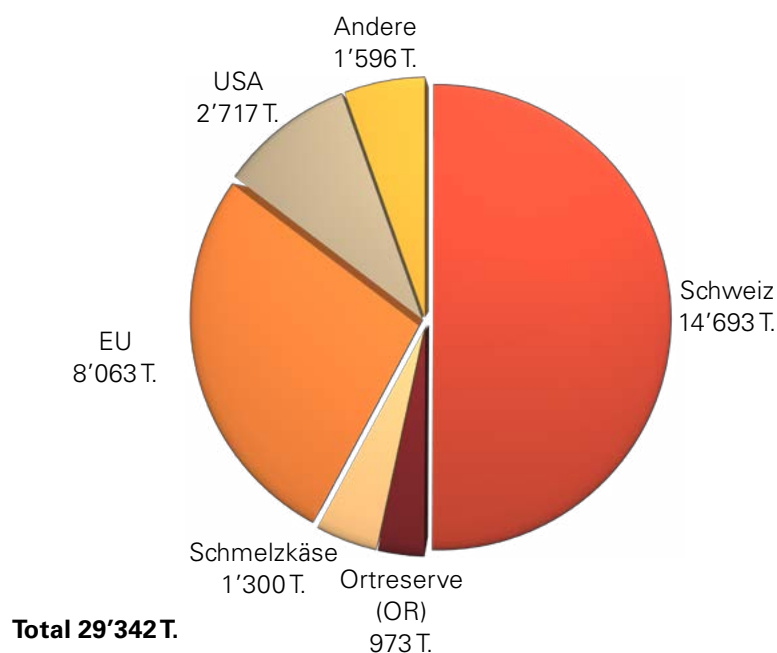
Aufgrund der mutigen Beschlüsse der letzten Versammlung im Herbst hat sich die Produktion von Gruyère AOP dem Produktionsziel von 30'000 Tonnen angenähert. Jeder Standort hat definitiv eine zusätzliche Menge von 1 % zugeteilt erhalten. In Wengliswil ist eine neue Käserei eröffnet worden, in welcher die Fabrikation von Gruyère AOP jene von Emmentaler AOP ablöst. Damit wird im Kanton Freiburg heute kein solch traditionsreicher löchriger Käse mehr hergestellt. Die Vitalität der Branche zeigt sich in der Tatsache, dass mehrere Käsereien im Jahr 2014 ihre Anlagen oder Keller renoviert oder umgebaut haben.

Gleichzeitig haben sich die Verkaufsakteure am Markt für eine generelle Erhöhung des Verkaufspreises für Gruyère AOP um CHF 1.–/kg eingesetzt. Diese Erhöhung ist unerlässlich, um der Branche den wirtschaftlichen Fortbestand zu garantieren. Die Aufwertung dieses edlen Käses stimmt mit seinem Marktwert und den grossen Anstrengungen überein, welche der Milchproduzent, der Käser und der Affineur täglich unternehmen, um eine einwandfreie Qualität zu garantieren.

Die Branche hat ausserdem ein neues Qualitätssystem gutgeheissen, welches es ermöglicht, Probleme sehr rasch aufzuzeigen. Auf diese Weise soll die Qualität des Gruyère AOP aufrechterhalten und, falls notwendig, verbessert werden. Dieses Ziel liegt künftig sämtlichen Mengenentwicklungen zugrunde. Die hervorragende Qualität wurde

2014 an zwei bedeutenden Anlässen belohnt. Zum einen erfolgten die Auszeichnungen der Taxationsschnitte der Jahre 2009 bis 2013 anlässlich eines gemütlichen Abends in Marin. Herr Dunand, Käser in Le Crêt, erzielte für seinen Gruyère AOP den höchsten Schnitt. Die Familie Esseiva von der Alp Brenleires wurde für den besten Gruyère d'Alpage AOP ausge-

Aufteilung des Verkaufs von Gruyère AOP im Jahre 2014 in Tonnen





zeichnet. Zum anderen fanden die Swiss Cheese Awards in Rapperswil-Jona statt. Der „Swiss Champion“ Titel für den besten Schweizer Käse ging an J.-M. Droz, Käser vom Bildungszentrum für Hauswirtschaft, Milch- und Lebensmitteltechnologie Grangeneuve in Posieux, für seinen Gruyère AOP.

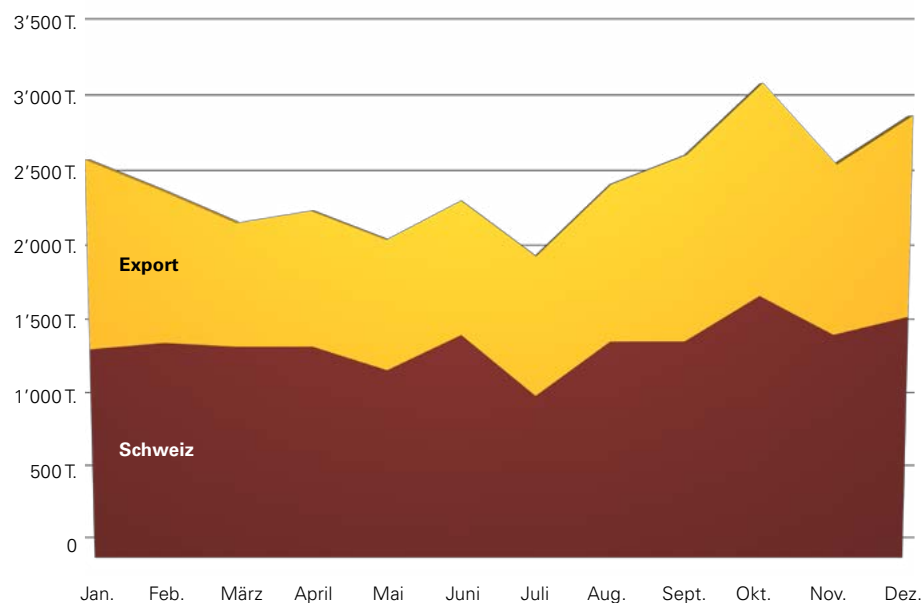
All diese positiven Meldungen bildeten eine gute Grundlage, um die

Verkaufsförderung dieses edlen Produkts im In- und Ausland weiter voranzutreiben. Auf nationaler Ebene wurde die Kampagne „Der Geschmack der Schweiz seit 1115“ fortgesetzt, die auf positives Echo in der Öffentlichkeit stiess. Im Ausland wurde die Verkaufsförderung fortgesetzt, indem eine länderspezifische Positionierung erfolgte, die aber stets an das Know-how und die Tradition gebunden war.

Der Gruyère AOP ist ein modernes Nahrungsmittel, das kalt oder warm genossen werden kann und das in rund 55 Ländern immer grössere Marktanteile gewinnt.

Dank seiner Eigenschaften lässt der Gruyère AOP seine Branche fortbestehen. Zudem kann er sich auf engagierte Akteure stützen, welche von den Bundesbehörden nicht alles erwarten, ausser dass Rahmenbedingungen geschaffen werden, welche eine harmonische Entwicklung ihrer Aktivitäten ermöglichen.

Monatlicher Verkauf 2014 (Tonnen)





Mengenmanagement

Das Mengenmanagement von Gruyère AOP wurde auf der Grundlage der im November 2012 gefassten Beschlüsse weiter verfolgt. So wurde jedem traditionellen Produktionsstandort eine zusätzliche Menge von 1 % zugeteilt. Aufgrund ihres unterschiedlichen Marktes wurde die Produktion von Gruyère AOP Bio und Gruyère d'Alpage AOP separat behandelt.

In Wengliswil im Sensebezirk ist eine neue Käserei eröffnet worden. Die Produktion von Gruyère AOP löst dabei jene von Emmentaler AOP ab. Damit gibt es im Kanton Freiburg heute nur noch 2 Produktionen mit geschützter Ursprungsbezeichnung, nämlich jene von Vacherin Fribourgeois AOP und von Gruyère AOP. Bei beiden ist eine erfreuliche Entwicklung festzustellen.

Trotz eines sehr straffen Mengenmanagements wurde an allen Standorten in den ersten Monaten 2014 eine zu hohe Produktion festgestellt. Leider wirkte sich dies über das Jahr und sogar zu Beginn des Jahrs 2015 auf die Lager aus. Diese Situation veranlasst die Organe der Sortenorganisation dazu, umfassende Überlegungen anzustellen, um die produzierten Mengen besser auf die Absatzmöglichkeiten abzustimmen. Zu diesem Zweck haben die Affineure eine breite Umfrage durchgeführt, um mehr über die Verkaufsgestaltung und damit einhergehend die unterschiedlich lang gereiften Gruyère AOP zu erfahren. Aufgrund dieser Zahlen gilt es, die Produktionsperioden neu zu definieren. Es ist klar, dass unabhängig vom gewählten System in den ersten Mo-

naten des Kalenderjahrs weniger produziert werden muss.

Zur Sicherung des bestmöglichen Absatzpotenzials wurde die qualitative Einschränkungsmassnahme in unverändertem Rahmen weitergeführt. Käsereien, deren Taxationsschnitt während zweier Jahre unter 18 Punkten lag und die also Käse der Qualität IB produzierten, erfuhren eine Mengenkürzung um 10 %. Bei Käsereien mit einem Taxationsschnitt zwischen 18 und 18,5 Punkten und mit 10 % oder mehr IB-Qualität wurde die Menge um 5 % reduziert. Diese Jahreskürzungen sind temporär und werden aufgehoben, sobald sich die Qualität verbessert hat.

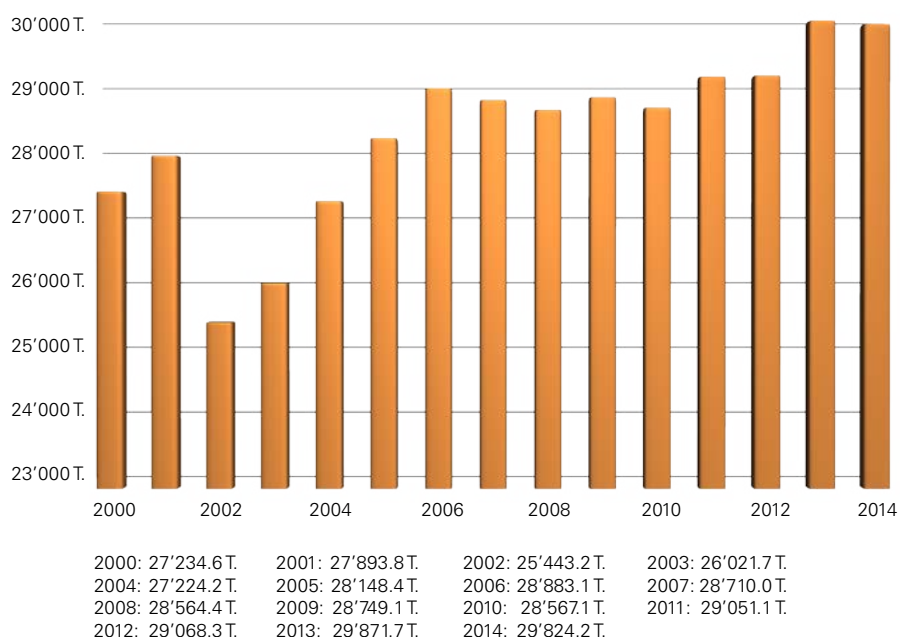
Bei der Produktion von Gruyère AOP Bio sind die Mengen bei 100 % geblieben, obwohl ein Standort aufgrund ungenügender Qualität die

Produktion dieser Spezialität eingestellt hat. Die freigewordene Menge ist auf die anderen Käsereien aufgeteilt worden.

Aufgrund der ungewissen Marktentwicklung und des hohen Lagerbestands des Gruyère d'Alpage AOP per Anfang 2014 wurde vorsichtig weiterproduziert. Per 31. Dezember normalisierten sich die Lager wieder.

Die Sortenorganisation führt die Mengen so genau wie möglich, damit der Gruyère AOP zum optimalen Zeitpunkt auf den Markt gelangt. Allerdings braucht es eine gewisse Flexibilität für die Herstellung eines natürlichen Produkts mit Ursprungsbezeichnung, das zu einem Lagerkäse verarbeitet wird, der über mehrere Monate haltbar ist.

Gesamtproduktion 2000-2014 (Tonnen)





Marktlage

Das Jahr 2014 war für den Gruyère AOP das Jahr der Konsolidierung. Die Gesamtverkäufe beliefen sich auf beinahe 29'400 Tonnen und erreichten Rekordwerte im Export. Besonders erfolgreich waren die Verkäufe in Europa.

Im Ausland wurden über 12'376 Tonnen Gruyère AOP verkauft, davon 8'063 Tonnen in unseren Nachbarländern. Das Zugpferd war Deutschland, wo Schweizer Käse ganz besonders beliebt ist. Frankreich hat etwas mehr Schwierigkeiten, auch wenn die Gesamtverkäufe in Anbetracht der starken Konkurrenz der einheimischen Käse beachtlich sind. Erfreulich entwickelten sich auch

die Verkäufe in Nordeuropa sowie in den ehemaligen Oststaaten.

Der in den vergangenen Jahren beobachtete Anstieg der Verkäufe in den USA stagnierte etwas. Mit über 2'500 Tonnen exportiertem Gruyère AOP stellen jedoch der Verkauf und insbesondere der Vertrieb in den USA Trümpfe für die Zukunft dar.

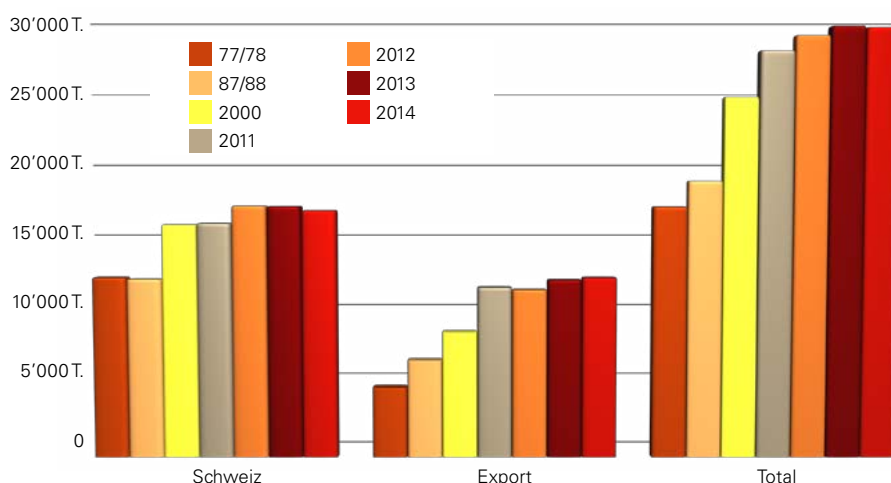
Ermutigende Absatzzahlen verzeichnet unser edler Käse auch in weiteren Ländern, wo er für seine Qualität immer mehr geschätzt wird. Le Gruyère AOP wird in über 55 Ländern verkauft, was uns ermutigt, unsere Marketinganstrengungen fortzuführen. In diesem Zusammenhang sei auf die letzten Massnahmen

verwiesen, welche auf den neuen Märkten getroffen worden sind. Sie werden im Kapitel „Marketing“ detailliert behandelt. Auch wenn die Zukunft und das Wachstum des Gruyère AOP von den Exportmärkten abhängen, so bleibt der Verkauf in der Schweiz der Eckpfeiler seiner Aufwertung. Le Gruyère AOP ist der meistkonsumierte Käse in unserem Land. Es ist die Pflicht der Sortenorganisation, seinen Platz zu verteidigen. Dies trotz wachsendem Importdruck und der Fabrikation von anderen Hart- oder Halbhartkäsen in unserem Land.

Le Gruyère AOP findet immer seinen Platz auf dem Teller des Konsumenten. Die Entwicklung von Produkten mit Gruyère AOP wie Gebäckstängel, Salzgebäck oder Ramequins sind Trümpfe für die Zukunft. Es ist daher unerlässlich, dass das Marketing mit den damit verbundenen Investitionen sowohl im In- als auch im Ausland aktiv ist.

Die Organe der Sortenorganisation haben sich Ende 2013 eine bedeutende Aufwertung des Preises für Gruyère AOP vorgenommen. Diese Aufwertung ist ihnen 2014 gelungen. Es bleibt nur zu hoffen, dass die am 15. Januar 2015 von der Schweizerischen Nationalbank beschlossene Aufhebung des Euro-Mindestkurses diese positive Entwicklung nicht zu stark bremst.

Vergleich des Verkaufs





AOP-Dossier und **internationale Lage**

Mit dem Übergang zur geschützten Ursprungsbezeichnung AOP wurde das Gruyère-Pflichtenheft im Jahr 2014 erstmals geändert. Diese Änderung wurde einstimmig genehmigt. Damit musste die Kennzeichnung innerhalb einer Übergangsfrist von 2 Jahren angepasst werden. Das neue mit dem Gruyère verbundene AOP-Logo ist bereits auf zahlreichen Produkten angebracht. Dies lässt den Rückschluss zu, dass die Änderung schneller als vorgesehen vollzogen wird.

Die Änderungen finden auch im Zusammenhang mit dem Ende der Übergangsbestimmungen des Abkommens mit der Europäischen Union zum gegenseitigen Schutz geografischer Herkunftsangaben und Ursprungsbezeichnungen statt. Le Gruyère AOP muss spätestens im Dezember 2016 korrekt gekennzeichnet sein. Logischerweise handeln die Verkaufsakteure vorausschauend und entwickeln schon jetzt normkompatible Kennzeichnungen.

Die Zertifizierung des Pflichtenheftes durch die OIC (Interkantonaales Zertifizierungsorgan) ist sehr wichtig. Einerseits für die Einhaltung desselben und andererseits zur Schaffung einer Rechtsgrundlage. Dies ändert jedoch nichts daran, dass der mit dem Käse verbundene Name Gruyère weiterhin rechtlich und auf internationaler Ebene verteidigt werden muss.

Die Koexistenz mit dem französischen Gruyère IGP verläuft ohne besondere Vorkommnisse. Dank ihr kann gemeinsam darauf geachtet werden, dass der Name Gruyère nirgends missbräuchlich verwendet wird. Mit dem Warnsystem wird eine rasche und vor allem koordinierte Reaktion möglich, um die eingetragene Marke, die allein dem Gruyère AOP und dem französischen Gruyère IGP vorenthalten ist, zu verteidigen.



Der Kampf um Einhaltung des Namens wird überall auf der Welt geführt. In den Vereinigten Staaten war es aufgrund der eingetragenen Marke möglich, Schritte gegenüber all jenen Akteuren einzuleiten, welche diesen Namen unrechtmässig verwendet hatten. Rechtliche Schritte wurden auch vor Gerichten in Zentral- und Südamerika eingeleitet. Handelsakteure in Asien, welche den Namen Gruyère missbräuchlich verwenden, stehen ebenfalls im Visier der Käse-Sortenorganisationen. Es ist klar, dass der Name auch in Europa respektiert

werden muss. Es kommt in diesem Fall den Organisationen zu, bei allfälligen Problemen zu intervenieren.

Die Sortenorganisation stützt sich auf ihre Anwälte und jene, welche mit den entsprechenden Fällen im Ausland beauftragt wurden. Die Sortenorganisation wird von den Bundesbehörden, dem Bundesamt für Landwirtschaft und dem Eidgenössischen Institut für Geistiges Eigentum, sowie der Europäischen Union unterstützt. Die internationalen Organisationen wie OriGIn, die nationalen Organisationen wie Switzerland Cheese Marketing (SCM) und die Vereinigung zur Förderung der AOP und IGP sind in dieser Angelegenheit ebenfalls von höchster Bedeutung.

Auf nationaler Ebene ist der Abschluss des Swissness-Dossiers zur Verteidigung unseres kulinarischen Erbes zentral. Es bleibt zu hoffen, dass die verschiedenen Kritiker dieser Massnahme – es sind oft die gleichen, welche damals die Umsetzung der geschützten Ursprungsbezeichnungen bekämpft haben – keine Verzögerungstaktik anwenden werden, um so die Inkraftsetzung dieser neuen Bestimmungen zu verhindern.

Diese für die Interessenvertretung und die Positionierung des Gruyère AOP auf den Märkten entscheidende Arbeit bedingt unter anderem ein lückenloses Engagement jedes Akteurs der Wertschöpfungskette und der Verkäufer von Gruyère AOP.



Qualität des Gruyère AOP

Taxation und Kontrollen

Gemäss den Bestimmungen des Pflichtenheftes wird jeder Posten Gruyère AOP monatlich der Taxation unterzogen, wenn der Käse im Durchschnitt 4,5 Monate alt ist.

Die erste Qualitätsbeurteilung erfolgt durch die Handlungsfirmen bei der Übernahme, die häufig als Wägen bezeichnet wird. Die zweite Kontrolle, oder Taxation, erfolgt durch die Taxationskommission. Diese besteht aus zwei Experten: einer vertritt die Sortenorganisation und einer die Käser. Ein Rekurs gegen das Resultat kann immer eingereicht werden. In einem solchen Fall nimmt die Rekurskommission eine erneute Prüfung vor. Diese Kommission besteht aus zwei Vertretern der Handlungsfirmen und einem Käser. Das Ergebnis ist unwiderruflich. Dieses Vorgehen garantiert die notwendige Objektivität bei der Beurteilung der Qualität des Gruyère AOP, welcher auf dem Markt abgesetzt wird. Eine dritte Beurteilung erfolgt durch die Handlungsfirma/Verkäufer, wenn die Käselaike den Keller verlassen.

Diese wichtige Arbeit erfordert jederzeit höchste Professionalität sowie eine strikte Vorgehensweise, durch die letztendlich eine einwandfreie Qualität des Gruyère AOP gewährleistet wird – dies sehr zur Freude der Konsumenten in den verschiedenen Ländern.



Global gesehen war die Qualität der Produktion im Jahr 2014 hervorragend. Der Anteil an Käse der Qualität IB war gegenüber dem Vorjahr leicht rückläufig. Es ist somit erfreulich festzustellen, dass die Ende 2012 umgesetzten Massnahmen zur Aufwertung der Qualität des Gruyère AOP Früchte tragen.

96,27 % der Posten konnten dadurch in die Klasse IA eingestuft werden. Der Anteil an Posten mit 19 Punkten oder mehr stieg von 60,29 % im Vorjahr auf 56,32 %.

Der Anteil an Käse der Qualität IB beläuft sich auf 2,63 % und der Anteil an Käse 2. Wahl auf 0,22 %. Von den 59 eingereichten Rekursen gegen die Taxation waren 24 erfolgreich. Aufgrund dieser Ergebnisse konnten Qualitätsprämien in der Höhe von CHF 5'265'046.-- ausbezahlt werden.

Die Qualität des Gruyère AOP Bio ist etwas weniger optimal. Dies hat dazu geführt, dass eine Käserei diese Produktion eingestellt hat.

Die Produktion von Gruyère d'Alpage AOP war im Jahr 2014 hervorragend. Das hohe Fachwissen der Fabrikanten, die mit veränderten klimatischen Bedingungen konfrontiert sind (wie dies insbesondere zu Beginn der Saison der Fall war), hat zu diesem guten Ergebnis geführt. So konnten 90,67 % der Produktion in die Klasse IA eingestuft werden und 52,24 % haben 19 Punkte oder mehr erreicht.



Chemische Analysen

Wasser-, Fett- und Salzgehalt

Damit die Konsumenten sicher sein können, dass das Produkt der Deklaration und den Bestimmungen des Pflichtenheftes entspricht, führt die Sortenorganisation Gruyère bei jedem Posten eine Analyse der Gehalte durch. Die Ergebnisse haben gezeigt, dass 33 Posten höhere Werte erzielten als im Pflichtenheft vorgeschrieben. Zu 22 Analysen wurde ein Rekurs eingereicht, 17 davon waren erfolgreich. Es ist anzumerken, dass mehr als 2'100 Posten analysiert wurden. Die allgemeine Einhaltung der im Pflichtenheft vorgeschriebenen Gehalte bezieht sich auf einen Durchschnitt von 6 Monaten.

Analyse auf Listerien und spezifische Analysen

Neben den Analysen der Gehalte werden ebenfalls Analysen auf Listerien und bezüglich der hygienischen Qualität durchgeführt. Im Jahr 2014 fielen sämtliche Proben auf Listerien negativ aus und entsprachen somit den gesetzlichen Vorschriften.

Dasselbe Resultat wurde bei den spezifischen Analysen erzielt, was die Konsumenten in ihrer Wahl, den ohne Zusatzstoffe produzierten Gruyère AOP zu kaufen, bestätigt.

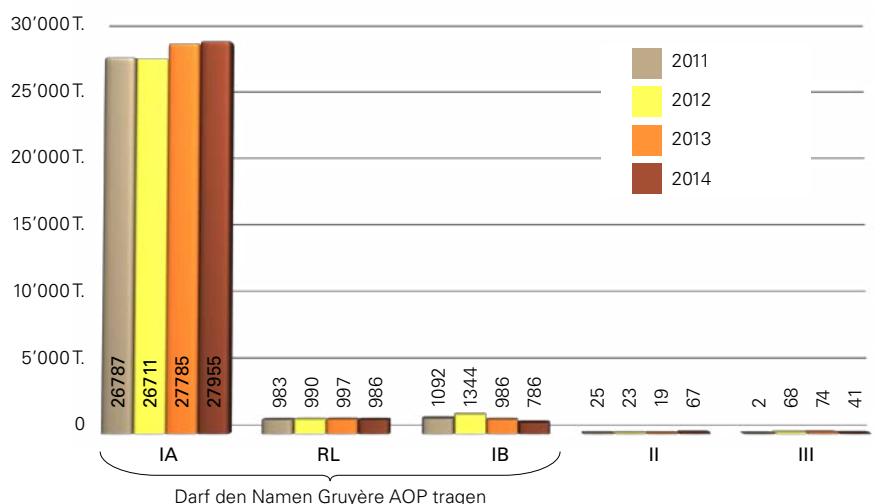
Qualitätskommission

Die Qualitätskommission traf sich zu mehreren Sitzungen. Sie ist aufgerufen, in Zukunft eine wichtigere Rolle zu spielen, indem sie ihre Mitglieder in Delegationen bei Käsereien einsetzt, die sich in Schwierigkeiten befinden, wie dies

im vorliegenden Bericht erwähnt wird (siehe Kapitel zu den Organen der Sortenorganisation). Das Qualitätskriterium ist entscheidend, damit der Gruyère AOP auch in Zukunft in den Käseauslagen zu finden ist.



Qualitätsvergleich nach Kalenderjahr in Tonnen





Auszeichnung für den Gruyère AOP an nationalen und internationalen Wettbewerben

Die Sortenorganisation Gruyère ist stolz auf die zahlreichen Preisträger der verschiedenen Wettbewerbe im Jahr 2014. Sie gratuliert allen Mitgliedern der Branche, welche mit einer hervorragenden Milchqualität und einer bemerkenswerten Produktion und Reifung zu diesen Resultaten beigetragen haben. Die erstklassige Qualität, die daraus hervorgeht, ist die beste Garantie für die Zukunft des Gruyère AOP.

Diese Auszeichnungen verstärken das positive Image unseres Hartkäses. Sie erinnern gleichzeitig daran, dass Qualität auch Respekt der Tradition, der Natur, des Know-hows und äusserste Genauigkeit bei der täglichen Arbeit bedeutet. Durch diese Wettbewerbe wird die Arbeit der gesamten Sortenorganisation honoriert.

Resultate des OLMA Alpkäse-Wettbewerb, 13. Oktober 2014

Le Gruyère d'Alpage AOP von Laurent Gachet, Alp Les Audèches, von der Freiburgischen Alpkäse-Genossenschaft gereift, hat den **1. Preis** gewonnen in der Kategorie Hartkäse. Le Gruyère d'Alpage AOP von Philippe und Samuel Dupasquier, Alp Le Lity, von der Freiburgischen Alpkäse-Genossenschaft gereift, hat den **7. Preis** erhalten.

Le Gruyère d'Alpage AOP von Charles Boschung, Alpage Chenau, von Fromage Gruyère SA gereift, hat ein **Zertifikat** bekommen.

Resultate der World Cheese Awards, London, 14. bis 16. November 2014

Goldmedaillen :

Herr Alexandre Guex, Käserei Châtonnaye, für seinen bei Cremo Von Mühlenen affinierten Gruyère AOP

Herr Alexandre Schaller, Käserei Villarimboud, für seinen bei Emmi affinierten Gruyère AOP

Herr Adrian Scheiddegger, Käserei Niedermuhren, für seinen bei Cremo Von Mühlenen affinierten Gruyère AOP

Herr Vincent Tyrode, Käserei L'Auberson, für seinen bei Margot Fromages SA affinierten Gruyère AOP. Präsentiert von Walo von Mühlenen

Silbermedaillen :

Herr Alexandre Guex, Käserei Châtonnaye, für seinen bei Cremo Von Mühlenen affinierten Gruyère AOP

Bronzemedaillen :

Herr Philippe Geinoz, Käserei Bemont, für seinen bei Emmi affinierten Gruyère AOP

Herr Gérald Raboud, Käserei Courgenay, für seinen bei Emmi affinierten Gruyère AOP

Herr Alexandre Schaller, Käserei Villarimboud, für seinen bei Emmi affinierten Gruyère AOP

Herr Adrian Scheiddegger, Käserei Niedermuhren, für seinen bei Cremo Von Mühlenen affinierten Gruyère AOP, 2 Bronze-Medaillen

Herr Vincent Tyrode, Käserei L'Auberson, für seinen bei Margot Fromages SA affinierten Gruyère

AOP. Präsentiert von Walo von Mühlenen

Resultate des Swiss Cheese Awards

Die Swiss Cheese Awards haben in Rapperswil Jona vom 23. bis 26. Oktober stattgefunden. Rekordteilnahme von 817 eingereichten Käse... und Le Gruyère AOP hat den Titel von Schweizer Meister gewonnen! Es handelt sich um den Gruyère AOP von Herrn Jean-Marie Droz, Bildungszentrum für Hauswirtschaft, Milch- und Lebensmitteltechnologie in Grangeneuve, affiniert bei Fromage Gruyère SA.

20% der Käse pro Kategorie erhalten ein Diplom. 39 Gruyère AOP wurden eingereicht. Hier die Liste der 8 ersten:

1. Le Gruyère AOP von Herrn Jean-Marie Droz, Bildungszentrum für Hauswirtschaft, Milch- und Lebensmitteltechnologie in Grangeneuve, affiniert bei Fromage Gruyère SA.
2. Le Gruyère AOP von Herrn Walter Haussener, Käserei Galmiz, affiniert von Emmi
3. Le Gruyère AOP von Herrn Claude Kolly, Käserei Rossens, affiniert von Mifroma
4. Le Gruyère AOP Bio von Herrn Pierre Buchillier, Käserei Les Moulins, affiniert von Fromco
5. Le Gruyère AOP von Herrn Philippe Favre, Käserei Vaulruz, affiniert von Fromage Gruyère SA
6. Le Gruyère AOP von Herrn Jean-Philippe Charrière, Käserei Ponthaux, affiniert von Fromco

7. Le Gruyère AOP von Herrn André Delacombaz, Käserei Montbovon, affiniert von Mifroma
8. Le Gruyère AOP von Herrn Pierre-Alain Uldry, Käserei Pont-la-Ville, affiniert von Mifroma.

In der Kategorie Gruyère d'Alpage AOP, von den 8 eingereichten Käse haben die 2 ersten ein Diploma erhalten:

1. Le Gruyère d'Alpage AOP von Herrn Germain und Beat Piller, Alp Vounetz, affiniert von der Freiburgischen Alpkäse Genossenschaft
2. Le Gruyère d'Alpage AOP von Herrn Laurent Gachet, Alp Les Audèches, affiniert von der Freiburgischen Alpkäse Genossenschaft

World Cheese Award 2014 – 18.-19. März 2014 - Madison, Wisconsin, USA

Second Runner-Up :

Herr Michel Grossrieder, Käserei Moléson SA Orsonnens, für seinen bei Fromage Gruyère SA affinierten Gruyère AOP

Bester der Kategorie :

Herr Michel Grossrieder, Käserei Moléson SA Orsonnens, für seinen bei Fromage Gruyère SA affinierten Gruyère AOP

Zweiter der Kategorie :

Herr Jean-Marie Dunand, Käserei Le Crêt, für seinen bei Fromage Gruyère SA affinierten Gruyère AOP
Herr Christophe Esseiva, Alp Brenlaires, für seinen bei Fromage Gruyère SA affinierten Gruyère d'Alpage AOP

Dritter der Kategorie :

Herr Alain Cardinaux, Käserei Aeschlenberg, für seinen bei Fromage Gruyère SA affinierten Gruyère AOP

Resultate der International Cheese Awards 2014, Nantwich UK

Goldmedaillen :

Herr Alexandre Guex, Käserei Châttonnaye, für seinen bei Cremo Von Mühlenen affinierten Gruyère AOP
Cremo, Käserei Villars-sur-Glâne, für seinen bei Cremo Von Mühlenen affinierten Gruyère AOP

Silbermedaillen :

Herr Alexandre Guex, Käserei Châttonnaye, für seinen bei Cremo Von Mühlenen affinierten Gruyère AOP
Herr Roland Pittet, Käserei Bouloz, für seinen bei Lustenberger + Dürst affinierten Gruyère AOP
Herr Pierre Buchillier, Käserei Les

Moulins, für seinen von Emmi affinierten Gruyère AOP Bio

Bronzemedailles :

Herr Gérald Raboud, Käserei Courgenay, für seinen von Emmi affinierten Gruyère AOP
Herr Pierre Buchillier, Käserei Les Moulins, für seinen von Emmi affinierten Gruyère AOP Bio

VHC Very Highly Commended Award :

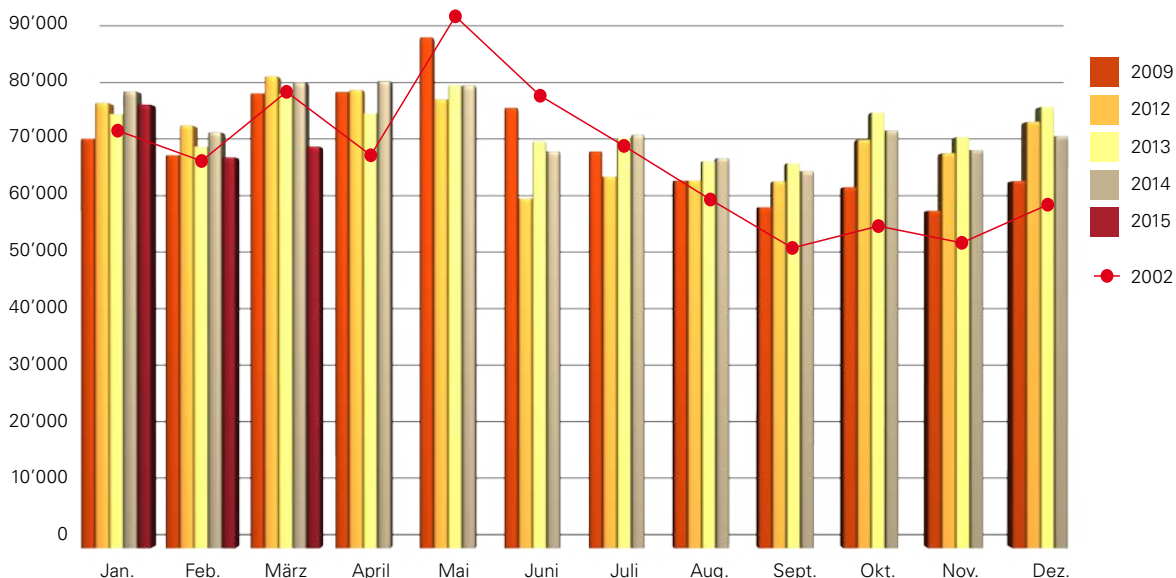
Cremo, Käserei Villars-sur-Glâne, für seinen bei Cremo Von Mühlenen affinierten Gruyère AOP
Herr Franz Jungo, Käserei Strauss, für seinen bei Cremo Von Mühlenen affinierten Gruyère AOP
Herr Adrian Scheiddegger, Käserei Niedermuhren, für seinen bei Cremo Von Mühlenen affinierten Gruyère AOP

Trophies :

Herr Alexandre Guex, Käserei Châttonnaye, für seinen bei Cremo Von Mühlenen affinierten Gruyère AOP
Cremo, Käserei Villars-sur-Glâne, für seinen bei Cremo Von Mühlenen affinierten Gruyère AOP

Vergleich der Produktion (Kaseinmarken)

Anzahl Laibe





Medaillen und Diplome für 40 Dorfkäser und 14 Produzenten von Gruyère d'Alpage AOP

KÄSEREIEN – GOLDMEDAILLEN

Rang	No.	Käserei	Name, Vorname	Genossenschaft	Affineur
1	4157	Le Crêt	Dunand Jean-Marie	Le Crêt	FGSA
2	4045	Aeschlenberg	Cardinaux Alain	Aeschlenberg	FGSA
3	4393	Corcelles-le-Jorat	Bovet Didier	Corcelles-le-Jorat	Mifroma
4	4118	Pont-la-Ville	Uldry Pierre-Alain	Pont-la-Ville	Mifroma
5	4265	Courgenay	Raboud Gérald	Courgenay	Fromco SA
6	4149	Rossens	Kolly Claude	Rossens	Mifroma
7	4216	Les Chaux	Menoud Stéphane	Les Chaux	Mifroma
8	4333	Bière + Les Jordans	Girardin Pierre-André	Bière	Fromco SA
9	4324	Châtonnaye	Guex Alexandre	Châtonnaye	Cremo-Von Mühlenen
10	4078	Billens	Oberson Bernard	Billens	Mifroma
11	4102	Vuisternens-dt-Romont	Equey Gérard	Vuisternens	Mifroma

KÄSEREIEN – SILBERMEDAILLEN

Rang	No.	Käserei	Name, Vorname	Genossenschaft	Affineur
12	4108	Echarlens	Pasquier Frédéric	Echarlens	Mifroma
13	4203	Niedermuhren	Scheidegger Adrian	Niedermuhren	Cremo-Von Mühlenen
14	4158	Semsaes	Piller Emmanuel	Semsaes	FGSA
15	4219	La Joux-du-Plâne	Christen Blaise	La Joux-du-Plâne	Fromco SA
16	4095	Ursy	Tinguely Alexandre	Ursy	Mifroma
17	3319	Tentlingen	Neuhaus Peter	Tentlingen	Cremo-Von Mühlenen
18	4155	Bouloz	Pittet Roland	Bouloz	Lustenberg & Dürst
19	4401	Combremont-le-Petit	Castella Antoine	Combremont-le-Petit	FGSA

KÄSEREIEN – BRONZEMEDAILLEN

Rang	No.	Käserei	Name, Vorname	Genossenschaft	Affineur
20	4098	Villargiroud	Carrel Jean-Claude	Villargiroud	FGSA
21	4142	Le Mouret	Kolly Benoît	Le Mouret	Milka AG, Emmi AG
22	4214	La Brévine	Vuille Cédric	La Brévine	Margot fromages SA
23	4397	Peney-le-Jorat	Pernet René	Peney-le-Jorat	Fromco SA
24	4136	Grangeneuve	Institut Agricole de Grangeneuve (IAG)	Grangeneuve	FGSA
25	4215	Cerneux-Péquignot	Baudois Olivier	Cerneux-Péquignot	Lustenberg & Dürst
26	4221	La Côte-aux-Fées	Jeanmonod Serge	La Côte-aux-Fées	Margot fromages SA
27	4328	Lugnorre	Reist Pierre	Lugnorre	Milka AG, Emmi AG



KÄSEREIEN – DIPLOME

Rang	No.	Käserei	Name, Vorname	Genossenschaft	Affineur
28	4021	Nods	Reist Pierre	Nods	Milka AG, Emmi AG
29	4332	Ballens	Aebischer Etienne	Ballens	Fromco SA
30	4123	Vaulruz	Favre Philippe	Vaulruz	FGSA
31	4120	Romanens	Caille Dominique	Romanens	Mifroma
32	4204	Strauss	Jungo Franz	Strauss	Cremo-Von Mühlenen
33	4122	Sâles	Déforel Benoît	Sâles	Mifroma
34	4093	Romont	Ecoffey Thierry	Romont	Mifroma
35	4325/ 4084	Villarimboud + Villaz-St-Pierre	Dénervaud Philippe	Villarimboud + Villaz-St-Pierre	Fromco SA
36	4156	Châtel-St-Denis	Dévaud Dominique	Châtel-St-Denis	FGSA
37	4129	Belfaux	Eggertswyler Michel	Belfaux	FGSA
38	4217	Les Ponts-de-Martel	Germain Didier	Les Ponts-de-Martel	Fromco SA
39	4403	Grandcour	Jaggi Jean-Daniel	Grandcour	Fromco SA
40	4213	Bémont	Geinoz Philippe	Bémont	Fromco SA

ALPEN – GOLDMEDAILLEN

Rang	No.	Alp	Name, Vorname	Affineur
1	6061	Brenleires-Crosets	Esseiva Christophe	FGSA
2	6049	Grenerêts-La Carrat	Brodard Yvan et Pierre	Mifroma
3	6055	Les Audèches	Gachet Laurent	Coopérative Fribourgeoise des producteurs de fromages d'Alpage

ALPEN – SILBERMEDAILLEN

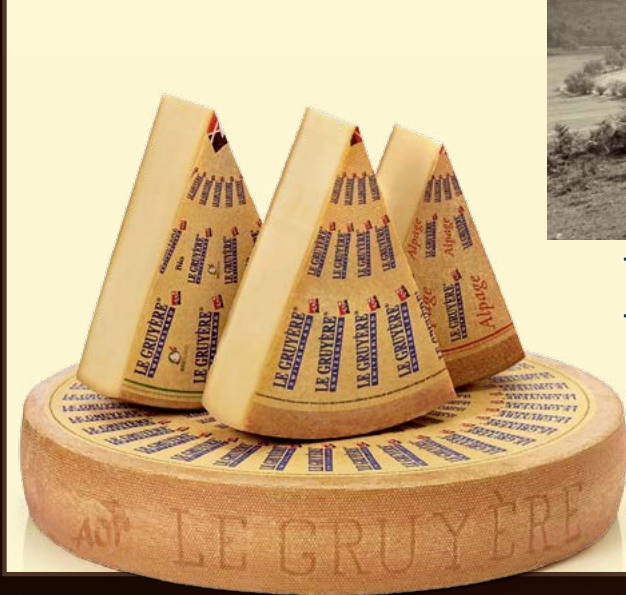
Rang	No.	Alp	Name, Vorname	Affineur
4	6046	Gros-Plané	Progin Marcel	Mifroma
5	6140	La Moesettaz	Pittet Jean-Louis, Martial Rod	Société Mgénat & Cie SA
6	6062	La Théroula d'Avau	Roch Jean-Louis	Coopérative Fribourgeoise des producteurs de fromages d'Alpage

ALPEN – BRONZEMEDAILLEN

Rang	No.	Alp	Name, Vorname	Affineur
7	6066	Tissiniva	Ruffieux Jacques	Coopérative Fribourgeoise des producteurs de fromages d'Alpage
8	6056	Tsermon	Murith Jacques	FGSA
9	6054	Vounetz	Piller Béat	Coopérative Fribourgeoise des producteurs de fromages d'Alpage

ALPEN – DIPLOME

Rang	No.	Alp	Name, Vorname	Affineur
10	6057	Le Lity	Dupasquier Philippe	Coopérative Fribourgeoise des producteurs de fromages d'Alpage
11	6213	Twanbergli	Bühler Daniel	Milka AG, Emmi AG
12	6060	Les 2èmes Groins	Remy Nicolas	Coopérative Fribourgeoise des producteurs de fromages d'Alpage
13	6074	Chenau	Boschung Charly	FGSA
14	7508	Gros Caudon	Mauron Michel	FGSA



Der Geschmack der Schweiz seit 1115.

Marketing

Die Sortenorganisation hat ihre Aufgabe, den Gruyère AOP als Marke auf dem nationalen und internationalen Markt zu positionieren, weiter wahrgenommen.

Damit dies gelingt, müssen alle Akteure der Branche koordiniert handeln – vom Milchproduzenten über den Käser bis hin zum Affineur, ebenso die Akteure im Verkauf. Um möglichst effizient eine gemeinsame Linie zu erarbeiten, ist eine Arbeitsgruppe eingesetzt und mit der Ausarbeitung eines Leitfadens der guten Marketingpraxis betraut worden. Der Leitfaden wird der Delegiertenversammlung vom 10. Juni 2015 zur Genehmigung vorgelegt.

Auf nationaler Ebene sind die Absatzförderung und die Werbung mit der Kampagne „Der Geschmack der Schweiz seit 1115“ verbunden. Die Kampagne richtet sich in TV-Spots, auf Plakaten und in Werbebeilagen an die Konsumenten. Sie hat ein gutes Echo erzielt und wird 2015 weitergeführt. Die Kampagne begleitete zwei wichtige Grossanlässe, an denen Gruyère AOP als Sponsor auftrat: die Leichtathletik-Europameisterschaften und die Gruyère European Curling Championships. Der erste Anlass fand im August in Zürich statt. Er verstärkte die Werbepräsenz, aber auch die physische Präsenz des Gruyère AOP. Diese war sehr hoch. Einerseits durch einen Stand auf dem viel besuchten Sechseläutenplatz neben dem Pavillon

von Präsenz Schweiz. Andererseits durch Animationen im Letzigrund-Stadion und Promotionen in Hotels in und um Zürich. So begleitete der Gruyère AOP die Erfolge der Athleten aus ganz Europa und aus der Schweiz, die mit der Goldmedaille von Kariem Hussein ihren Höhepunkt erreichten. Aus Schweizer Sicht ebenfalls erfolgreich verliefen die Curling-Europameisterschaften in Champéry Ende November. Der Gruyère AOP war in der Region des Walliser Raclette AOP mit dabei.

Daneben fanden über das Jahr verteilt weitere Anlässe statt. Beispielsweise die Giant X Tour, ein Freestyle-Wettbewerb für Lernende und Schüler in den Disziplinen Ski und Snowboard. Ebenfalls zu erwähnen sind die Tour de Suisse und die Tour de Romanche, die Athlétissima und Weltklasse Zürich mit den Stars von heute sowie der Lauf Mille Gruyère mit den Stars von morgen. Bei allen Anlässen waren sowohl die Marke, als auch der Hartkäse selbst präsent. Im Weiteren begleitete der Gruyère AOP während der ganzen Saison – in guten wie in schlechten Tagen – den HC Fribourg Gottéron.

Die Präsenz des Gruyère AOP beschränkte sich nicht nur auf Sportanlässe. Auch an Festivals war der edle Käse vertreten, zum Beispiel am Paléo Festival in Nyon, wo Hot-Fondue serviert wurde.

Le Gruyère AOP geniesst sowohl regional als auch national grosse Bekanntheit. Dennoch ist es notwendig, die Konsumenten regelmässig an den ausgezeichneten Geschmack des edlen Käses zu erinnern. Daher werden in Geschäften von Grossverteilern Degustationen durchgeführt, hauptsächlich in der Deutschschweiz.

Diese Tätigkeiten werden ergänzt durch eine aktive Absatzförderung an den Publikumsmessen des Landes sowie an gewissen Fachmessen. Ausserdem ist der Gruyère AOP das Vorzeigeprodukt der beiden Schaukäsereien Maison du Gruyère in Pringy und Ponts-de-Martel. Beide Standorte haben 2014 über 650'000 Besucher empfangen.

Le Gruyère AOP arbeitet mit den Vereinigungen zur Förderung regionaler Produkte in seinem Produktionsgebiet zusammen. Ein spezielles Programm wird im Kanton Waadt durchgeführt, zusammen mit Etivaz AOP, Vacherin Mont-d'or AOP und Terravins, einem Qualitätslabel für Waadtländer Weine. Ein wichtiges Anliegen des Programms ist es, die Gastrobetriebe der Region für die Produkte zu sensibilisieren.

Dank all dieser Bemühungen und jener der Verkäufer war es möglich, den inländischen Absatz trotz des hohen Importdrucks auf dem Niveau von 2013 zu halten. Die Anfang 2014 um-



gesetzte Preiserhöhung war somit von Erfolg gekrönt.

Im Ausland zeichnete sich ein ähnlich positives Bild ab. Der Gruyère AOP erzielte 2014 einen neuen Exportrekord, insbesondere in Europa, wo rund 8'300 Tonnen verkauft wurden. Dennoch ist festzuhalten, dass beim Verfassen dieser Zeilen die Zukunft durch die Wechselkursproblematik getrübt ist.

Das ausgezeichnete Ergebnis war möglich dank der Aktivitäten der Verkäufer in Zusammenarbeit mit der Sortenorganisation Gruyère sowie dank der zielgerichteten Absatzförderungsprogramme in den verschiedenen Ländern, in denen Gruyère AOP verkauft wird. Obschon

eine Präsenz in allen 55 Ländern, in denen der edle Käse verkauft wird, nicht möglich ist, baute die Sortenorganisation Gruyère ihre Aktivitäten 2014 nochmals aus.

In Frankreich wurde die aktive Präsenz an der Verkaufsfond durch einen neuen TV-Spot ergänzt, der Ende Jahr ausgestrahlt wurde. Le Gruyère AOP wurde ausserdem an der Internationalen Landwirtschaftsausstellung in Paris am gemeinsamen Stand mit SCM beworben. Daneben war der Gruyère AOP im Herbst an der Internationalen Agrar- und Lebensmittelmesse in Paris vertreten.

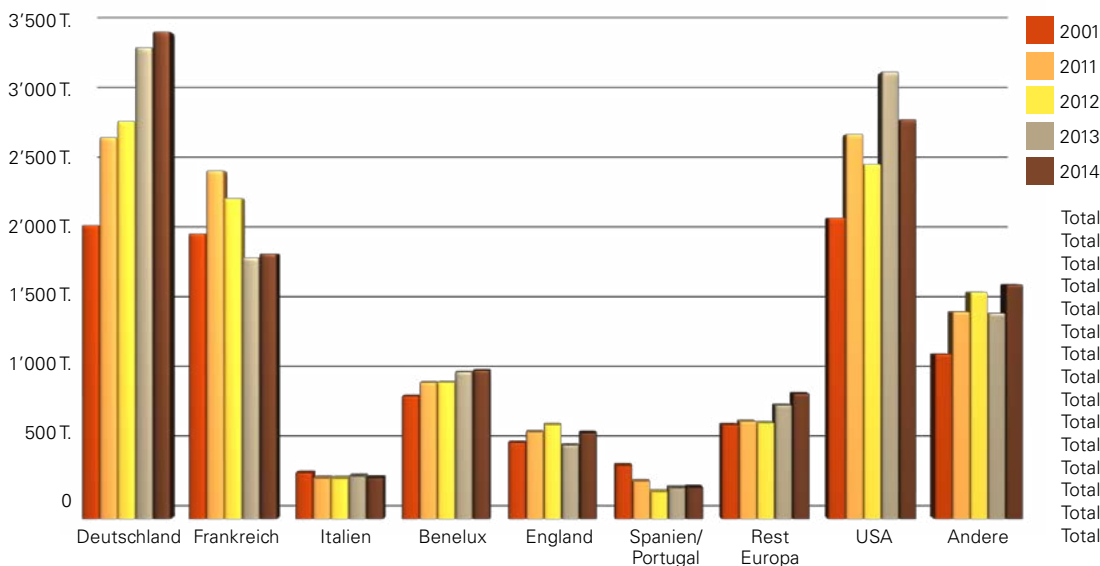
In Deutschland ist der edle Käse äusserst erfolgreich. Die Absatzförderung zielt dort darauf ab, den Gruyère AOP

im Premiumbereich zu positionieren, und zwar sowohl im Verkauf, als auch an der Käse-Theke oder bei den vorverpackten Portionen.

In den Benelux-Staaten wurde die Marktposition verteidigt, indem ein Absatzförderungsprogramm bei den Detailhändlern durchgeführt und das Produkt bei den Grossverteilern in den Vordergrund gerückt wurde. Das Bild des sympathischen Sennens ist das Zugpferd der Werbung in diesen Ländern.

In Italien wurden zahlreiche Bemühungen unternommen, um den Absatz von Gruyère AOP zu steigern. Leider blieben diese erfolglos. Die verkauften Mengen verharren seit mehreren Jahren auf demselben Niveau.

Vergleich der Exporte in Tonnen





Die iberische Halbinsel befindet sich in einer schwierigen wirtschaftlichen Lage, doch konnte die Marktposition des Gruyère AOP verteidigt werden. Dies dank einem Absatzförderungsprogramm, das sich vor allem auf die Grossstädte Barcelona und Madrid konzentrierte.

In Grossbritannien waren die Bemühungen ebenfalls gross, um den Absatz des Gruyère AOP auf dem bisherigen hohen Niveau zu halten.

2014 setzte das Bundesamt für Landwirtschaft ein Absatzförderungsprogramm für die neuen Märkte um. Die zusätzlichen Beiträge, die an genaue Vorgaben geknüpft sind, ermöglichten es der Sortenorganisation und den Exporteuren, die

Werbepräsenz in mehreren Ländern zu verstärken.

In den USA wurde das Programm ausgebaut, und zwar mit Werbeaktionen und Informationen zu den Eigenschaften des Gruyère AOP für das Personal an der Verkaufsfond. Le Gruyère AOP ist ausserdem an der Winter- und Sommerausgabe der Fancy Food Show sowie am Cheese-monger Invitational (Wettbewerb für den besten Käseverkäufer in den USA) vertreten.

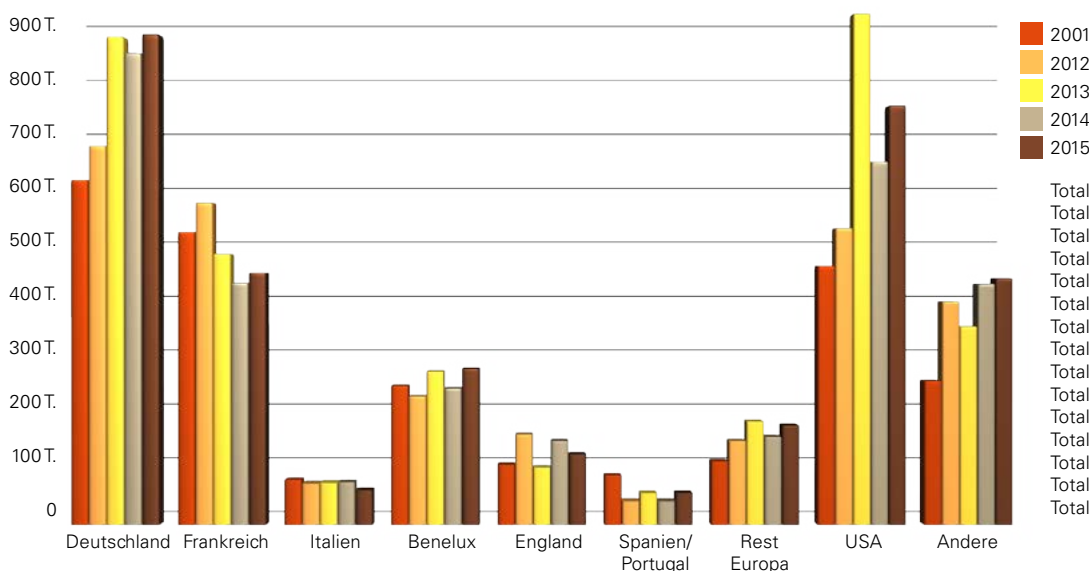
In den Ländern in Nord- und Osteuropa sowie in Russland wurden dieselben Bemühungen fortgesetzt. Das breite Absatzförderungsprogramm festigt den Bekanntheitsgrad des Gruyère AOP durch die Bewer-

bung der Marke, wodurch der Absatz unterstützt wird.

Das neue Projekt erlaubt ausserdem, in Zukunft Absatzförderungsprogramme in einigen asiatischen Ländern durchzuführen, auch wenn die Arbeit aufgrund der Essgewohnheiten in Asien nicht einfach werden wird.

Dank den Vereinigungen der AOP-IGP und Switzerland Cheese Marketing sowie den Bemühungen der Branche verfügt der Gruyère AOP heute über ein grosses Potenzial, seine Position und den Absatz international zu stärken und auszubauen.

Vergleich der Exporte in Tonnen (Januar – März)



Total 2001: 2'461 davon UE 1'752
 Total 2002: 2'421 davon UE 1'563
 Total 2003: 2'401 davon UE 1'524
 Total 2004: 2'588 davon UE 1'492
 Total 2005: 2'409 davon UE 1'693
 Total 2006: 2'602 davon UE 1'734
 Total 2007: 2'497 davon UE 1'742
 Total 2008: 3'024 davon UE 1'816
 Total 2009: 2'367 davon UE 1'813
 Total 2010: 3'066 davon UE 1'906
 Total 2011: 2'814 davon UE 1'849
 Total 2012: 2'796 davon UE 1'881
 Total 2013: 3'293 davon UE 2'020
 Total 2014: 2'979 davon UE 1'915
 Total 2015: 3'170 davon UE 1'998



Veranstaltungen 2014

Januar bis März 2014

Rivella Giant X Tour by Dakine. Dieser schulübergreifende Wettkampf zieht jeden Winter rund 2'000 Gymnasiasten und Lernende an.

Januar bis März 2014

Schneeschuh-Erlebnis

11. bis 12. Januar 2014

FIS Herrenskirennen in Adelboden

16. bis 19. Januar 2014

Swiss Expo in Lausanne (1)

14. bis 23. Februar 2014

MUBA, die grosse Publikumsmesse in Basel

22. Februar bis 2. März 2014

Internationale Landwirtschaftsausstellung (Salon International de l'Agriculture) in Paris. Während dieser Ausstellung fand vom 22. bis 25. Februar die internationale Käse- und Milchprodukteausstellung (Salon du Fromage et des Produits Laitiers) statt (2)

21. März bis 31. März 2014

Internationale Messe in Lyon (3)

22. bis 23. März 2014

AOP-Markt in Bourg-en-Bresse, Frankreich

9. bis 13. April 2014

Musikfestival Zermatt Unplugged

April bis August 2014

Mille Gruyère, Leichtathletikwettkampf für die 10–15-Jährigen (4)

25. April bis 4. Mai 2014

LUGA, Innerschweizer Publikumsmesse in Luzern

25. April bis 4. Mai 2014

BEA, Berner Frühjahrmesse

29. April bis 4. Mai 2014

Tour de Romandie (5)

29. April bis 3. Mai 2014

Patrouille des Glaciers

14. bis 22. Juni 2014

Tour de Suisse (6)

19. bis 22. Juni 2014

Leichtathletik-Team-Europameisterschaft in Braunschweig, Deutschland (7)

29. Juni bis 1. Juli 2014

Fancy Food Show in New York (8)

3. Juli 2014

Athlétissima in Lausanne (9)

22. bis 27. Juli 2014

Paléo Festival in Nyon

8. bis 10. August 2014

Swiss Food Festival in Zermatt

12. bis 17. August 2014

Leichtathletik-Europameisterschaften in Zürich (10)

17. August 2014

Fun Run an der Leichtathletik-EM in Zürich der Kinder, die sich am Mille Gruyère qualifizierten (11)

28. August 2014

Weltklasse Zürich

9. bis 19. Oktober 2014

OLMA in St. Gallen (12)

19. bis 23. Oktober 2014

Internationale Agrar- und Lebensmittelmesse SIAL (Salon International de l'Agroalimentaire) in Paris

23. bis 26. Oktober 2014

Swiss Cheese Awards in Rapperswil-Jona

29. Oktober bis 2. November 2014

Schweizer Gastromesse „Goûts & Terroirs“ in Bulle (13)

12. November 2014

Verleihung der Medaillen der Sortenorganisation Gruyère (14)

14. bis 16. November 2014

World Cheese Awards in London, GB

14. bis 16. November 2014

Slow Food Market in Zürich

22. bis 29. November 2014

Le Gruyère European Curling Championships in Champéry (15)

6. bis 8. Dezember 2014

Märkte der Genüsse und Handwerker in Martigny

14. Dezember 2014

Leichtathletik, Cross-Europameisterschaften in Samokov, Bulgarien

Winter 2014-2015

Fribourg Gottéron. Während der Wintersaison tragen die Spieler des HC Fribourg-Gottéron die Farben des Gruyère AOP auf ihren Leibchen. Zudem ist der Gruyère AOP auf der Bande im Innern der Halle präsent.

Oktober 2014 bis März 2015

Fondue-Abende auf dem Vierwaldstättersee

Ganzes Jahr

Werbung auf allen Elektrobussen in Zermatt

Auf sämtlichen Abflügen der SWISS ab der Schweiz wird in der Economy-Class Schweizer Käse serviert.





Organe der Sortenorganisation Gruyère

Der Vorstand traf sich zu 11 Sitzungen unter der Leitung des dynamischen Präsidenten Oswald Kessler. Ausserdem fand ein zweitägiges Seminar in Chavannes-de-Bogis statt, während dem der Vorstand die vor 2 Jahren festgelegten Leitlinien bekräftigte. Ziel dieser Leitlinien ist es, die Branche weiterzuentwickeln, indem die Mengen bei gleichbleibendem – wenn nicht sogar höherem Preis – ausgedehnt werden. Ausserdem muss die Branche bei ihrer Weiterentwicklung die Rolle jedes Einzelnen respektieren und sich auf eine dem Produkt

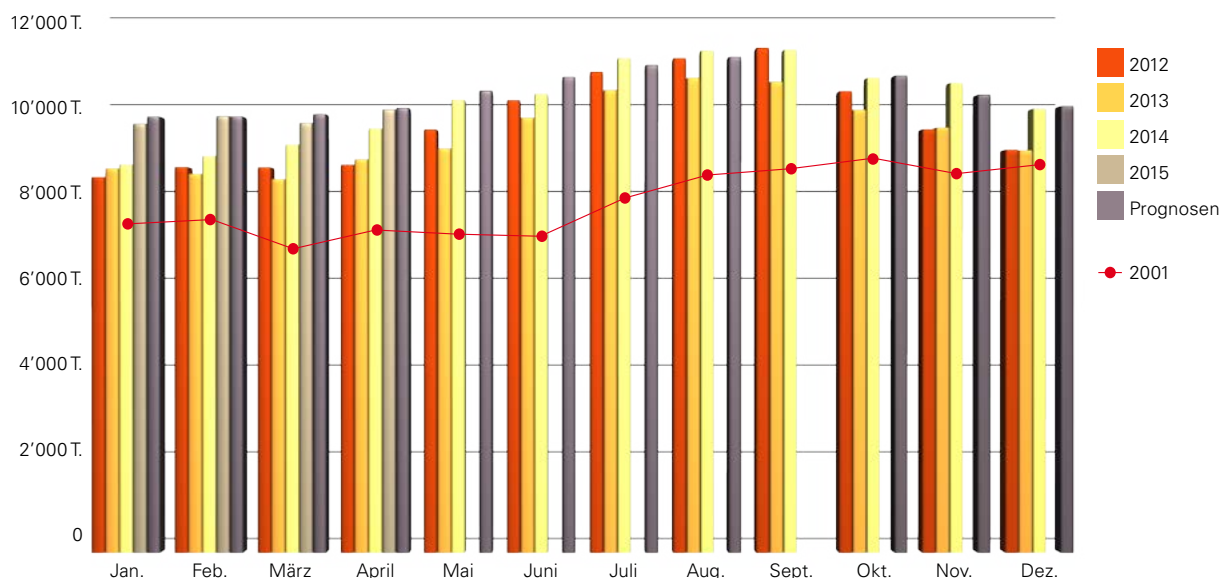
angemessene Berufsbildung stützen. Das Produkt ist in Zukunft noch stärker als Marke zu positionieren.

Der Vorstand behandelte mehrere laufende Geschäfte, wie die Begleitung der Ende 2013 beschlossenen Preiserhöhung, die Genehmigung von Vorschlägen und Anträgen der verschiedenen Kommissionen oder die Umsetzung des neuen Schemas zur Qualitätsförderung, das 2014 definiert wurde. Im Übrigen analysierte der Vorstand die Möglichkeit, ein neues Produktionsschema einzuführen, das besser auf die Schwankungen des Marktes ein-

geht. Im Jahr 2015 sollte ein solches Schema erarbeitet werden können. Auf internationaler Ebene wurden die Bemühungen fortgesetzt, um die Marke Gruyère AOP dort zu verteidigen, wo die AOP-Bestimmungen schwierig anzuwenden sind.

Der Vorstand befasste sich ausserdem mit mehreren Renovations- und Zusammenschluss-Projekten von Käseereien, damit diese sich im Sinne des Leitfadens der guten Herstellungspraxis entwickeln. Stefan Fasel trat per Ende 2014 aus dem Vorstand zurück. Sein Nachfolger ist Pascal Surchat, langjähriger Vertreter der Freiburger Produzenten.

Vergleich der Entwicklung der Vorräte (Ende April 2015) in Tonnen





Das Bureau traf sich zu 3 Sitzungen, um die Tätigkeiten des Vorstandes zu koordinieren sowie die Lohn- und Personalpolitik festzulegen.

Die Delegiertenversammlung kam zweimal zusammen. Einmal um die Jahresrechnung und einmal um das Budget zu behandeln. Im Weiteren verabschiedete sie das neue Qualitätsschema.

Die Alpkommission bereitet die Dossiers zur Produktion von Gruyère d'Alpage AOP vor. Sie traf sich zu 5 Sitzungen, an welchen sie sich hauptsächlich mit den Themen Menge, Preis und Qualität befasste. Angesichts der Probleme bei der Vermarktung des Gruyère d'Alpage AOP Ende 2013 lehnte die Kommission Anfang 2014 eine Preisanpassung ab. Eine solche hätte für die Saison 2015 in Kraft treten sollen. Die schwierige Situation aufgrund des Wechselkurses führte jedoch dazu, dass die Anpassung auf die Produktionssaison 2016 verschoben wurde. Es ist wichtig, dass die Produktion auf der Alp für die Alpbestösser finanziell attraktiv bleibt.

Der traditionelle Charakter dieser Fabrikationsweise darf nicht verloren gehen. Daher nahm die Alpkommission die Arbeit an einem Leitfaden der guten Herstellungspraxis für Gruyère d'Alpage AOP auf. Das Holz muss das Grundmaterial auf den Alpen bleiben. Der Leitfaden wird der

Delegiertenversammlung 2015 zur Genehmigung vorgelegt werden.

Die Biokommission befasst sich mit der Produktion von Gruyère AOP Bio. Sie traf sich zu 2 Sitzungen. Die Kommission stellte fest, dass sich der in den Schweizer Medien beschriebene Bio-Boom beim Gruyère AOP Bio nicht bemerkbar macht. Dies liegt hauptsächlich daran, dass bereits der „normale“ Gruyère AOP ein natürliches Produkt ist, das weder



Zusatzstoffe noch Laktose oder Gluten enthält. Der Gruyère AOP Bio hat Mühe, sich von ihm abzuheben. Die rund 1'100 zugeteilten Tonnen liegen leicht über der Aufnahmefähigkeit des Marktes. Daher beschloss die Biokommission Ende Jahr, die Produktion linear um 5 % zu senken.

Die Marketingkommission fand sich zu 7 Sitzungen ein, die Sitzungen der Arbeitsgruppe Marketing eingeschlossen. Die Arbeitsgruppe wurde eingesetzt, um einen Leitfaden der guten Marketingpraxis zu erarbeiten. Denn nach rund 15 Jahren Marketing-Tätigkeit in der Branche des Gruyère AOP wurde festgestellt, dass die gemeinsamen Leitlinien zur Aufgabenverteilung zwischen allen Akteuren – von den Produzenten, über die Käser und Affineure bis hin zum Verkaufspersonal – neu zu definieren sind, ebenso die Kennzeichnung im Allgemeinen. Auf dieser Grundlage wurden ein Dokument sowie eine Prioritätenliste erstellt. Dem Grundgerüst dieser Texte wurde an der Versammlung 2014 zugestimmt. Die detaillierten Texte gelangen an der Versammlung 2015 zur Abstimmung. Daneben ist die Marketingkommission für die verschiedenen Aspekte der Absatzförderung und Werbung verantwortlich. Es ist anzufügen, dass im Jahr 2014 neue Regionen durch die Absatzförderung der Sortenorganisation Gruyère abgedeckt wurden, dies im Rahmen des Projekts zur Erschliessung neuer Märkte. Auf dieses Thema wird im Kapitel Marketing detaillierter eingegangen.

Die Planungskommission kam zu vier Sitzungen zusammen. Sie behandelt Fragen rund um das Mengenmanagement. Sie befasste sich damit,



wie die Produktion noch besser auf die Aufnahmefähigkeit des Marktes ausgerichtet werden kann. Gegen die Beschlüsse der Planungskommission kann Einsprache erhoben werden. Dies erforderte die Einberufung einer Sitzung der Rekurskommission in Sachen Mengenmanagement. Die Rekurskommission lehnte die 2 eingereichten Einsprachen ab.

Die Qualitätskommission schliesslich ist jene Kommission, die 2014 am stärksten in Anspruch genommen wurde. Infolge verschiedener Qualitätsprobleme, die 2012 und 2013 in der Branche festgestellt wurden, entschied die Sortenorganisation, in den Käsereien ein neues Kontrollschema für die Milchqualität einzuführen. Dies erforderte eine beachtliche Zahl an Sitzungen, an welchen ein Projekt erarbeitet wurde, welches die Delegiertenversammlung im Herbst 2014 schliesslich genehmigte. Aufgrund der Qualitätsprobleme wurde ausserdem beschlossen, dass eine Delegation der Qualitätskommission die betroffenen Käsereien unterstützt. Insgesamt trafen sich die Qualitätskommission und ihre verschiedenen Delegationen 2014 zu 11 Sitzungen.

Die Geschäftsstelle wird nach wie vor von Philippe Bardet, Direktor, und Marc Gendre, Vizedirektor, geleitet. Die Abteilung Marketing besteht aus Laure Rousseau und Philippe

Gremaud. Im vergangenen Jahr verliess Stéphanie Grivel die Abteilung, ihre Nachfolgerin ist Lucie Monney.

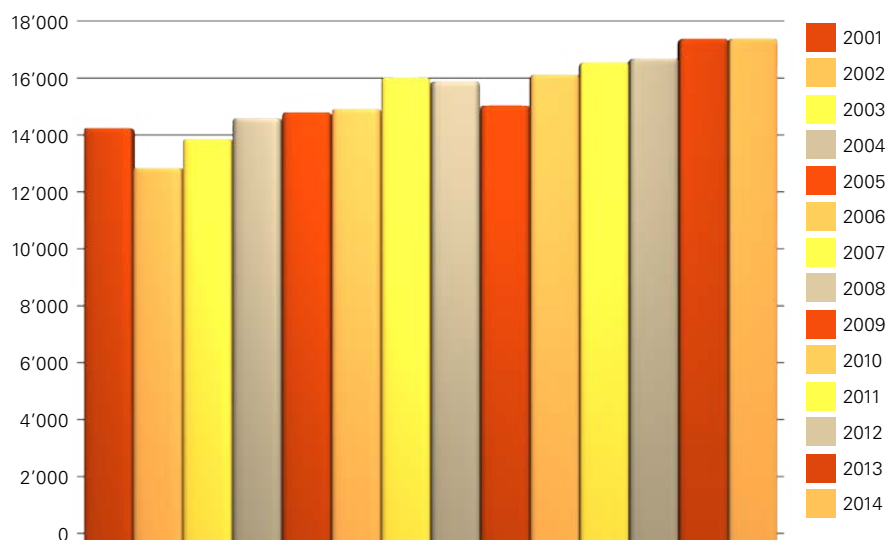
Die Arbeit bezüglich Qualität und Taxation verteilt sich auf Thierry Bize, Jean-Louis Andrey und Christophe Magne, der infolge der Pensionierung von Charles Künzi im März 2014 zur Sortenorganisation stiess. Jean-Louis Andrey arbeitet neu in einem Pensum von 60 %, um seine bevorstehende Pensionierung vorzubereiten. Das Sekretariat wird von Corinne Berbiers-Macheret und Christine Grandjean sichergestellt, beide arbeiten in einem Pensum von 80 %. Für die Buchhaltung sind

Sandy Uldry und Magali Vuichard in einem Arbeitspensum von je 50 % zuständig. Letztere geniesst nach der Geburt ihrer Tochter Augustine das Mutterglück.

Das Team ist motiviert, seine Arbeit im Bereich der Absatzförderung und zum Schutz des Gruyère AOP im Jahr 2015 fortzusetzen.



Vergleich der Alpproduktion (Kaseinmarke, Tonnen)





Vorstand der Sortenorganisation Gruyère

Präsident	Oswald Kessler*	Yverdon-les-Bains
Produzenten	Romane Botteron Didier Roch* Nicolas Savary Pascal Surchat	La Sagne Ballens Sâles (Gruyère) Blessens
Käser	Nicolas Schmoutz Jean-Marie Dunand Didier Germain*# René Pernet	Mézières FR Le Crêt Les Ponts-de-Martel Peney-le-Jorat
Affineure	Jean-Marc Collomb Gilles Margot Jean-Charles Michaud Gérald Roux*	Fromco SA, Moudon Margot Fromage SA, Yverdon Mifroma SA, Ursy Fromage Gruyère SA, Bulle
Gäste	Jean-Pierre Huguenin Olivier Isler Daniel Koller	Avocat, Boudry Fromarte, Berne PSL, Berne

* Mitglied des Bureaus
Vizepräsident



Ausblick auf das Jahr 2015

Die Sortenorganisation Gruyère befasst sich 2015 stärker mit den Themen, auf die sie ihre Vision ausgerichtet hat.

- **Mengen.** Die Sortenorganisation Gruyère verfolgt ihre strikte Mengenföhrung weiter und versucht gleichzeitig, die Absatzmöglichkeiten zu optimieren. Die Schwankungen des Marktes, ausgelöst durch die Aufhebung des Euro-Mindestkurses, beeinflussen die 2015 anstehenden Entscheidungen. Überdies entscheidet die Delegiertenversammlung über ein neues System zur Mengenföhrung, das auf einer geringeren Produktion in den ersten drei Monaten des Jahres basiert und per 1. Januar 2016 eingeföhrt werden soll.

- **Qualität.** Das neue Schema zur Qualitätsföderung trat am 1. Januar 2015 in Kraft. Es ist zu sehen, wie es sich auf die Finanzen und die Qualität in den Käseereien auswirkt. Das neue Schema wird dazu beitragen, aus Rohmilch Gruyère AOP von ausgezeichnete Qualität herzustellen.

- **Rentabilität.** Bei allen Entscheiden bemüht sich die Sortenorganisation Gruyère, eine gerechte Verteilung zwischen den einzelnen Gliedern der

Wertschöpfungskette der Branche zu erreichen.

- **Wert für die Konsumenten des Gruyère AOP.** Nach den Wechselkursanpassungen werden die Werbemassnahmen verstärkt, um die vollständige Rückverfolgbarkeit sicherzustellen und dadurch den einzigartigen Geschmack des Gruyère AOP zu wahren. Im Zuge der Umsetzung des Leitfadens der guten Marketingpraxis ist zudem wichtig, dass alle Akteure der Branche die Werte dieses edlen Produkts mittragen. Die Positionierung der Marke Le Gruyère AOP Switzerland und ihr damit verbundener politischer und juristischer Schutz erfordern 2015 erneut hohen Einsatz. Die gesamte Absatzföderung läuft unter Le Gruyère AOP Switzerland.

- **Ausbildung.** Jeder Akteur der Branche trägt dazu bei, die Grundausbildung und Weiterbildung zu unterstützen und so die Zukunft aller Produktionsstufen des Gruyère AOP zu sichern.

Das Pflichtenheft und der Leitfaden der guten Herstellungspraxis sind integrierender Bestandteil aller Ausbildungen.

- **Wettbewerbsfähigkeit und Zukunft der Akteure der Sortenorganisation Gruyère.** Jede Gruppe muss ihre Rolle beibehalten, damit die 6'000 Arbeitsplätze, die direkt an die Branche gebunden sind, für die Zukunft gesichert sind. Die vertikale Integration ist innerhalb der Sortenorganisation keine Option; keine Gruppe soll an die Stelle einer anderen treten.

- **Kommunikation.** Die Kommunikation ist sichergestellt. Sie bleibt Aufgabe der Direktion und des Präsidiums.

Die Sortenorganisation Gruyère ist darauf bedacht, keine Entscheidungen zu treffen, die sich langfristig negativ auf die Branche auswirken könnten. Sie hat ein wachsames Auge auf die politische Entwicklung der verschiedenen Landwirtschaftsdossiers und des Markenschutzes – in der Schweiz wie im Ausland.

Auf dieser Basis kann sich die Branche weiterentwickeln, die künftigen Herausforderungen meistern und so den Absatz des Gruyère AOP weiter steigern.

Zusammenfassung der Aufteilung des gesamten Produktionspotentials des Gruyère AOP nach Käseerei und Kanton für das Jahr 2015 (mit Rollmenge)

Kanton	Dorfkäseereien			Bio			Dorfkäseereien + Bio		Alpbetriebe			Alle Käseereien		
	Mengen (Kg)	(%)	Anzahl	Mengen (Kg)	(%)	Anzahl	Mengen (Kg)	(%)	Mengen (Kg)	(%)	Anzahl	Mengen (Kg)	(%)	Anzahl
FR	14'844'496	52.02	85	318'834	30.33	4	15'163'330	51.25	184'110	35.48	30	15'347'440	50.98	115
VD	7'992'701	28.01	42	302'467	28.78	3*	8'295'168	28.03	313'598	60.43	20	8'608'766	28.59	63
NE	2'836'518	9.94	16	92'626	8.81	1	2'929'144	9.90				2'929'144	9.73	16
JU	698'790	2.45	3	137'233	13.06	1	836'023	2.83				836'023	2.78	3
JUBE + Abs. 1	860'303	3.01	6	91'923	8.75	1	952'226	3.22	21'203	4.09	3	973'429	3.23	9
BE	838'879	2.94	9	107'992	10.27	1	946'871	3.20				946'871	3.14	9
Andere Kantone	465'909	1.63	6				465'909	1.57				465'909	1.55	6
Total	28'537'596	100	167	1'051'075	100	11	29'588'671	100	518'911	100	53	30'107'582	100	221

* Das Total der Käseereien mit Bioproduktion umfasst 10 Käseereien mit trad. und biol. Gruyèreproduktion und eine Käseerei mit ausschliesslicher Bioproduktion.