



L'oiseau

Die Sortenorganisation Gruyère wünscht Ihnen

frohe Festtage



sowie ein gutes und erfolgreiches **2017!**



Auch
für
Silvester.

Der Geschmack der Schweiz seit 1115.
www.gruyere.com



Schweiz. Natürlich.



Unser Schweizer Käse. 

www.schweizerkaese.ch

Die Büros der Sortenorganisation Gruyère bleiben von Montag, 26. Dezember 2016 bis 9. Januar 2017 um 7.30 Uhr geschlossen. In dringenden Fällen ist Herr Philippe Bardet unter Tel.-Nr. 079 317 82 61 erreichbar.

INHALT

- | | | | |
|----|---|----|---|
| 03 | EDITORIAL | 14 | LEICHTATHLETIK-
EUROPAMEISTERSCHAFTEN IN
AMSTERDAM |
| 04 | SWISS CHEESE AWARDS - SWISS
CHAMPION ÜBER ALLE KATEGORIEN | 16 | LE GRUYÈRE AOP IST PARTNER DES
SKILANGLAUF WELTCUP |
| 06 | SWISS CHEESE AWARDS - GEWINNER
IN DER KATEGORIE LE GRUYÈRE AOP | 18 | LE GRUYÈRE AOP, PARTNER VERS-
CHIEDENER GROSSVERANSTALTUNGEN |
| 08 | DER OPTIGRAPH MISST DIE
GERINNUNGSFÄHIGKEIT DER MILCH | 19 | EIDGENÖSSISCHES SCHWINGFEST,
ESTAVAYER-LE-LAC 2016 |
| 10 | LE GRUYÈRE AOP IN NEW YORK | 20 | REZEPTE |
| 12 | DER FACHHANDEL IN BELGIEN:
GETEILTES KNOW-HOW DURCH DEN
GRUYÈRE AOP | | |

www.gruyere.com

Impressum

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

Redaktion:
Interprofession du Gruyère
Auflage: 2'500 Exemplare

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

Grafische Gestaltung:
Effet-i-media
bepbep@bluewin.ch



Editorial

Ein kleiner Schritt in die richtige Richtung

Der Winter steht vor der Tür und die Sortenorganisation Gruyère hat Beschlüsse gefasst, welche einen hoffnungsvollen Blick in die Zukunft erlauben. Auf Basis der Marktindikatoren und einer strengen Mengenführung kann die Branche ab 2017 die Produktion auf 93 % erhöhen, dies sind 3 % mehr als 2016.

Dieser Beschluss war möglich dank den gemeinsamen Bemühungen der Marktakteure, des Marketings und der Mengenführung. Es besteht die Möglichkeit, Ende März darauf zurückzukommen. Sollte die aktuelle Situation fortauern, ist es nicht unwahrscheinlich, dass der Rest des Jahres noch günstiger ausfallen wird. Diese strenge Mengenführung ermöglicht trotz der grossen wirtschaftlichen Schwierigkeiten der letzten beiden Jahre, den Preis unverändert beizubehalten.

Um diesen Kurs fortzusetzen, verabschiedete die Sortenorganisation ein Budget,

welches bedeutende Investitionen in die verschiedenen Märkte des Gruyère AOP ermöglicht. Die Bemühungen auf diesen Märkten verfolgen mehrere Stossrichtungen: In der Schweiz soll der Gruyère AOP dem Druck durch



inländische Käse sowie durch den Import ausländischer Käse trotzen und seinen Spitzenplatz sichern. Im nahen Ausland soll der Absatz unseres edlen Käses ausgebaut werden. In weiter entfernten Märkten schliesslich soll die Bekanntheit des Gruyère gesteigert werden.

Die Marketingaktivitäten müssen auf einer einwandfreien Käsequalität fussen, damit das Verkaufsversprechen an die Kunden eingehalten wird. In diesem Zusammenhang ist der Sieg des Gruyère d'Alpage AOP der Alp Les Ambrunex an den Swiss Cheese Awards äusserst begrüssenswert, er wurde von einer internationalen Jury prämiert.

Le Gruyère AOP hat Zukunft, doch dazu müssen wir täglich zu ihm schauen. Dies geht von der Milch, über die Verarbeitung bis hin zur Affinage. Auch die Verkaufspräsentation ist entscheidend, damit der Gruyère AOP gut platziert wird. So danken wir jedem Akteur für die geleistete Arbeit, die schliesslich zu einem guten Absatz des Gruyère AOP führt.

Mit dieser ermutigenden Nachricht wünsche ich allen frohe Festtage und ein 2017, welches die gute Führung des Gruyère AOP bestätigen wird.

Philippe Bardet
Direktor der IPG



Swiss Cheese Awards

Swiss Champion über alle Kategorien

Le Gruyère d'Alpage AOP von Jean-Claude Pittet wurde an den Swiss Cheese Awards aus 777 Käsen zum Swiss Champion gewählt. Zuvor wurde er bereits zum besten Gruyère d'Alpage AOP gewählt. Die beiden Nominierungen entschädigen Jean-Claude für die Arbeit auf der Alp Les Amburnex, die der Stadt Lausanne gehört und auf dem Gebiet der Gemeinde Chenit, auf den Vorbergen des Marchairuz, liegt.

Jean-Claude kennt die Alp Les Amburnex wie seine Westentasche. Schliesslich verbringt die Familie Pittet seit 67 Jahren die Sommer auf der Alp. Zunächst sömmerte der Grossvater von Jean-Claude seine Kühe auf der Alp, dann sein Vater und sein Onkel. „Als kleiner Junge ging ich bereits mit auf die Alp. Damals war es anders. Die Kühe gaben weniger Milch. Es brauchte mehr Leute, weil wir von Hand melkten. Und wir brachten die Kühe in den Stall, um sie anzubinden.“ Seither ist die Arbeit auf der Alp seine Leidenschaft.

Im Rhythmus der Kühe und der Gruyère-Herstellung

Seine Frau Mireille teilt diese Leidenschaft : „Den Sommer auf der Alp zu verbringen war schon immer mein Traum. Ich liebe dieses Leben. Für

Ein Sommer auf 1350 m ü. M.

Seit 2011 verbringen Jean-Claude und Mireille Pittet jeden Sommer auf der Alp, während ihr Sohn und ein Angestellter den Hof in Cottens (VD) führen. Das Ehepaar arbeitet



mich ist es selbstverständlich, den Tagesablauf an den Rhythmus der Kühe und der Käseherstellung anzupassen. Ich bin Bauerntochter und habe eine landwirtschaftliche Lehre gemacht. Das ist mein Beruf.“

mit dem Käser Christian Dubois, einem Saisonnier und einem Lernenden zusammen. Sie kümmern sich um 68 Milchkühe und 170 Jungtiere und stellen je nach Verlauf der Saison täglich 3 bis 5 Laibe Gruyère



© David Bochud

d'Alpage AOP her. „Für uns ist es entscheidend, dass jemand aus der Familie auf der Alp mit dabei ist“, erklärt Jean-Claude.

Das Erfolgsgeheimnis

„Wir achten auf verschiedene Kriterien. Einerseits sömmern wir nur Kühe, die Milch von guter Qualität liefern. Dann legen wir Wert auf eine gute Weideführung und die Haltung der Tiere“, führt Jean-Claude aus. „Gute Milch macht aber noch keinen preisgekrönten Käse. Dazu braucht es auch das Können des Käasers und seines Helfers.“ Die Familie Pittet misst der guten Zusammenarbeit im Team eine hohe Bedeutung bei. „Wir sind gerne vor Ort, um für ein gutes Betriebsklima zu sorgen“, sagt Mireille. „So gibt jeder sein Bestes.“

Ein wachsames Auge auf alles

Jean-Claude Pittet achtet besonders auf die einzelnen Arbeitsschritte, vom Melken der Kühe bis zur Einlagerung der Gruyère-Laiibe im Käsekeller, wo sie sechs Wochen bleiben. Über die Jahre hat er seine Anlagen verbessert. Heute verfügt er über zwei Kessi, eine Zentrifuge, ein dampfgeheiztes Käsekessi und einen Käsekeller mit Kühlsystem.

Grosse Freude

Als Jean-Claude und Mireille am Abend vor der Preisverleihung erfahren haben, dass ihr Käse ausgezeichnet wird, war die Freude

Eine Verpflichtung

Jean-Claude Pittet engagiert sich darüber hinaus in der Branche. Er ist Präsident der Käseereigenossenschaft in Cottens und aktives



gross : „Ich hatte den Wettbewerb schon fast vergessen“, erinnert sich Jean-Claude. „Als ich den Anruf erhielt und mir die Person am anderen Ende gratulierte, schlug mein Herz gleich viel schneller! Sie hat mir nur gesagt, dass mein Käse zum besten Gruyère d'Alpage AOP gewählt wurde. Erst bei der Preisverleihung habe ich erfahren, dass es noch eine weitere Überraschung gibt : Die Wahl zum besten Schweizer Käse.“

Mitglied der Alpkommission der Sortenorganisation. Er kann auch auf die guten Beziehungen zählen, die er mit seinem Affineur Fromco SA in Moudon pflegt.





Swiss Cheese Awards

Gewinner in der Kategorie Le Gruyère AOP

Bei den Swiss Cheese Awards im Vallée de Joux gewann der Gruyère AOP Bio von Pierre Buchillier, Käser aus Moulins, in der Kategorie Le Gruyère AOP.

Seit 17 Jahren arbeitet Pierre Buchillier in der Käserei in Les Moulins, im Pays d'Enhaut. Er begann als Angestellter und wechselte danach in die Selbstständigkeit. Es war ein Zufall, der ihn 2001 zur Herstellung von Gruyère AOP Bio brachte.

Milchproduzenten überzeugen

Diese neue Möglichkeit stellte eine grosse Veränderung für die Milchproduzenten dar, welche ihren Betrieb auf biologische Landwirtschaft umstellen mussten. Es brauchte damals viel Vertrauen seitens der Produzen-



ten, da Bio noch nicht so etabliert war wie heute. Die Mehrheit von ihnen nahm die Herausforderung an. Manche erachteten es als eine Chance, andere fühlten sich dazu gezwungen. Einige Produzenten zogen sich zurück während andere, die zwar bis dahin keinen Bezug zur Käseproduktion hatten, aber bereits biologischen Anbau betrieben, dazu stiessen. Heute arbeitet die Käserei in Les Moulins mit 19 Produzenten und erreicht jährlich eine Gesamtproduktion von 2 Millionen Kilo Milch. Dies entspricht 5'000 Laiben.

Vollständige Bio-Produktion

Die Käserei in Les Moulins ist die einzige der Branche, die ausschliesslich nach Bio-Richtlinien produziert.



Dies vereinfacht die Arbeit von Pierre Buchillier deutlich, denn er braucht nicht zwischen Bio- und normaler Milch zu unterscheiden. Die Rückverfolgbarkeit ist somit einfacher. Sein Gruyère AOP Bio ist mit der Bio-Knospe ausgelobt.

Export in die USA

Für Pierre Buchillier und die Produzenten seiner Käserei wäre es durchaus interessant, sich auf den amerikanischen Markt vorzuwagen. Die Eintrittshürden für Bio-Käse sind äusserst streng und erlauben der Bio-Knospe leider keinen Zugriff.

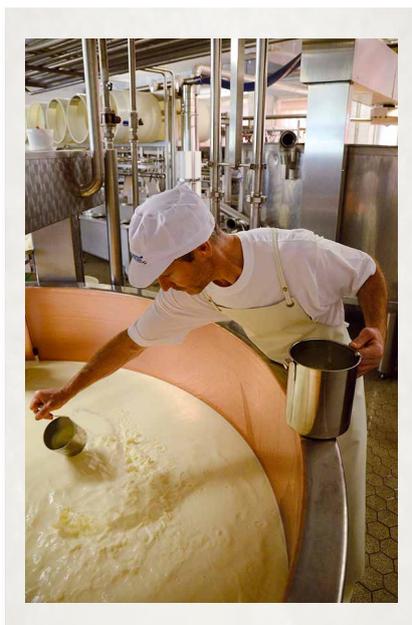
Den Beruf im Blut

Sein Vater und sein Bruder sind beide Käsermeister. Er selbst war bereits als Kind vom Beruf des Landwirts angetan, wandte sich dann aber der Käserei zu. Es war keine Überraschung. Seither legt er besonderen Wert auf hochwertige Produkte. Sein Erfolgsgeheimnis? „Man braucht hochwertige Milch und eine gewissenhafte Herstellung und Affinage“, erklärt Pierre Buchillier.

Sich mit anderen messen

Pierre Buchillier ist überzeugt, dass man Unternehmerqualitäten entwickeln muss, um eine Käserei erfolgreich zu führen. Darüber hinaus braucht es etwas psychologi-

sche Kompetenzen in der Beziehung zu den Geschäftspartnern, Kreativität und man darf sich nicht vor administrativen Arbeiten fürchten. Vermutlich ist es dieser Unternehmmergeist, der ihn zur Teilnahme am Wettbewerb motivierte. „Wenn man eine Herausforderung bestehen will, muss man sich ihr auch stellen!“, meint er dazu. Es verwundert nicht, dass er in den letzten Jahren an den Swiss Cheese Awards stets gut abgeschnitten hat und 2016 schliesslich als Sieger hervorging. Auch international ist sein Gruyère AOP erfolgreich – er gewann an den International Cheese Awards in Nantwich in Grossbritannien, wo er jeweils für Fromco SA in Moudon antrat, bereits mehrere Preise.





Der Optigraph misst die Gerinnungsfähigkeit der Milch

Über welche Gerinnungsfähigkeit verfügt die Milch für den Gruyère AOP? Bis vor ein paar Wochen konnte niemand eine wissenschaftliche Antwort auf diese Frage liefern. Dies aus einem einfachen Grund : Da die Frage kein Thema war und gewesen ist, konnte jeder sagen, dass anscheinend alles gut läuft. Doch in den letzten Jahren haben die Sortenorganisationen mehrerer AOP-Käse in Italien und Frankreich beobachtet, dass sich die Gerinnungsfähigkeit der eingelieferten Milch verschlechtert. Die Sortenorganisation Gruyère (IPG) zieht Bilanz.

Der Kauf dieses Geräts, das die Gerinnungsfähigkeit der Milch misst, wurde nach einem Gespräch zwischen der IPG und der milchwirtschaftlichen Beratungsplattform CASEi in Grangeneuve beschlossen. Früher gab es bereits ein solches Gerät in der Schweiz, doch als es überholt war, verschwand es von der Bildfläche. Daher kaufte die IPG einen Optigraphen und übergab ihn dem Freiburgischen Agro-Lebensmittellabor (FALL). Ziel war es, die notwendigen Tests durchzuführen, damit das Gerät innerhalb der Wertschöpfungskette des Gruyère AOP eingesetzt werden kann.

Diese Testphase ist nun abgeschlossen und der Optigraph bereit für einen breitflächigen Einsatz. Es sei darauf hingewiesen, dass die AOP-Produktionen des Vacherin fribourgeois, Tête de Moine und des Vacherin Mont d'Or ebenfalls von



den Optigraph-Analysen profitieren könnten. Die Beratungsdienste CASEi und Arqha bieten dabei Unterstützung an.

Wieso das Agro-Lebensmittellabor in Grangeneuve?

Das FALL wurde aus verschiedenen Gründen als Standort für den Optigraphen gewählt. Einerseits wegen der Testphase : Das Labor verfügte vor Ort über Ressourcen in Bezug auf Produktionsstätten, Herstellung und Beratung. Diese Synergie war sehr

nützlich, um den Analyseprozess zu verfeinern. Darüber hinaus ist Grangeneuve eine Ausbildungsstätte. Und es ist sicherlich sinnvoller, wenn die angehenden Produzenten und Käser das Gerät in der Praxis testen können anstatt ihnen nur theoretisches Wissen dazu zu vermitteln.

Welche Faktoren begünstigen eine gute Gerinnung?

Die Faktoren, welche die Gerinnung positiv beeinflussen, hängen sowohl mit der Kuh als auch mit externen Faktoren zusammen. Verfügt eine Kuh über ein hohes Proteinproduktionspotenzial, insbesondere von besonders vorteilhaften genetischen Varianten des Kappa-Kaseins, so stehen die Chancen gut, dass sie Milch mit einer hohen Gerinnungsfähigkeit liefert. (Dieser Aspekt kann bei der Zucht, im Rahmen der Wahl der Genetik der Herde, oder beim Kauf einer Kuh berücksichtigt werden.)

Im Gegensatz dazu weist Milch von euterkranken Tieren eine schwache Gerinnungsfähigkeit auf.

Bezüglich der externen Faktoren liegt es auf der Hand, dass die Futterqualität, der einwandfreie Herstellungsprozess, die Temperatur und der pH-Wert eine wichtige und nicht zu unterschätzende Rolle spielen.



Die Herausforderungen

Drei Parameter beeinflussen die Gerinnung : Die Gerinnungszeit, die Synärse und die Gallertfestigkeit nach 30 Minuten. Die Optigraph-Analyse bestimmt mehrere Milchkategorien. Für die Herstellung von Gruyère AOP wurden sechs Klassen erfasst :

- Klasse A** Milch mit guter Gerinnungsfähigkeit
- Klasse B** Milch mit langer Gerinnungszeit, aber guter Gallertfestigkeit
- Klasse C** Milch mit kurzer Gerinnungszeit, aber geringer Gallertfestigkeit
- Klasse D** Milch mit kurzer Gerinnungszeit, aber mit einer zu hohen Festigkeit
- Klasse E** Milch mit langer Gerinnungszeit und geringer Festigkeit
- Klasse F** Milch, die sich nicht zur Gerinnung eignet

Zurzeit scheint sich die Käseermilch meist in der Klasse A zu befinden, doch um dies mit Gewissheit sagen zu können, braucht es mehr Analysen.

Diesbezüglich sei erwähnt, dass eine gute Milchgerinnung eine zentrale Voraussetzung ist, um einen qualitativ hochstehenden Käse herzustellen.

Wie funktioniert der Optigraph?

Der Optigraph misst die Gerinnungsfähigkeit der Milch mittels eines scheinbar simplen Verfahrens. Er schickt Infrarot-nahe Lichtstrahlen durch die Milch. Wenn sich nach und nach die Gallerte bildet, wird es für



die Lichtstrahlen immer schwieriger, die Masse zu durchdringen. Die genaue Messung der Reduktion des Lichtsignals erfolgt über einen optischen Rezeptor. Die Schwächung des Signals wird von mehreren Faktoren beeinflusst : pH-Wert, Säure, Fett-, Protein- und Kaseingehalt, Zellen.

Wer kann Angaben zur Gerinnungsfähigkeit seiner Milch anfragen?

Alle Käsereien und alle Produzenten können eine Analyse verlangen. Sie kostet nur rund zehn Franken. Dazu wird von den Käsereien eine Probe der morgendlichen Mischmilch benötigt. Es ist nicht vorgesehen, die Milch nach Produzenten zu unterscheiden. Dies ist allerdings möglich, falls ein Problem auftauchen sollte.

Eine solche Analyse dürfte für jene Käser äusserst interessant sein, die über das Jahr verteilt Schwankungen verbuchen. Manchmal stellen die Käser fest, dass es zur Gerinnung derselben Milchmenge in der gleichen Zeitspanne mehr Lab braucht. Die Optigraph-Analyse erlaubt ihnen, festzustellen, ob ein Problem mit der Gerinnungsfähigkeit der Milch vorliegt.

Wir danken folgenden Personen, die dieses Projekts erarbeitet haben :

Frau Manuela Javet, Leiterin des FALL, Freiburgisches Agro-Lebensmittellabor
 Herr Davide Pollino, Leiter des Bereichs Chemie des FALL
 Herr Jean-Pierre Häni, Leiter von CASEi, milchwirtschaftliche Beratungsplattform



Le Gruyère AOP in New York

Das Jahr 2016 steht ganz im Zeichen des Ausbaus der Verkaufsförderungsmassnahmen für den Gruyère AOP auf dem US-amerikanischen Markt. Es ist wichtig, im bedeutendsten Exportland präsent zu sein – mehr als 3'000 Tonnen Käse gehen jährlich in die USA. Wie im Vorjahr wurden die Massnahmen von einer Werbekampagne begleitet. Dabei lag der Akzent auf der Herkunft des Produkts, seiner Tradition und seinem Geschmack. Die Tatsache, dass der Gruyère kein Gluten, keine Zusatzstoffe und keine Laktose enthält, macht ihn zu einem aussergewöhnlichen Produkt. Unter den Massnahmen sind zwei Termine hervorzuheben : die „Fancy Food Show“ mit einer Veranstaltung im Januar in San Francisco und einer im Juni in New York. Über die beiden Fachmessen wird der Gruyère AOP bei den Verkäufern und Wiederverkäufern an der amerikanischen Ost- und Westküste bekanntgemacht. Le Gruyère AOP ist in vielen Geschäften bereits ein fester Bestandteil des Käsesortiments.

2016 bot Gelegenheit, den Gruyère AOP noch stärker im Bewusstsein der Amerikaner zu verankern. Denn im Vorfeld zur Teilnahme an der „Fancy Food Show“ in New York machte der Gruyère AOP bereits auf sich aufmerksam : Ein



Sight-Seeing-Bus im Gruyère-Design fuhr von Frühling bis Anfang Sommer durch die Stadt, die niemals schläft. Und im April stand der Bus im Zentrum einer Guerilla-Werbeaktion : An strategischen Punkten der Metropole wurden Gruyère-Sticks verteilt. Ein Video auf YouTube liefert die Bilder zu diesem atemberaubenden Abenteuer.

Die Aktion wurde in Synergie und Zusammenarbeit mit SchweizTourismus durchgeführt. Die Sortenorganisation beteiligte sich ausserdem an der jährlichen Pressekonferenz von Schweiz Tourismus.

Dank diesen Aktivitäten war das Terrain für den Gruyère AOP am 24. Juni 2016 bereits vorbereitet. An diesem Tag traf die „Confrérie du Gruyère AOP“ mit ihrem Chor im Big Apple ein. Unter den Chor-Sängern war auch als Yvan Brodard, Käser auf der Alp Grenerêts/La Carrat, der gross auf dem Bus abgebildet war.

Am Freitagnachmittag, 24. Juni, fand im Hotel Hilton, nahe dem Central Park, eine Premiere statt : Erstmals präsentierten sich die Mitglieder der Confrérie auf einem anderen Kontinent in ihren prächtigen Trachten und erstmals wurde eine Aufnahmezeremonie für die neuen Mitglieder in Englisch abgehalten.

Die Confrérie widmet sich ausschliesslich dem Gruyère AOP, was sie zu einer einzigartigen Vereinigung macht. Sie nahm rund vierzig amerikanische Kollegen auf, die entweder auf dem Gebiet des Käses, als Journalisten oder in der beruflichen oder rechtli-



chen Interessenvertretung tätig sind. Jedes Neumitglied hatte die Ehre, sein Bekenntnis zum Gruyère AOP zu bezeugen.

Es ist der Anreise von rund 150 Schweizer Mitgliedern und der Bereitschaft der 40 amerikanischen Kollegen zu verdanken, dass diese Zeremonie

der Confrérie, Herrn Schnyder, für seine wertvolle Unterstützung.

Das Fest ging am nächsten Tag weiter : Die Käser René Pernet und Nicolas Schmutz führten eine Degustation in einer New Yorker Filiale der Permium-Ladenkette „Whole Food“ durch. Für die musikalische Umrah-

gleichzeitig mit der „Fancy Food Show“ stattfindet. An diesem Wettbewerb messen sich die Teilnehmer in mehreren Disziplinen (Verpackung, Finger Food usw.), doch sie profitieren insbesondere von einer Schulung zu gewissen Produkten, darunter der Gruyère AOP. Dieselbe Messe bot den zahlreichen Besuchern die Möglichkeit, die verschiedenen Sorten des Gruyère AOP am Stand der Sortenorganisation zu degustieren. Dort fanden sie Gruyère AOP von Käsereien und Alpbetrieben, mit Reifegraden zwischen 10 und 24 Monaten.

Das Jahresende bietet mit zahlreichen Veranstaltungen und Aktionen die Gelegenheit, die hervorragende Arbeit fortzusetzen, welche zusammen mit der Confrérie in New York geleistet worden ist.

Es bleibt zu hoffen, dass die verschiedenen Massnahmen den Gruyère AOP in den USA als einzigen Käse, der dieses Namens würdig ist, etablieren.

Sie können den Film der Veranstaltung sehen, unter www.gruyere.com/de, dann unten auf das Picto Youtube klicken.



zustande kam. Wir gratulieren den neuen Mitgliedern und danken den verschiedenen Verkaufsverantwortlichen auf dem US-Markt, die diesen Anlass ermöglicht haben. Bezüglich Logistik geht ein besonderer Dank an Emmi und namentlich an den Verantwortlichen vor Ort und Neumitglied

mung der Aktion sorgte der Chor der Confrérie, der mit besagtem Doppeldeckerbus zur Filiale gefahren wurde.

Le Gruyère AOP war ausserdem erneut ein wichtiger Akteur am „Cheesemongers Invitational“ (Wettbewerb der Käsehändler), das



Der Fachhandel in Belgien : Geteiltes Know-how durch den Gruyère AOP

Der Fachhandel hat in Belgien einen hohen Stellenwert. Die regionalen Käsehandelsgeschäfte sind unerlässliche Partner bei der Förderung des Gruyère AOP. SCM Benelux pflegt die Nähe zu diesen Händlern, echten handwerklichen Produzenten im Dienste ihrer Kunden.

Der belgische Fachhandel ist ein Universum von leidenschaftlichen Käsehändlern, die neugierig und offen auf ausländische Käse reagieren. Der Anteil der belgischen Käse am Binnenmarkt beträgt nur knapp 20 %. An den Comptoirs wird stets die einzige nationale AOP, der Herve Käse AOP, sowie Käse aus ganz Europa vorgestellt. Das Wort „Rohmilch“ ist für viele sehr zentral. Die Herstellung beginnt mit diesem qualitativ hochwertigen Rohstoff. Den Belgiern ist es wichtig, dass den Rohmilchprodukten, aber insbesondere deren Herstellern, Respekt gezollt wird, denn sie sind Garanten eines unschätzbaren Know-hows.

Die Sortenorganisation Gruyère (IPG) und SCM Benelux haben zu diesem Netzwerk besondere Beziehungen geknüpft. Denn die Werte sind dieselben : Schutz der authentischen

Produkte und Leidenschaft. Daher ist der Gruyère AOP seit 2010 Partner des von der Union der Käsedetailisten organisierten Wettbewerbs „Bester belgischer Käsehändler“, bei dem sieben Fähigkeitsprüfungen zu absolvieren sind. Die Prüfungen lehnen sich an jene des Wettkampfs



„Bester Handwerker Frankreichs“ an, sind jedoch stärker auf die Berufspraxis im Laden ausgerichtet. Dieser Wettbewerb, bei welchem das fachliche Können unter Beweis gestellt wird, findet alle zwei Jahre statt und wird vom belgischen Staat anerkannt. Die Unterstützung durch die IPG ist wichtig. Sie trägt dazu bei, den Beruf des Käsehändlers aufzuwerten

und den Gruyère AOP Switzerland hervorzuheben.

Um die berufliche und freundschaftliche Beziehung zwischen der Schweiz und Belgien zu stärken, haben die Sortenorganisation Gruyère und SCM Benelux am 15. November 2015 einen gemeinsamen Abend organisiert. Ziel war es, zusammen mit den belgischen Käsehändlern ein grosses Jubiläum – das 900-jährige Bestehen des Gruyère AOP – zu feiern! Drei Vertreter der IPG reisten nach Belgien : Marc Gendre, Christophe Magne und Thierry Bize. Mit auf die Reise ging die mobile Käserei. Die Feier fand in der Nähe von Brüssel in einer schönen, unter Denkmalschutz stehenden Landscheune aus dem 18. Jahrhundert statt. Das Kessi befindet sich unter einer wundervollen Holzdecke.

Rund 100 Käsehändler aus allen vier Ecken des Landes folgten der Einladung und das Flämische und Französische vermischte sich. Einige nahmen sogar zwei Stunden Anreisezeit in Kauf. Das Jubiläum wurde am Sonntag gefeiert, so dass die Käsehändler ihren Laden nicht schliessen mussten. Die Willkommensrede begann mit folgenden Worten : „Auch wenn das Rezept des Gruyère AOP



seit 1115 das gleiche ist, verdankt er es auch Berufsleuten wie Ihnen, dass seine Werte bekannt und anerkannt sind.“ Die Milch wurde erhitzt, die Herstellung begann und alle Blicke richteten sich auf das Team der IPG, das sein Know-how und seine Erfahrung mit all diesen Fachleuten teilte. Es war ein bewegender Moment, vor allem als der Käse aus dem Kessi gehoben wurde.

Marc Gendre : „Ich hoffe, dass Sie die Präsenz des Gruyère AOP als Zeichen unserer Anerkennung für Ihre Treue bei der Förderung und beim Verkauf unseres edlen Produkts werten. Seine anerkannten Qualitäten werden zur Professionalität und zum Erfolg Ihres Käsehandelsgeschäfts beitragen. Ihre anspruchsvolle Kundschaft wird den Gruyère AOP, den Sie für sie wählen, zu schätzen wissen.“

Aus Anlass des Abends liess Marc Gendre eine wundervolle Glocke herstellen. Sie ging in den Besitz eines glücklichen Käsehändlers über, der ihr Gewicht richtig schätzte. Dann folgten auf die verschiedenen

gereiften Gruyère AOP abgestimmte lokale Biersorten und ein geselliges Abendessen, inszeniert von Philippe Wagmann, Fachmann auf diesem Gebiet. Nach dem Abendessen prä-



sentierte Fabienne Effertz, belgische Käsehändlerin, die mehrere Jahre im Greyerzerland gelebt hatte und vom Produkt begeistert ist, einen Degustationsteller mit diversen Tees.

Um diese Momente festzuhalten, erstellte SCM Benelux ein Album mit Fotos zur Herstellung, zum

Rahmenprogramm und zu den geselligen Momenten des Abends. Dieses Album wurde allen Teilnehmern zugestellt, damit sie diese Erfahrung mit ihren Kunden teilen können. Viele Käsehändler stellten dieses Album in ihrem Laden aus.

Auch diesen Sommer wurden die Käsehändler vom Gruyère AOP unterstützt. Sie erhielten schöne Rezeptbücher mit dem Titel „Mein Sommer mit dem Gruyère AOP“, um ihre Kunden zu inspirieren, sowie Kühltaschen in den Gruyère-Farben. Dieses Material erlaubte den belgischen Läden zielgerichtete Aktivitäten in der für Hartkäse eher verkaufsschwachen Sommersaison.

Le Gruyère AOP ist ein authentisches Produkt. Die IPG wie auch die Käsehändler setzen alles daran, um seine Qualitäten bekanntzumachen und die Konsumenten in ihrem Kaufentscheid für den Gruyère AOP zu bestätigen. Dieser Zusammenarbeit, die von Leidenschaft und Teamgeist geprägt ist, steht eine schöne Zukunft bevor!



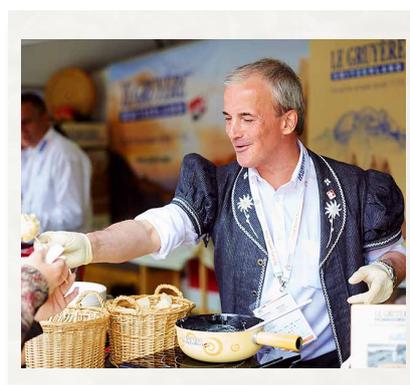
Leichtathletik-Europameisterschaften in Amsterdam

Intensives und vielfältiges Programm des Gruyère AOP in den Niederlanden rund um die Leichtathletik-Europameisterschaften 2016 in Amsterdam

Dieser Wettkampf stellt für den Gruyère AOP einen der Höhepunkte in seinem Engagement für die Leichtathletik dar, bei der die Leistung des Menschen im Mittelpunkt steht. Rund um dieses Ereignis wurden Spiele erarbeitet, um den Gruyère AOP in den Niederlanden bekannter zu machen.

Le Gruyère AOP war diesen Sommer Sponsor der Leichtathletik-Europameisterschaften in Amsterdam, die vom 6. bis 10. Juli ausgetragen wurden – eine tolle Chance für den Auftritt und die Kommunikation rund um den Gruyère AOP in den Niederlanden. Lokal werden grosse Mengen an Käse hergestellt und exportiert, aber auch auf dem Inlandmarkt stark nachgefragt. Die holländische Käseproduktion unterscheidet sich stark von jener des Gruyère AOP, dies bezüglich

Terroir, Know-how, Herstellung und Geschmack. Mit dem Slogan „Le Gruyère AOP – Auch im Flachland am Gipfel der Genüsse“ kitzelten die Sortenorganisation Gruyère und die SCM Benelux den Stolz der Holländer auf liebenswürdige Weise.



Bereits vor den Meisterschaften, ab Mai, wurden verschiedene Aktionen geplant: Bei Albert Heijn, dem grössten holländischen Grossverteiler, wurden den zwischen dem 16. und 22. Mai getätigten Online-Käufen insgesamt 50'000 Degustationspor-

tionen des Gruyère AOP à 27 g und eine Informationsbroschüre beigelegt. Mindestens 38'000 Haushalte wurden damit erreicht. Die gleiche Ladenkette führte vom 16. Mai bis 22. Juni einen Wettbewerb durch, bei dem es 200 Le-Gruyère-AOP-Messer oder 5 x 2 VIP-Plätze für die Leichtathletik-Europameisterschaften zu gewinnen gab. Bei dieser Gelegenheit wurden 36'000 Leporellos auf den Gruyère-AOP-Portionen angebracht. 22 Käsehändler massen sich im Juni in einem Schaufenster-Dekorationswettbewerb, was die Sichtbarkeit erhöhte und die Aufmerksamkeit des Fachhandels auf die Werte des Gruyère AOP lenkte.

Das Ziel lautete nach wie vor, neue Konsumenten zu finden. So war der Gruyère AOP auch am internationalen kulinarischen Festival des Geschmacks „Taste of Amsterdam“ im Amstelpark, einer weitläufigen Grünanlage der Stadt, vertreten. Vom 2. bis 5. Juni konnten sich die Besucher dort informieren und den Gruyère AOP Classic, den Gruyère AOP Réserve und den Gruyère d'Alpage AOP probieren.

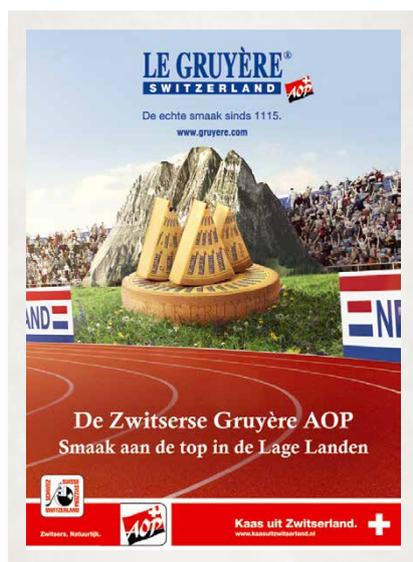


Natürlich fokussierte sich der Aktionsplan dann auf die Wettkampfzeit vom 6. bis 10. Juli. Hauptaustragungsort der Wettkämpfe war das Olympiastadion in Amsterdam. Insgesamt wurden 125'000 Tickets verkauft und damit die Erwartungen weit übertroffen. Die Organisatoren hatten nämlich mit rund 100'000 Ticketverkäufen gerechnet. Das Stadion war an den meisten Tagen ausverkauft.

Le Gruyère AOP war im Olympiastadion neben der „Medalplaza“, wo die Athleten ihre Medaillen in Empfang nahmen, präsent. Dort waren auch die Besucher zur Degustation des Gruyère AOP Classic, des Gruyère AOP Réserve und des Gruyère d'Alpage AOP sowie eines köstlichen, traditionellen Fondues mit Gruyère AOP herzlich willkommen. Ein sympathisches Spiel im Zusammenhang mit den Schweizer Bergen erfreute zudem Gross und Klein. Lachende Gesichter, gute Laune und Geschmackserlebnisse prägten den Anlass. Natürlich konnten die Besucher die Produkte auch kaufen, sich dank dem verfügbaren Werbematerial informieren und den neuen Promotionsfilm des Gruyère AOP ansehen. Das Team vor Ort bestand aus Personen aus der Schweiz, Belgien und den

Niederlanden, womit es mehrere Sprachen abdeckte und für eine reibungslose Kommunikation mit dem holländischen und internationalen Publikum sorgte.

Le Gruyère AOP bildete in den wichtigsten Partner-Hotels festen Bestandteil des Frühstücks. Zudem



standen der Gruyère AOP Classic, der Gruyère AOP Réserve und der Gruyère d'Alpage AOP im VIP-Bereich des Olympiastadions auf einem traditionellen Schneidetisch zur Degustation bereit.

Ziel der Sortenorganisation Gruyère und der SCM Benelux war es, den Gruyère AOP in ganz Amsterdam sichtbarer zu machen. Zum Zeitpunkt der Austragung der Wettkämpfe weilten nämlich auch zahlreiche Touristen in der Stadt. Am Hauptbahnhof, über welchen viele Besucher in die holländische Hauptstadt gelangen, wurden vier grosse Digital-Anzeigen mit der stolzen Aufschrift „Le Gruyère AOP – Auch im Flachland am Gipfel der Genüsse“ angebracht. Ein Guerilla-Marketing-Team in den Gruyère-Farben und auf typischen holländischen Lastenfahrrädern verteilte in der Innenstadt 19'500 Degustationsportionen des Gruyère AOP Réserve à 27 g. Die Holländer bewegen sich liebend gern per Velo fort. Um den Gruyère AOP optisch hervorzuheben, wurden daher bei den Veloabstellplätzen 10'000 Sattelüberzüge im Gruyère AOP-Look verteilt. Die Aktion war ein Riesenerfolg und sorgte sofort für Sympathie für das Produkt.

Diese erste, gross angelegte Aktion für den Gruyère AOP in den Niederlanden, einem Land, in welchem ebenfalls viel Käse hergestellt wird, erreichte zahlreiche Konsumenten. „Le Gruyère AOP – Auch im Flachland am Gipfel der Genüsse.“



Le Gruyère AOP ist Partner des Skilanglauf Weltcup

2015 wurde der Gruyère AOP zu einem der Hauptsponsoren des FIS Skilanglauf Weltcup. Diese neue Sponsor-Partnerschaft eröffnet der Marke Le Gruyère AOP eine ausgezeichnete Sichtbarkeit in Skandinavien (Finnland, Schweden, Norwegen), wo dieser Sport sehr beliebt ist. Doch die Rennen des Skilanglauf Weltcup werden nicht nur in Skandinavien ausgetragen, eine Etappe findet jedes Jahr im Rahmen der „Tour de Ski“ in der Schweiz, in Deutschland und in Italien statt. In der Saison 2015/2016 wurden ausserdem Etappen in Slowenien und Tschechien durchgeführt. Das Finale fand in Kanada statt, in einem Land, das den Gruyère AOP liebt.

In der Saison 2016/2017 wird der Gruyère AOP an den verschiedenen Rennen zwischen Ende November und Mitte März ebenfalls präsent sein. Neben den oben genannten

Austragungsorten gastiert der Weltcup auch in Südkorea, Estland und Frankreich, das Finale wird in Russland ausgetragen.



Die Marke Le Gruyère AOP präsentiert sich rund um das Stadion sowie auf der Strecke auf Werbetafeln und mit einem aufblasbaren, riesigen Käseleib. Ausserdem ziert das Logo des

Gruyère AOP die Startnummern der Langläufer an mehreren Etappen. Im Weiteren erhalten die verschiedenen Sieger jeweils – gut sichtbar – ein Stück Gruyère überreicht. Le Gruyère AOP betreibt an den meisten Etappen des Weltcups einen Stand. Dort können die Besucher Gruyère AOP mit verschiedenen Reifegraden probieren oder ein Hot Fondue kaufen. Ausserdem werden am Stand die sehr beliebten Langlauf-Mützen der Marke Craft mit dem Logo des Gruyère AOP verteilt. Diese Mützen sind bei den Zuschauern sehr beliebt.

Sowohl die Ergebnisse zur Saison 2015/2016, die von der FIS Marketing AG veröffentlicht wurden, als auch jene einer unabhängigen Studie (ARGUS der Presse AG), die vom Gruyère AOP in Auftrag gegeben wurde, bestätigen die gute Leistung der Marke im Zusammenhang mit diesem Grossanlass. Nachfolgend einige Zahlen, die den Erfolg veranschaulichen sollen.



Zuschauer :

256'570 Zuschauer besuchten die verschiedenen Etappen des Skilanglauf Weltcup.

Val di Fiemme (letzte Etappe der „Tour de Ski“) hat am meisten Zuschauer angezogen : **30'000 Personen** feuerten die Langläufer während des Wochenendes an.

TV :

662:21:54 (h:mm:ss) : Dies ist die Gesamtübertragungszeit des Skilanglauf Weltcup (85:22:07 in der Schweiz* und 576:59:47 im Ausland**). Dies entspricht einer **Gesamtzuschauerzahl von 285.51 Millionen**.

Die Sendedauer, welche der **Werbung des Gruyère AOP** gewidmet war, betrug **48:14:37** (12:16:01 in der Schweiz und 35:58:36 im Ausland). Dieses Ergebnis entspricht einem Anteil von **7,3 %** an der Gesamtübertragungszeit.

In **Finnland** erreichte der Gruyère AOP die höchste Sendedauer mit **13 Stunden und 8 Minuten**, gefolgt von der Schweiz und Russland. In **Schweden und Norwegen** hingegen wurden am meisten Personen erreicht, was zeigt, dass

unser Sponsoringentscheid richtig war. Schliesslich ist es unser Ziel gewesen, neue Märkte – namentlich die skandinavischen Länder – zu erreichen.

In der Schweiz widmete **RSI LA 2** dem Anlass am meisten Sendedauer mit **3:35:24**, doch am meisten Fernsehzuschauer erreichte **SRF 2**. Dies bestätigt die Strategie des Gruyère AOP in der Schweiz, wo-



nach der Werbeschwerpunkt auf die Deutschschweiz gelegt werden soll. In diesem Landesteil ist ein grösseres Wachstumspotenzial vorhanden als auf dem Westschweizer Markt.

Die vier Etappen der „Tour de Ski“ generierten fast die Hälfte des Gesamtwerbewertes und der Me-

dienpräsenz über die gesamte Langlauf-Saison 2015/2016.

Die Werbeträger mit der höchsten Sichtbarkeit und somit der höchsten Wirksamkeit sind die **Werbefafeln** mit einer Sendedauer von **31:56:05**, gefolgt von der Sponsorenwand mit einer Sendedauer von 4:32:53 und dem aufblasbaren Käselaub mit einer Sendezeit von 3:41:19.

Angesichts dieser Auswertung ist der Gruyère AOP äusserst zufrieden mit der Wirkung, die durch die Präsenz an den verschiedenen Etappen des Skilanglauf Weltcup erzielt wurde. Selbstverständlich ist es immer schwierig, die direkten Auswirkungen auf die Verkäufe einzuschätzen. Doch dank des Sponsorings positioniert sich die Marke in der Schweiz und im Ausland mit einem jungen und dynamischen Image. Le Gruyère AOP freut sich, erneut bei diesem wichtigen Anlass des Wintersports dabei zu sein und hofft auf gute Leistungen unseres Nationalteams und insbesondere seines Leaders, Dario Cologna.

Erfahren Sie mehr über die Termine des Skilanglauf Weltcup unter dem Link : www.fis-ski.com/cross-country

*Es wurden sämtliche Programme ausgewertet

**Es wurden nur Programme ausgewertet, die sich spezifisch auf Langlauf bezogen



Le Gruyère AOP, Partner verschiedener Grossveranstaltungen

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. www.gotteron.ch

Langlauf-Weltcup

Zum zweiten Mal in Folge präsentiert sich der Gruyère AOP an den Rennen des Skilanglauf Weltcup vom 26. November 2016 bis zum 19. März 2017. Die „Tour de Ski“ kommt zwischen dem 31. Dezember 2016 und dem 8. Januar 2017 in die Schweiz, nach Deutschland und Italien. www.fis-ski.com/cross-country

Giant Xtour

Dieser schulübergreifende Wettkampf zieht jeden Winter rund 2'000 Gymnasiasten und Lernende an. www.giantxtour.ch

Tavolago

Den ganzen Winter über findet jeden Freitag ein Fondueabend auf einem der Schiffe auf dem Vierwaldstättersee statt. www.tavolago.ch

Swiss Expo

Vom 12. bis 15. Januar 2017 findet im Beaulieu, Lausanne, die Fachmesse für Agrotechnik und der internationale Rinderwettbewerb statt. Der Anlass zieht jedes Jahr um die 22'000 Besucher und Fachleute der Branche an. www.swiss-expo.com

Cheesemonger Invitational

Das Cheesemonger Invitational findet vom 21. bis 22. Januar 2017 in San Francisco statt. Über die zwei Tage wird eine Schulung für Berufsleute aus dem Käsedetailhandel angeboten und es finden Wettkämpfe zwischen den Teilnehmenden statt. Am zweiten Tag öffnet die Veranstaltung ihre Türen für das breite Publikum. www.cheesemongerinvitational.com/mission

Winter Fancy Food Show

Die Winter Fancy Food Show findet vom 22. bis 24. Januar 2017 in San Francisco statt. Es ist die grösste Lebensmittelmesse der amerikanischen Ostküste. 1'400 Aussteller aus den USA und 35 weiteren Ländern werden über 80'000 Produkte präsentieren. www.specialtyfood.com/shows-events/winter-fancy-food-show

Salon international de l'agriculture in Paris (SIA)

Vom 25. Februar bis 5. März 2017 trifft sich die französische und internationale Landwirtschaftsbranche erneut in Paris. Eine optimale Gelegenheit für den Gruyère AOP, um sein Image zu stärken. www.salon-agriculture.com

Markt der AOC-AOP-IPG

Vom 11. bis 12. März 2017 ist der Gruyère AOP in Bourg-en-Bresse an dem Markt der AOC, AOP und IGP. www.grandmarchedesaac.com

BEA

Vom 28. April bis 7. Mai 2017 findet in Bern die BEA statt. www.beapferd.ch

LUGA

Die LUGA findet vom 28. April bis 7. Mai 2017 in Luzern statt. www.luga.ch

Muba

Le Gruyère AOP nimmt vom 12. bis 21. Mai 2017 zum sechsten Mal an der grossen Publikumsmesse in Basel teil. www.muba.ch



Eidgenössisches Schwingfest, Estavayer-le-Lac 2016

Le Gruyère AOP war Partner des Eidgenössischen Schwingfests, das vom 26. bis 28. August 2016 im Kanton Freiburg ausgetragen wurde.

Um unsere Präsenz vor Ort zu organisieren haben wir uns mit dem Vacherin fribourgeois AOP zusammengetan, der wie wir Bronze-Sponsor war. Die Zusammenarbeit war ausgezeichnet.

Die Veranstaltung bot den beiden Produkten eine ideale Verkaufsplattform, wo sich die Besucher stärken konnten. Die hohen Temperaturen – tagsüber wurden zwischen 35 und 37 Grad gemessen – sorgten jedoch für mässige Verkäufe.

Der Hot-Fondue-Stand (warmes Brot gefüllt mit Käse anstatt mit der traditionellen Wurst) erfreute sich

hingegen grosser Beliebtheit, es wurden mehr als 3'500 Hot Fondues verkauft. Über die gesamte Dau-



er der Veranstaltung verteilte eine junge, sympathische Truppe ausserdem 40'000 Degustationsportionen Gruyère AOP à 20 g an die Besucher. Diese kleine Aufmerksamkeit kam beim Publikum gut an!

Le Gruyère AOP stiftete ausserdem einen Preis : Das neuste Kessi aus der Produktion der Firma Turrian in Château-d'Oex.

Wie viele Besucher logierten wir in einem Wohnwagen auf dem Campingplatz des Festgeländes. Es herrschte eine ganz besondere Atmosphäre und wir bestaunten diverse Camping-Unterkünfte : umgebaute Baustellenwagen, klassische Zelte, diverse Wohnwagenmodelle, mit Stroh ausgelegte Viehwagen und vieles mehr.

Die Teilnahme an diesem nationalen Grossanlass war eine wunderbare Erfahrung und wir freuten uns ganz besonders, dass die Besucher aus der Deutschschweiz den Gruyère AOP auf diese Weise (neu) entdecken konnten.

Rezepte



A



B

Äplermagronen mit Gruyère AOP

Zubereitungszeit: 20 Min.
Backzeit : 10 Min.

Zutaten für 4 Personen :

300 g Magronen
2 Zwiebeln

4 dl Vollrahm (35% Fett)
2 dl Milch
200 g geriebener Gruyère AOP
Salz und Pfeffer

Zubereitung :

- Teigwaren 10 Minuten kochen.
- Magronen in Bratpfanne mit ein wenig Butter und Öl goldgelb anbraten.

- Zwiebeln in Würfel schneiden und getrennt von den Magronen ebenfalls mit etwas Butter und Öl anbraten.
- Alles vermischen, Vollrahm, Milch und Gruyère AOP zugeben.

Würzen und servieren.

B

Für die Festtage Gruyère AOP-Schaum, weiches Ei und Eierschwämmli

Zubereitungszeit : 35 Min.
Backzeit : 20 Min.

Zutaten für 4 Personen :

200 g geriebener Gruyère AOP
1/3 Liter Milch
1/3 Liter flüssiger Rahm
4 frische Eier
200 g Eierschwämmli
4 Knoblauchzehen
glatte Petersilie
3 Esslöffel Olivenöl
Fleur de Sel (Meersalz)
Pfeffer aus der Mühle
1 Rahmbläser und 1 Patrone
4 Martinigläser

Zubereitung :

- Eier 5 Minuten kochen indem man sie sorgfältig ins leicht essighaltige kochende Wasser taucht.
- Kochzeit beenden indem man sie unter kaltem Wasser abspült.
- Eier unter Rinnsal von kaltem Wasser schälen und zur Seite stellen.
- In einer Pfanne Milch und flüssigen Rahm aufkochen, Gruyère AOP dazugeben und rühren bis er schmilzt : salzen und pfeffern.
- Erhaltener Rahm mit einem Sieb filtrieren, in eine Schüssel giessen und zum abkühlen 20 Minuten in den Kühlschrank stellen.
- Eierschwämmli unter fließendem Wasser waschen, ohne weich werden zu lassen, sorgfältig bürsten, abtropfen lassen und auf einem sauberen Tuch trocknen.
- Knoblauch und Petersilie hacken und zusammen mischen für eine „Persillade“
- Eierschwämmli in einer recht heißen Bratpfanne mit einem Esslöffel Öl dünsten. Gelegentlich

umrühren bis Eierschwämmli ihr Vegetationswasser abgeben.

- Champignons abtropfen lassen und Sud aus der Bratpfanne weggleeren.
- Restliches Öl in Bratpfanne auf niedrigem Feuer erwärmen.
- Eierschwämmli mit der „Persillade“ dazugeben, sorgfältig mischen und einige Minuten braten Salzen, pfeffern und warm halten Gruyère AOP-Rahm in Rahmbläser füllen und Patrone reindrücken.
- Ein weiches Ei auf den Boden eines Martini-Glases legen.
- Mit dem Rahmbläser das Ei mit Gruyère-AOP-Schaum bedecken und darauf einige Eierschwämmli verteilen.
- Je nach Geschmack würzen, mit ein wenig flachem Petersilie dekorieren und sofort servieren.

Tipps und Tricks : Sie können die Eierschwämmli durch Steinpilze ersetzen. Als Vorspeise zu einem Fest streuen Sie einige Lamellen von Trüffel darüber.

