

LE GRUYÈRE[®]
SWITZERLAND 

Nr. 46 – April 2019

L'oiseau



Wie ?



Wann ?



? %

Wer genießt mich ?

Wo ?





INHALT

- | | | | |
|----|--|----|--|
| 03 | BOTSCHAFT DES PRÄSIDENTEN | 10 | STUDIEN ZUM GRUYÈRE AOP IN DER SCHWEIZ UND IM AUSLAND |
| 04 | JOURNALIST AUS GREYERZ FÜR SEINE REPORTAGE ÜBER EINEN GANZ BESONDEREN ALPABZUG AUSGEZEICHNET | 18 | LE GRUYÈRE AOP BETEILIGT SICH AN GROSSEN VERANSTALTUNGEN |
| 06 | TREFFEN MIT ALEXANDRE GAVILLET, MILCHPRODUZENT | 20 | REZEPTE |
| 08 | DIE «PINTES OUVERTES» IM KANTON WAADT EIN REINES GRUYÈRE-AOP-FONDUE | | |

Impressum



Botschaft des **Präsidenten**

In erster Priorität richtet sich mein Dank an alle Milchproduzenten, Käser, Alpkäser, Käsehändler und allen ihrer Mitarbeiter für die geleistete Arbeit.

Ich danke den Mitgliedern der Delegiertenversammlung, des Komites und den Kommissionen für ihr Engagement. Sie haben wichtige Entscheide getroffen im Interesse des Gruyère AOP und der Zukunft unserer Organisation.

Mit Befriedigung können wir auf das Jahr 2018 der Sortenorganisation Gruyère AOP Switzerland zurückblicken.

Ungefähr 30'100 Tonnen produziert und davon 12'800 Tonnen exportiert.

Auch unsere Bilanz im Branchenvergleich ist gut.

Wir können einen neuen Rekord für Produktionsmenge und Export feiern.

Die Wertschöpfung unserer Familienbetriebe konnten wir erhalten und unsere Marke Gruyère AOP international stärken.

Ein entscheidender Erfolgsfaktor der Sortenorganisation Gruyère AOP ist:

jedes stimmberechtigte Mitglied im Komitee und der Delegiertenversammlung ist auch direkt im eigenen Unternehmen von den betriebswirtschaftlichen Konsequenzen und dem Erfolg des Gruyère AOP betroffen. Wir können die Verantwortung nicht abschieben.

Grundsätzlich entscheiden jedoch unsere Konsumentinnen und Konsumenten über den Erfolg und die Zukunft des Gruyère AOP im nationalen und internationalen Markt!

Wir investieren erfolgreich seit vielen Jahren in Marketing und Werbung mit dem Ziel unsere Marke bekannt zu machen.

Jetzt wollen wir jedoch mehr wissen wie unser Produkt bei den Konsumenten ankommt.

In diesem Heft finden sie die Antwort auf die Frage: Welcher Reifegrad, welche Konsistenz, welches Aroma bevorzugen sie?

Die allgemeine Zufriedenheit ist eine der grössten Gefahren für ein Unternehmen.

Wenn man überzeugt ist der Beste und unschlagbar zu sein, kann es gefährlich werden.

Es ist besser wir sagen uns:

- das letzte Jahr war gut!
- was können wir besser machen?
- was macht die Konkurrenz?
- was wird sich die nächsten Jahre Verändern?
- auf was müssen wir uns vorbereiten um die Besten zu bleiben?

Jedes neue Jahr ist eine neue Herausforderung. Ich wünsche unserem Gruyère AOP eine gute Zukunft!

Oswald Kessler
Präsident der IPG





Foto aufgenommen von Philippe Huwiler während seines Berichts

Medienpreis des SBV 2018

Journalist aus Greyerz für seine Reportage über einen ganz besonderen Alpabzug ausgezeichnet

Unter dem Titel *Adju l'armailli: la dernière Rindya de Gérard Morard* (Adieu, Senn: Gérard Morards letzter Alpabzug) wurde Philippe Huwilers Sendung im Oktober 2017 auf Radio Fribourg ausgestrahlt. Der Schweizer Bauernverband hat beschlossen, den Journalisten aus dem Greyerzerland für die Qualität seiner Reportage über den letzten Alpabzug des bekannten 73-jährigen Senns Gérard Morard auszuzeichnen.

Gérard Morard verbrachte ein halbes Jahrhundert auf den Alpen des Greyerzerlandes. Während 27 Saisons bewirtschaftete er die Alp Reybes in der Nähe des Moléson. Im Herbst 2017 gab er seine Tätigkeit auf. Für ihn ist es also der letzte Alpabzug. Philippe Huwiler kennt Gérard Morard sehr gut. Er hat auf der Reybes bereits eine Reportage über die Herstellung von Gruyère d'Alpage AOP realisiert.

Als er erfährt, dass dem Senn der letzte Alpabzug bevorsteht, schlägt er ihm vor, ihn an diesem letzten Tag zu begleiten. So macht er sich am Vorabend zur Alphütte auf, um sich zu akklimatisieren und die bereits etwas emotionale Stimmung einzufangen. Um 2.15 Uhr früh dieses 30. Septembers 2017 wird es lebhaft im Haus. Die Arbeit ruft! Es gibt zu käsen und das Vieh muss vorbereitet und

geschmückt werden. Der Journalist beschliesst, seine Reportage um zwei Hauptthemen herum zu gestalten: Diese ersten Morgenstunden bis zum Aufbruch sowie die Ankunft in Gumefens. Eine originelle Herangehensweise, zumal der Abstieg der Herde ins Tal lediglich evoziert wird. «Ich wollte die Atmosphäre wiedergeben, mit Klängen Bilder entstehen lassen, die Emotionen dieser Momente durchscheinen lassen.»



Das ist ihm mehr als gelungen. Denn genau diese Aspekte haben es der Jury für den Medienpreis des Schweizer Bauernverbands angetan.

Aber für Philippe Huwiler gehört dieser Preis vor allem Gérard Morard.

Philippe Huwiler : Gérard Morard ist ein weiser Mann. Ein Autodidakt mit einer reichen Lebenserfahrung, geprägt von aussergewöhnlicher Intelligenz und Erdverbundenheit. Wenn er sagt: «Wenn ich überlege, was es alles zu tun gibt auf einer Alp. Ich wusste nicht, dass es unmöglich war; also habe ich es getan!», so ist das absolut wahr. Doch er weiss zweifellos auch, dass er damit den berühmten Autor Mark Twain zitiert.

Microplume : Sind Sie ein Greyerzer, der mit seinen Wurzeln verbunden ist?



PH : Als Kind wollte ich Bauerngehilfe und Bauer werden. Ich hatte immer ein besonderes Interesse an der Welt der Landwirtschaft. Für mich macht der Ausdruck «gesunder Bauernverstand» absolut Sinn. Die Verbundenheit mit der Erde und dem, was sie uns gibt, ist etwas Grundlegendes. Aus diesem Grund scheint mir die Arbeit des Sennens von grosser Bedeutung, ja geradezu lebenswichtig zu sein. Die Alpwirtschaft ist ein Teil von uns und unserem Erbe.

Mi : Wollten Sie in Ihrer Reportage auch das thematisieren?

PH : Gérard Morard ist die zentrale Figur der Reportage, weil er eine aussergewöhnliche Persönlichkeit ist. Aber es stimmt, ich wollte all diese Menschen würdigen, die in der Höhe bei besonders widrigen Bedingungen ihre Arbeit ausüben und damit die unglaubliche Natur der Freiburger Voralpen erhalten.

Mi : Bei den Themen Sennen, Alpen, Alpaufzug und Alpabzug reden die Leute oft wie von einem vergangenen Brauch.

PH : Wirtschaftlich resp. vom Standpunkt der Rentabilität aus betrachtet, ist das zweifelsohne richtig. Aber es geht, offen gesagt, um unsere Wurzeln. Ein Teil unseres Menschseins ist darin enthalten. Die Alpkäse verfügen zudem über reichhaltige Aromen und einen unglaublich würzigen Geschmack. Der Gruyère d'Alpage AOP von Gérard Morard war immer ein Genuss und jedes Mal eine geschmackliche Überraschung. Manchmal stieg ich auf die Reybes, nur um bei ihm ein Stück Käse zu kaufen.

Mi : Wie die meisten Greyerzer haben Sie offenbar eine Vorliebe für Gruyère AOP.

PH : Das ist so. Le Gruyère AOP steht über allem. Dann folgt der Vacherin und danach die anderen. Wenn man bei uns von «Käse» spricht, meint man damit den Gruyère AOP.

Mi : Kommen wir zurück auf Ihre Reportage. Wie war Ihre Reaktion, als Sie erfuhren, dass Sie den Medienpreis des SBV erhalten?

PH : Ich war überrascht und sehr geehrt. Und auch glücklich, weil diese Reportage so geworden ist, wie ich sie mir vorgestellt hatte. Ich wollte ein positives Bild der Sennen vermitteln. Solchen Lokaljournalismus möchte ich machen. Es gibt so viel zu entdecken und zu berichten in der Region. Für mich ist es sehr wichtig zu wissen, woher man kommt, sich der Einflüsse bewusst zu sein und zu erkennen, wohin man geht.

Mi : Ihre Reportage endet mit der Lioba, gesungen von Bernard Romanens. Wollten Sie bei den Zuhörern Gänsehaut erzeugen?

PH : Es lag meiner Meinung nach fast auf der Hand. Aber es stimmt schon, der Kuhreigen stimmt mich immer sehr emotional, auch wenn ich ihn schon hundert Mal gehört habe.

Heute hat ein neuer Äppler, Claude Charrière, Gérard Morard auf der Reybes abgelöst.



web

Die Reportage von Philippe Huwiler gibt es online zu hören. Dazu einfach «Radio Fribourg Adju l'armailli» in die Suchmaschine eingeben und den oberen Link dann klicken Sie auf den Pfeil unter "PODCAST".



Treffen mit

Alexandre Gavillet, Milchproduzent

Alexandre Gavillet zeigt uns seine Kühe im Stall. Seine Augen glänzen. Er hält an und stellt uns *Planète* vor, mit über 13 Jahren seine älteste Kuh. Sie hat mehr als 120'000 Liter Milch produziert, was rund 300 Laiben Gruyère AOP entspricht.

Der Betrieb, eine Familiengeschichte

Der Gutsbetrieb der Familie Gavillet mit rund 87 Hektaren Land basiert auf echter Teamarbeit. Die zwei Brüder, Alexandre und David, nehmen bereits seit 15 Jahren die gemeinsame Verantwortung wahr. «Manchmal muss man eben Kompromisse machen, denn man ist ja nicht alleine Chef. Kompromisse lohnen sich aber wirklich», erklärt Alexandre. David ist zuständig für die Kulturen, d. h. rund 30 Hektaren, davon ca. 10 Hektaren Kartoffeln. Der 44-jährige Alexandre hingegen kümmert sich um die Milchproduktion und ist dementsprechend für 85 Kühe der Rasse Red Holstein verantwortlich. Bei der Familie Gavillet gibt es aber keine klare Aufgabenteilung. Beide Brüder kennen sich sowohl mit den Kulturen als auch dem Vieh aus. «Wir sind multifunktional», sagt David und grinst.

Dieser in Peney-le-Jorat, einer neue Gemeinde von Jorat-Menthue gelegene Hof, der bereits ihrem Vater, Alois,

gehörte, wird schon seit langem immer wieder an die nächste Generation übergeben. «Ich habe schon immer hier gewohnt», erklärt Alexandre, der mit seinem Dorf sehr verbunden ist. Im Jahr 2004, als sie den Hof geerbt haben, haben sich die beiden Brüder sofort an die Arbeit gemacht und ihr Eigentum mit dem Bau eines neuen Stalls weiter entwickelt. Anschliessend haben sie den Stall weiter verbessert und Sonnenkollektoren installiert «Punkto Gebäude sieht es nicht schlecht aus und wir sind zufrieden», sagt Alexandre stolz.



Abgesehen von seinem Bruder kann er vor allem beim Melken auf die Unterstützung seines Vaters, aber auch auf seine Frau, Isabelle, zählen. Sie und Natacha, die Ehefrau von David, kümmern sich auch um die Pension und ihren Lernenden, Damian, der das ganze Jahr über bei ihnen wohnt. Ausser Damian arbeitet Andrzej als Angestellter auf dem Betrieb. «Wir haben viel Arbeit, insbesondere im Sommer», erklärt Alexandre. «Aufgrund der Tatsache, dass wir im Team arbeiten und Angestellte haben, können wir uns manchmal auch Zeit für uns selbst nehmen». Alexandre liebt den Sport und hat ein Faible für Skitouren und den Lauf. Während den wohlverdienten Pausen fährt er mit seiner Frau und der 11-jährigen Tochter Loane sowie der 14-jährigen Tochter Noémie in die Winterskiferien.



Bauer werden

Alexandre hat in Zürich Agronomie studiert. Nach zwei bis drei Jahren im Büro hat er schnell gemerkt, dass das nichts für ihn ist. «Ich wollte schon immer für mich und meinen eigenen Betrieb arbeiten», erzählt er. Mit einem schönen Betrieb obendrein habe ich sofort gespürt, dass ich lieber als Bauer arbeiten wollte». Aber er ist überzeugt, dass ihm sein Studium im Alltag zugutekommt. «Es erweitert den Horizont», erklärt er.

Der Tagesablauf wird durch das Melken am Morgen und Abend und sein Vieh bestimmt. Den Morgen beginnt er mit seiner Lieblingsbeschäftigung, nämlich einem Rundgang durch den Stall. Er hastet nicht gleich zum Melken, denn er liebt es, zu beobachten und zu entdecken, was beim Vieh so alles läuft. «Es ist ein Ritual, bei dem man so manches sieht», erklärt er. Im Sommer weiden seine Kühe in der Nacht, weil es dann weniger heiss ist. Tagsüber werden sie dann im Stall mit frisch gemähtem Gras gefüttert. Im Herbst erhalten sie ebenfalls Gras, jedoch ergänzt mit grünem Mais. Für Alexandre gibt es immer etwas zu tun, sei dies in der Milchproduktion oder bei den Kulturen. Und genau diese Vielfalt der Tätigkeiten gefällt ihm. «Ich mag Traktoren aber auch den Stall. Einige Bauern mögen die Buchhaltung nicht, aber mich stört das überhaupt nicht», meint er.

Und der Käse?

Alexandre erklärt, dass es im Dorf Peney-le-Jorat schon immer eine Käserei gab. Da der Betrieb der Familie Gavillet Kühe hielt, war es für sie klar, Milch zur Herstellung von Gruyère AOP zu liefern. «Weil die Käserei bereits existierte, hat sich die Frage nie andersrum gestellt, und zum Glück», sagt er voll Freude. Im Jahr 2005 haben sich die Produzenten der umliegenden Dörfer zusammengeschlossen und in die Einrichtung investiert. Für Alexandre ist die

Beziehung zum Käser für eine gute Produktion sehr wichtig. «Wir haben das Glück, dass wir alle auf der gleichen Wellenlänge sind und einen sehr dynamischen Käser haben», bekräftigt er.

Bezüglich des Konsums gesteht Alexandre, dass er nicht ausschliesslich Gruyère AOP konsumiert, dieser aber eine Vorzugsstellung einnimmt auf seiner Käseplatte, die er zu einer Suppe oder seinen Gästen am Ende einer Mahlzeit serviert. Seine Vorliebe gilt den kleinen Gruyère AOP Réserve Würfeln und natürlich dem Fondue. «Der Käser stellt eine super Moitié-Moitié-Mischung her und sogar ich als unbegabter Koch, kann es gut zubereiten», meint er lächelnd.

Alexandre sagt, dass er sich sehr glücklich schätzt, den Lebensunterhalt mit einem Produkt zu verdienen, das er herstellt. «Le Gruyère AOP ist sehr beliebt, da haben wir Glück. Wir müssen allen Faktoren Rechnung tragen. Auch wenn die zusätzlichen Anforderungen an die Produktion von Gruyère AOP die Arbeit nicht immer erleichtern, müssen wir daran denken, dass wir genau wegen diesen Anstrengungen einen höheren Milchpreis haben als bei anderen Käsen». Er ist sich der Rolle der Sortenorganisation Gruyère in dieser ganzen Dynamik und der Verkaufsförderung des Produkts bewusst. «Amerikanische Käseverkäufer haben unseren Betrieb besichtigt. Es war spannend, mit ihnen zu diskutieren und zu sehen, dass wir in der Schweiz etwas ganz Besonderes haben. Solche Aktionen bewirken wirklich etwas im Ausland. Das bereitet Freude», stellt er abschliessend fest.

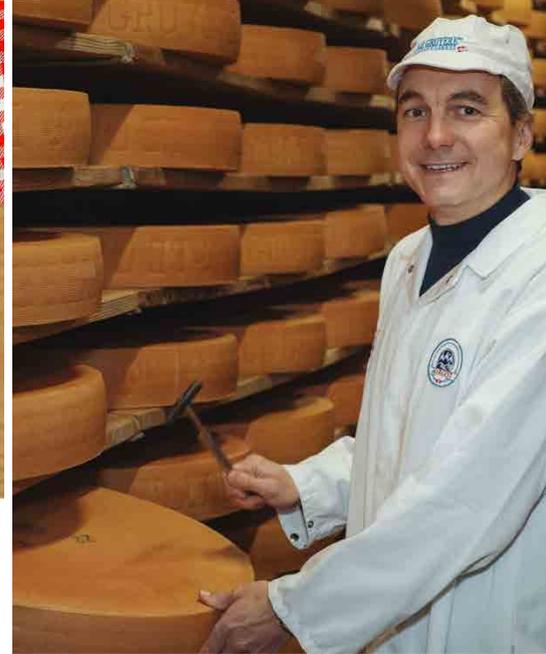
6-7-8 décembre

Pintes ouvertes

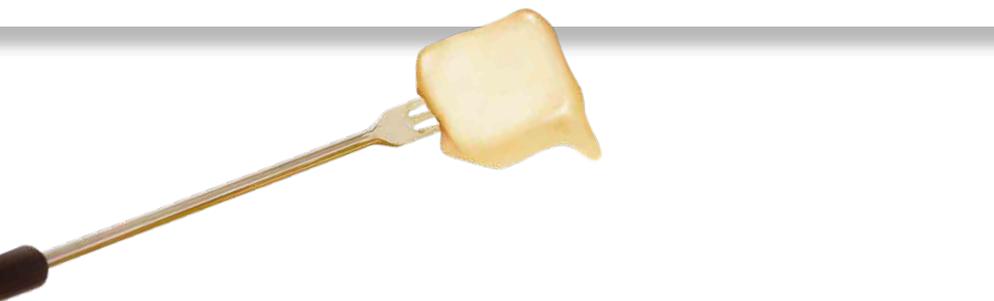
Liste des restaurants: www.gastrovaud.ch et www.pintesouvertes.ch

GASTROVAUD

Avec le soutien de: LE GRUYÈRE AOP VAUDOIS, VAUD+, Val de Saane, oe, BPCV, MOO BITZEN, BCV



Anthony Margot, Affineur aus Yverdon, der 2,3 t reinen Waadtländer Gruyère AOP geliefert hat



Die «Pintes Ouvertes» im Kanton Waadt Ein reines **Gruyère-AOP-Fondue**

GastroVaud verfolgt drei Hauptziele: Ausbildung, Interessenvertretung der Waadtländer Café-, Restaurant- und Hotelbranche und deren Förderung in der Öffentlichkeit. Im Zug seines dritten Ziels hat der Arbeitgeberverband anlässlich seines 125-jährigen Jubiläums im Jahr 2017 beschlossen, die «Pintes Ouvertes» im Waadtland ins Leben zu rufen, um das Angebot der Tage der offenen Weinkeller in der ersten Jahreshälfte zu ergänzen. Der Anlass wurde im Jahr 2018 nach dem Erfolg der ersten Ausgabe wiederholt und wird Ende 2019 erneut stattfinden.

Was sind die «Pintes Ouvertes»?

Das Konzept der Pintes Ouvertes bietet der Öffentlichkeit die Gelegenheit, in über 100 Waadtländer Restaurants ein rundum waadtländisches Menü zu geniessen: ein reines Gruyère-AOP-Fondue, begleitet von einer IGP-Trockenwurst, einem Fondue-Brot vom handwerklichen Bäcker und einem Glas Chasselas aus der Region zum Preis von lediglich CHF 20.-.



Die Aktion verfolgt zwei Ziele. Zum einen sollen die Pintes Ouvertes «für die Konsumenten ein Anlass zum Besuch von Orten zu sein, die sie nicht mehr unbedingt besuchen», erklärt Gilles Meystre, Präsident von GastroVaud. Durch die Verwandlung von Dörfern in Schlafdörfer ist es für die

Waadtländer Gasthöfe und Wirtschaften zunehmend schwieriger geworden, Ihre Kundschaft zu behalten oder neue dazuzugewinnen. «Diese Gastbetriebe sollen durch ein rein waadtländisches Menü in authentischer und freundlicher Atmosphäre in unmittelbarer Nähe bekannt gemacht oder wieder in Erinnerung gerufen werden», führt Gilles Meystre aus. Zum anderen soll der Anlass die Gastronomen dazu bewegen, sich regelmässiger mit lokalen Produkten von handwerklichen Produzenten wie Käsern oder Bäckern aus der Region zu versorgen.

Selbstverständlich ein reines Gruyère-AOP-Fondue!

Gilles Meystre konsumiert seit seiner frühesten Kindheit Gruyère AOP. Ein Käse ohne Schnickschnack, der zu jeder Tageszeit in all seinen Formen Bestandteil von Gerichten sein kann. Er besitzt eine Vorliebe für den gut gereiften Gruyère AOP, der beim Frühstück einen guten Kontrast zu einer süssen Konfitüre bildet. Es ist also nicht verwunderlich, dass der Käse an den «Pintes Ouvertes» einen wichtigen Platz einnimmt.

Das Fondue ist die Grundidee für den Anlass. Damit es jedoch im Einklang mit der Förderung der regionalen Produkte steht, musste es zu 100 % aus Waadtländer Gruyère AOP bestehen. Anfänglich war es gar nicht einfach, eine Mischung anzubieten, die der Öffentlichkeit noch nicht bekannt war. Beim reinen Gruyère-AOP-Fondue



Gilles Meystre, Präsident von GastroVaud, und Staatsrat Philippe Leuba (im Trikot), mit Sponsoren des Anlasses



Pascal Clément, einer der 50 teilnehmenden Bäcker

waren sich nicht alle einig. Manche Wirte, die auf die Moitié-Moitié-Mischung setzen, liessen sich nicht darauf ein. Doch diejenigen, die den Schritt wagten, waren begeistert. «Wir haben mit den Clichés gebrochen, und das ist umso besser», ist Gilles Meystre überzeugt. Der Anlass bot dem Gruyère-AOP-Liebhaber Hochgenuss. «Ich habe noch nie so viel Fondue gegessen innerhalb von drei Tagen!», grinst er.

Hervorragende Organisation

Um Wirte zu gewinnen, wandte sich GastroVaud an sämtliche seiner Mitglieder, unabhängig von der Art ihres Betriebs. Gilles Meystre erklärt: «Wir wollten keine Vorselektion vornehmen, sondern alle Interessierten mitwirken lassen». Letzten Endes waren es hauptsächlich die Gasthöfe und Wirtschaften, aber auch Pop-up-Restaurants, Bauernhöfe und städtische Gastronomiebetriebe, die mitwirkten. 2018 nahmen gegenüber dem Vorjahr 30 % mehr Betriebe an den «Pintes Ouvertes» teil.

Der finanzielle Aufwand für die Wirte kann unter anderem auch dank der Koordination der Logistik durch GastroVaud reduziert werden. Der Verband liefert alle Gruyère-AOP-Produkte, von den Cornichons bis zu den Wurstwaren. Der Wirt muss sich einen Chasselas Jahrgangswein seiner Wahl besorgen und sich mit dem Bäcker absprechen.

Einige Zahlen zum Anlass

Anlässlich der ersten Ausgaben der «Pintes Ouvertes» gingen die Vorräte nach Gilles Meystres Geschmack viel zu schnell aus. Mit der Ausweitung des ursprünglich zweitägigen Anlasses auf drei Tage wurden die Produktmengen für die Ausgabe 2018 verdoppelt. Konkret bedeutet das:

- 2,325 t Gruyère AOP
- 325 kg IGP-Trockenwurst
- 500 Gläser Cornichons
- 5'307 Fondue-Brote
- 10'000 dl Chasselas

Für die Wirte scheint es ein Erfolg gewesen zu sein, denn 96 % von Ihnen haben sich für eine Teilnahme im kommenden Jahr ausgesprochen. Eine Zufriedenheitsumfrage bei ihnen zeigt, dass 89 % die Gruyère-AOP-Mischung als ausgezeichnet (61 %) oder sehr gut (28 %) erachten. Die restlichen 11 % bezeichnen sie als gut. Bereits 2017 lag die Zufriedenheit mit der Mischung bei ehrwürdigen 84 %. Die drei Tage anstelle von zwei sowie die entsprechenden Zusatzmengen scheinen ihren Zweck ebenfalls zu erfüllen. 27 % der Lokale geben an, dass sie Gäste abweisen mussten. Im vergangenen Jahr waren es noch 59 % gewesen. Rund 45 % der Gäste während dieses Anlasses waren den Gastronomiebetrieben nicht bekannt. Das Ziel, neue Kunden anzuziehen, ist also erreicht.

2019 bleibt das Angebot gleich. «Das Rezept scheint zu stimmen. Es gibt also momentan keinen Grund, etwas daran zu ändern», erklärt uns Gilles Meystre.

Die Pintes Ouvertes im Kanton Waadt finden dieses Jahr am Donnerstag, 5., Freitag, 6., und Samstag, 7. Dezember 2019 statt.

« Wir haben mit den Clichés gebrochen, und das ist umso besser! »





Studien zum Gruyère AOP in der Schweiz

Wie denken die Schweizer über den Gruyère AOP?

Das Institut für Wirtschafts- und Sozialforschung MIS Trend führt seit 2001 im Auftrag der Sortenorganisation Gruyère Untersuchungen zum Konsum von Gruyère AOP durch. 2018 wurde eine neue qualitative und quantitative Studie zur Erhebung der aktuellen Situation initiiert. Zu diesem Zweck wurden im Rahmen einer repräsentativen Umfrage bei der Schweizer Bevölkerung über 1'000 Käsekonsumenten interviewt. Die Ergebnisse wurden nach Sprachregion sowie nach Geschlecht, Alter, Bildungsniveau, Einkommen und Häufigkeit des Konsums von Gruyère AOP aufgeschlüsselt.

Käse im allgemeinen

Käse wird laut den Konsumenten zu jeder Tageszeit, vom Frühstück bis zum Mittag- und Abendessen, aber auch als Apéro oder als Snack zwischendurch genossen. Mit Käse werden Momente der Geselligkeit sowie Kindheits- oder Ferienerinnerungen verbunden. Er vermittelt ein gewisses Gefühl von Wärme und Wohlbehagen. Ferner wird ihm ein hoher Gehalt an den Nährwerten Protein und Kalzium zugeschrieben und er wird gerne als Alternative zu Fleisch gesehen. Als negativer Aspekt wird die Intoleranz, insbesondere gegen Laktose, sowie gelegentlich der Preis und der Fett- und Salzgehalt angegeben. Ausserdem wird Käse als kalorienhaltig erachtet.

Die Konsumenten nennen als wichtigstes Merkmal eines Qualitätskäses dessen Geschmack, der einzigartig sein muss. Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Frage der Herkunft. Käse sollte vorzugsweise aus lokaler Herstellung stammen oder seine Herkunft muss klar erkennbar sein. Eine gewisse Rolle spielt auch die Herkunft der Milch und das Wohlbefinden der Kühe. Labels wie AOP oder BIO schaffen Vertrauen. Auch die Produktionsmethode ist von Bedeutung. Gefragt ist traditionell und handwerklich erzeugter Käse, Garant für langjähriges Know-how. Nach Vorstellung der Konsumenten wird Qualitätskäse daher in kleinen Mengen und ohne Zusatzstoffe produziert. Als weiteres Differenzierungsmerkmal kommt der Verkaufsort hinzu. Käse direkt vom Bauernhof oder vom Markt wird als besser erachtet als Käse aus dem Supermarkt. Der äussere Aspekt

des Käses hat hingegen praktisch keinen Einfluss auf dessen Qualitätsbewertung.

Le Gruyère AOP genießt im Vergleich zu anderen Schweizer Käsen eine unübertroffen hohe Bekanntheit. Über 44 % der Konsumenten nannten ihn bei der Frage nach einem Schweizer Hart- oder Halbhartkäse spontan als Erstes. Damit nahm der Anteil gegenüber der vergleichbaren Studie aus dem Jahr 2010 um 7 % zu. Eine Erweiterung der möglichen Antworten hebt diesen Wert gar auf 84 % der Befragten an. Die einzigen Unterschiede zeigen sich bei den Sprachregionen. Während der Gruyère AOP im Tessin nur von 60 % der Befragten genannt wurde und direkt auf den Emmentaler folgt, wurde er von 80 % der Deutschschweizer und 90 % der Westschweizer spontan genannt, was ihn zum Primus unter den Schweizer Käsen macht. Er gilt im Vergleich zu den übrigen Käsen als einzigartig und unvergleichlich. Die gestützte Bekanntheit des Gruyère AOP beträgt 99 %.

Bedeutung des AOP für Konsumenten

85%	Produktqualität	15%
89%	Geografisches Gebiet, eine Region	11%
84%	Produktionsgebiet	16%
81%	Rückverfolgbarkeit von Rohstoffen	19%
77%	Geschichte, eine Tradition	23%
77%	Produktionsweise, Know-how	23%
50%	Handwerkliche Herstellung	50%
47%	Umweltfreundliche Herstellung	53%
45%	Richtige Behandlung von Tieren in der Branche	55%
36%	Faire Bezahlung der Milcherzeuger	64%
27%	Faire Verteilung der Einkommen auf die Branche	73%
10%	Neue Produktionsweise	90%

■ Ja ■ Nein

Das Image des Gruyère AOP

Le Gruyère AOP genießt laut den Befragten, denen spontan kaum Nachteile einfallen, ein hohes Ansehen unter den Schweizer Käsen. Als Hemmschwelle für den Kauf werden der Preis sowie die nach ihrem Dafürhalten vorhandene Laktose genannt. Dies jedoch zu Unrecht, denn der Gruyère AOP enthält wie die übrigen Hartkäse keine Laktose mehr. Sein Hauptvorteil ist sein Status als sicherer kulinarischer Wert, den man immer in der Küche hat und jederzeit genießt.

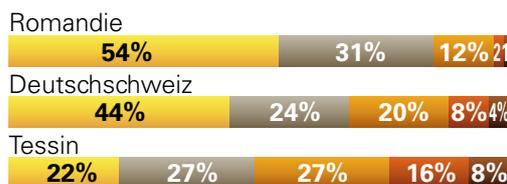
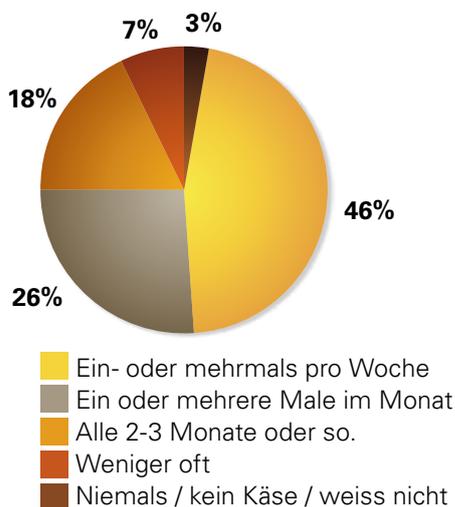
Laut den Konsumenten entsteht die geschmackliche Vielfalt von Gruyère AOP durch die Reifung des Käses. In der Westschweiz achten die Befragten eher auf das Alter und den Salzgehalt als auf den Reifungsgrad. Je älter ein Käse, desto mehr wird er als salzig eingestuft. Le Gruyère d'Alpage AOP ist hingegen kaum bekannt, dennoch können die Konsumenten den Unterschied zu einem traditionellen Gruyère AOP erklären. Die Befragten haben den Eindruck, dass die Haltungsbedingungen der Kühe auf den Alpen besser sind.

Die Bezeichnung AOP – eines von verschiedenen Qualitätszeichen

Generell werden eine Vielzahl der Labels von den Konsumenten erkannt, doch nur wenige von ihnen wissen, was sie genau bedeuten. Zwar ahnen sie, dass diese Labels eine gewisse Garantie für Produktqualität, für die Erfüllung strenger Richtlinien in der Produktherstellung und für mehr Tierwohl bieten, doch haben die Befragten keine ausreichende Kenntnis über die Kontrollmöglichkeiten. Sie räumen ein, sich diesbezüglich auch nicht nach mehr Informationen zu erkundigen. Schweizer Käse genießt ein sehr hohes Ansehen, und dies nach Ansicht der Konsumenten mit oder ohne Label.

Wichtige Kriterien eines Labels sind für die Konsumenten die Garantie einer fairen Entlohnung von Milchproduzenten und kleinen Käsereien sowie einer tierfreundlichen Haltung. Die Haltungsbedingungen in der Schweiz werden im Vergleich zu anderen Ländern als besser beurteilt. Die Befragten wünschen, dass solche Informationen bekannt gegeben werden, da sie für den Kauf entscheidend sein können. Das AOP-Label gehört jedoch ihres Erachtens nicht in diese Kategorie. Es wird eher als Mittel zum Schutz des Produkts im Ausland betrachtet. Das Konzept ist den Befragten, die keine einheitliche Definition geben können, ziemlich unklar. Eine Mehrheit der Befragten gibt an, den Gruyère AOP dann als handwerkliches Produkt

Konsum von Gruyère AOP in der Schweiz



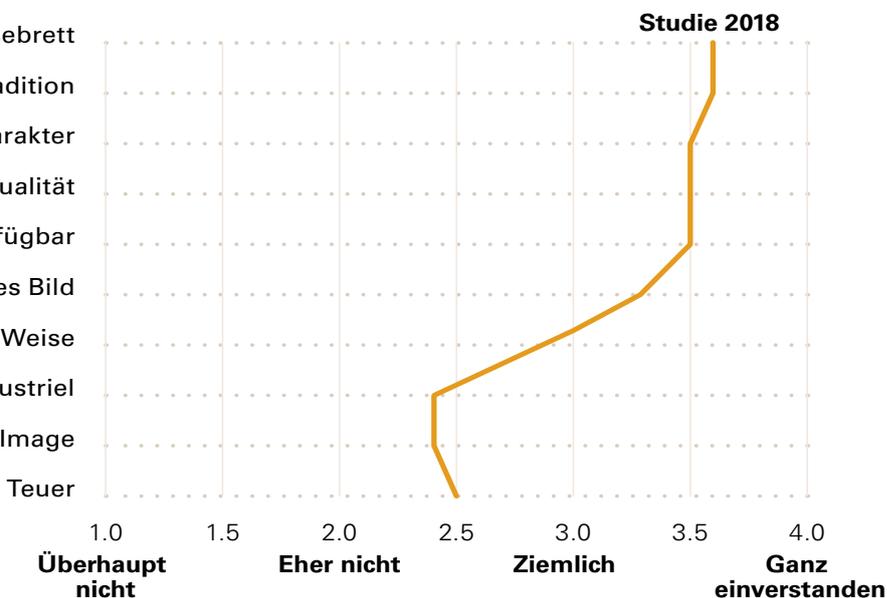
zu betrachten, wenn er in Kleinbetrieben hergestellt und lokal verkauft wird. Sobald Käse im Supermarkt zu haben ist, verliert er seinen handwerklichen Charakter und die Mitwirkung des Menschen im Herstellungsprozess wird in Frage gestellt.

Insgesamt wird das AOP-Label von den Befragten, die es kennen, hauptsächlich (über 70 %) als Gewähr für Produktqualität sowie als Garantie für eine geografische Herkunftsbezeichnung und ein Produktionsgebiet gesehen. Zudem ermöglicht es die Rückverfolgung der Rohstoffe und dient dem Schutz des historischen Erbes und der Tradition sowie der Sicherstellung einer Produktionsmethode und eines anerkannten Know-hows. Dieser letztere Aspekt trifft vor allem auf die Romandie zu (>90 %), aber weniger auf das Tessin (<60 %) und die Deutschschweiz (>40 %). Die AOP-Bezeichnung hat keinen Einfluss auf das Image bei Konsumenten, die nicht wussten, dass der Käse ein solches Label trägt. Seine Schweizer Herkunft macht ihn per se zu einem Qualitätskäse.

Merkmale der Gruyère AOP für Konsumenten

Wir haben es gerne auf unserem Käsebrett

- Aus der Tradition
- Mit Charakter
- Hohe Qualität
- Leicht zu finden, überall verfügbar
- Freundliches Bild
- Hergestellt auf traditionelle Weise
- Industriell
- Modernes, junges, dynamisches Image
- Teuer





Der Konsum von Gruyère AOP

Le Gruyère AOP wird regelmässig vom Frühstück bis zum Abendessen und mehrheitlich mindestens einmal pro Woche gegessen. Die Befragten haben häufig einen kleinen Vorrat davon im Kühlschrank und geniessen ihn in allen möglichen Variationen und zu jeder Gelegenheit, und zwar am liebsten am Stück. Für Käsefondue bleibt der Gruyère AOP die Zutat schlechthin.

Die Auswahlkriterien sind bei allen Konsumenten ähnlich. Jüngere Personen achten jedoch verstärkt auf den Preis und auf Sonderangebote, während ältere Personen ihre Wahl eher von momentanen oder dem Gericht, das sie zubereiten möchten, sowie der geografischen Herkunft des Produkts abhängig machen. Der Reifungsgrad kommt bei der Auswahl eines Gruyère AOP kaum zum Tragen. Auch der ethische Aspekt ist nicht entscheidend. Die Befragten verfügen gemäss eigenen Angaben über zu wenige Informationen, um diesen Punkt in ihre Kriterien einfließen zu lassen. Zu den wichtigsten Kriterien zählen unbestritten der Geschmack (87 % sehr wichtig, 11 % wichtig), gefolgt von der zusatzstofffreien Produktion (35 % sehr wichtig, 34 % wichtig), der Herstellung nach traditioneller (23 % sehr wichtig, 45 % wichtig) und handwerklicher Art (22 % sehr wichtig, 42 % wichtig), den ethischen Standards (22 % sehr wichtig, 42 % wichtig) und der geografischen Herkunft (21 % sehr wichtig, 43 % wichtig).

Jüngere Konsumenten bevorzugen vorverpackten Käse aus dem Supermarkt, während ältere Personen sowohl vorverpackten als auch im Offenverkauf angebotenen Käsen abwechselnd im Supermarkt, der Käserei und auf dem Markt einkaufen. Käse wird generell häufiger im Supermarkt gekauft (70 % oft, 20 % ab und zu). Manche Befragten kaufen ihn oft (15 %) bzw. ab und zu (35 %) beim Lebensmittelhändler und in kleinen Fachgeschäften. Ausserdem wird Käse auch in Molkereien und Käsereien (10 % oft, 27 % ab und zu) und auf dem Markt (7 % oft, 20 % ab und zu) eingekauft. Käse wird praktisch kaum online (94 % nie) oder in anderen Verkaufsstellen wie Tankstellen, Produzenten, Snackautomaten und Metzgereien (91 % nie) gekauft. Die Konsumenten in der Romandie kaufen den Gruyère AOP aufgrund der Nähe des Produktionsgebiets öfters in der

Käserei oder Molkerei. Im Supermarkt wird er häufiger in der Selbstbedienung (45 %) als im Offenverkauf (11 %) erworben. Zahlreiche Konsumenten geben aber an, beide Varianten zu kaufen (44 %). Weiter fällt auf, dass jüngere Personen dazu tendieren, sich in Selbstbedienung mit Gruyère AOP zu versorgen. Diese Tendenz scheint mit zunehmendem Alter zugunsten des offenen Käseeinkaufs abzunehmen. Der Kauf von Gruyère AOP hängt grösstenteils nicht von Sonderangeboten ab. Über die Hälfte der Befragten (63 %) bestätigt, beim Kauf nicht auf Aktionen zu warten.

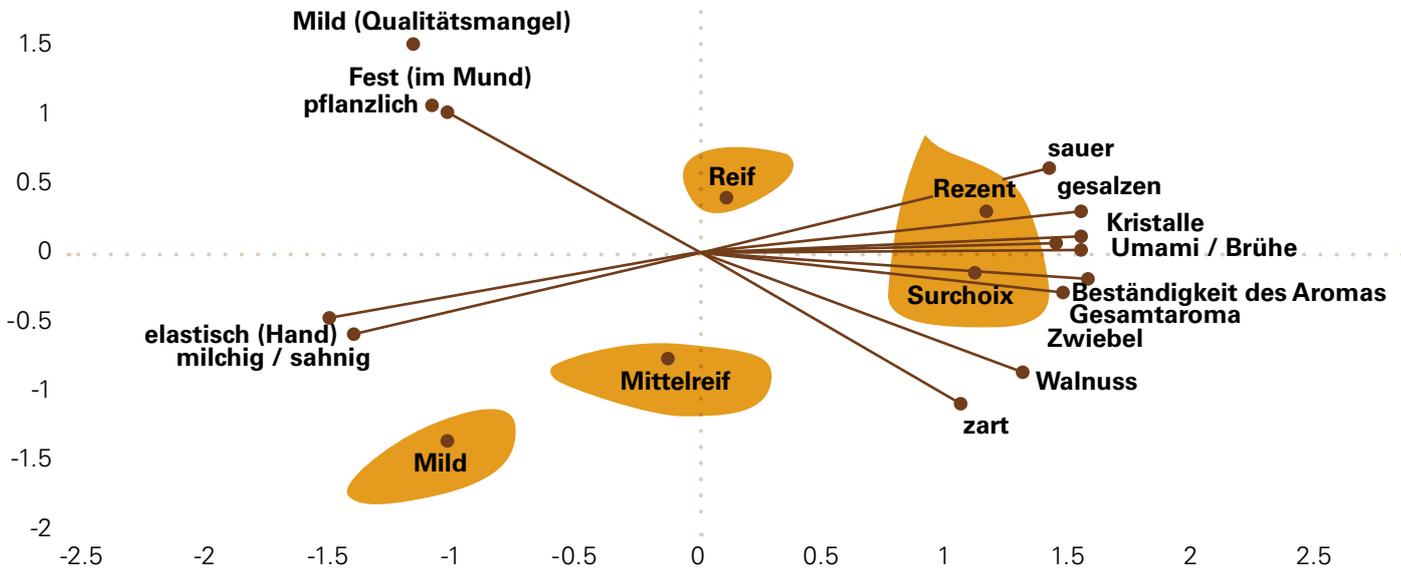
Die Kernpunkte zur Umfrage im Überblick

- Le Gruyère AOP ist der Schweizer Referenzkäse.
- Le Gruyère AOP weist nur wenige Schwächen auf.
- Le Gruyère AOP wird zu jeder Tageszeit, vorzugsweise am Stück genossen.
- Le Gruyère AOP ist die Zutat für Käsefondue schlechthin.
- Der Geschmack ist das wichtigste Kriterium beim Kauf von Käse und erst recht beim Kauf von Gruyère AOP.
- Le Gruyère AOP wird am häufigsten im Supermarkt, und zwar vorwiegend in Selbstbedienung und weniger im Offenverkauf gekauft. Zahlreiche Konsumenten geben jedoch an, beide Einkaufsoptionen zu nutzen.
- Die Konsumenten achten auf Labels, die eine faire Entlohnung der Milchproduzenten und Käser sowie eine tierfreundliche Haltung gewährleisten.
- Die Bezeichnung AOP wird als Schutz einer Region, von Know-how oder einer handwerklichen Tradition wahrgenommen.
- Le Gruyère AOP aus dem Supermarkt wird mit einer industriellen Herstellung konnotiert.

Wie sehen die geschmacklichen Vorlieben der Schweizer Konsumenten aus?

Die Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften (HAFL) in Zollikofen führte 2018 bei über 300 Konsumenten eine Umfrage zur Akzeptanz der verschiedenen Sorten von Gruyère AOP in der Schweiz durch. Mittels Blinddegustationen wurde die Akzeptanz bei verschiedenen Konsumentengruppen mit ähnlichen Merkmalen ermittelt.

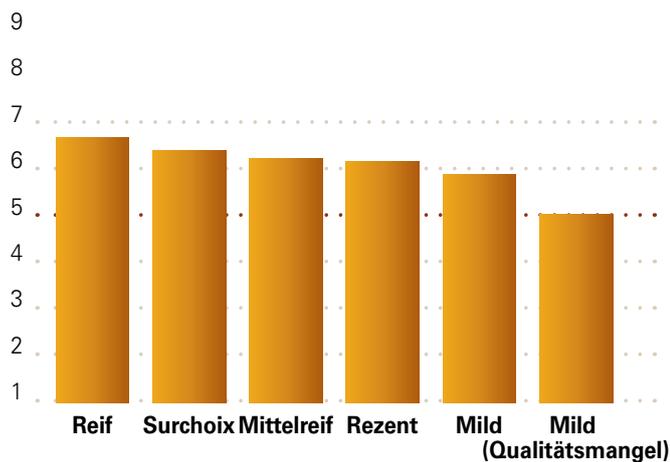
Sensoriellen Eigenschaften von Gruyère AOP



Zuerst wurden die Produkte einem Gremium aus Käseexperten von Agroscope in Liebefeld zwecks Bestimmung der sensorischen Eigenschaften insbesondere in Bezug auf Geschmack und Textur zur Degustation vorgesetzt. Folgende Sorten von Gruyère AOP wurden getestet: Reifegrad Mild (6 Monate), Mild (Qualitätsmangel) (6 Monate, mit Taxationsschnitt von weniger als 18 Punkten), Mittelreif (9 Monate), Reif (11 Monate), Surchoix (13 Monate) und Rezent (16 Monate).

Gesamtbewertung von Gruyère AOP

Le Gruyère AOP Reif wurde von allen Konsumenten auf einer Skala von 1 bis 9 am besten bewertet (6,71). Die Sorten Surchoix (6,39), Mittelreif (6,19) und Rezent (6,10) schnitten mit ähnlichen Werten gut ab. Die Bewertung der Variante Mild (5,78) ist unterdurchschnittlich, während jene der Variante Mild (Qualitätsmangel) (4,78) deutlich hinter den übrigen Sorten zurückliegt.



Zwei Konsumentengruppen

Die Würzigen

Die erste Gruppe von 180 Befragten erhielt den Namen die «Würzigen» und besteht aus Personen mit einer besonderen Vorliebe für Reif, Rezent und Surchoix-Sorten. Die Varianten Mild und Mild (Qualitätsmangel) entspricht ihnen nicht.

Sie sind mit den verschiedenen Käsesorten vertraut und können diese gut voneinander unterscheiden. Beim Gruyère AOP legen sie vor allem Wert auf eine salzige Note, ein ausgeprägtes Aroma und eine gute Länge im Abgang. Sie achten ausserdem auf eine mässige Elastizität sowie auf die Präsenz von Salzkristallen. Insgesamt sind die Personen dieser Gruppe eher jünger (Durchschnittsalter = 48 Jahre) und verfügen über eine berufliche Position mit einem leicht überdurchschnittlichen Monatseinkommen. Sie geniessen den Gruyère AOP am liebsten am Stück und bevorzugen den Reif (11 Monate).

Die nicht so Rezenten

Die zweite Gruppe setzt sich aus 144 Befragten zusammen und trägt den Namen die «nicht so Rezenten». Sie bevorzugen gleichermassen die Sorten Mild, Mittelreif und Reif. Die Variante Mild (Qualitätsmangel) ist weniger beliebt. Le Gruyère AOP Surchoix und Rezent mögen sie weniger. Diese schmecken ihnen aufgrund der enthaltenen Salzkristalle zu salzig. Die Konsumenten dieser Gruppe sind etwas älter (Durchschnittsalter = 53 Jahre) und haben ein leicht tieferes Einkommen als die Befragten der anderen Gruppe. Le Gruyère AOP wird von ihnen eher gerieben oder zum Gratiniert verwendet.

Die Kernpunkte zur Umfrage im Überblick

- Le Gruyère AOP mit einer Reifezeit von 11 Monaten scheint von den Konsumenten bevorzugt zu werden.
- Es können zwei Konsumentengruppen unterschieden werden: Die «Würzigen» einerseits mit einer Vorliebe für reifere Käse und die «nicht so Rezenten» andererseits, die eher die etwas weniger reifen Käse bevorzugen.
- Bezüglich Geschmack lassen sich weder regional (Deutschschweiz vs. Westschweiz) noch geschlechtsbezogen (Frauen vs. Männer) erhebliche Unterschiede feststellen.
- Die Konsumenten bemerken zwar die minderwertige Qualität von Gruyère AOP Mild (Qualitätsmangel), finden ihn aber nicht schlecht.
- Die für die Qualitätsbeurteilung von Gruyère AOP (Taxation) herangezogenen Kriterien werden durch diese Studie bekräftigt.



Studien zum Gruyère AOP im Ausland

Wie wird der Gruyère AOP in Belgien konsumiert?

Laut einer in 2016 von der *Gesellschaft für Konsumforschung (GfK)*, dem grössten Institut für Marktforschung und Marketing-Audit in Deutschland, durchgeführten Studie wird der Gruyère AOP überwiegend in der Region Brüssel gekauft. Hauptkäufer sind Personen im Alter von mehrheitlich über 50 Jahren (67,2 % des Kaufvolumens). Im Ausland gilt der Gruyère AOP

geachtet. Ferner wurden nur Personen mit mittlerem bis höherem Durchschnittseinkommen berücksichtigt. Le Gruyère AOP wird von der Hauptkonsumentengruppe in all seinen Variationen mindestens zweimal pro Monat und von den Konsumenten, die andere Käse vorziehen, ab und zu genossen.

Die Befragten betrachten Käse generell als gesundes Produkt, dies im Gegensatz zu Fleisch, das in den letzten Jahren immer mehr in Verruf geraten ist. Er wird daher gerne als Fleischersatz

Wahrnehmung der Gruyère AOP in Belgien



als Premium-Qualitätsprodukt und ist daher eher teuer. Bei den Käufern handelt es sich daher mehrheitlich um Personen mit einer durchschnittlichen bis hohen Kaufkraft (>72,9 % des Kaufvolumens).

Auf Grundlage dieser ersten Daten wurden in den drei Städten Brüssel, Lüttich und Antwerpen Diskussionen durchgeführt. 42 Teilnehmer wurden angewiesen, ein Tagebuch über ihre Käseessgewohnheiten zu führen, um danach in die verschiedenen Gruppen einbezogen zu werden. Bei ihrer Auswahl wurde auf eine repräsentative Verteilung nach Alter und Geschlecht

verwendet. Käse wird als ein authentisches Produkt wahrgenommen, dessen Herstellung hinsichtlich Know-how und Tradition als kontrollierbar gilt. Er kann zu jeder Tageszeit genossen werden und lässt sich in all seinen Variationen vielfältig zubereiten.

Zwei Konsumentengruppen

Die Novizen

Zu den Novizen gehören Konsumenten im Alter zwischen 18 und 40 Jahren. Sie schätzen eher Standardkäse, den sie regel-

mässig geniessen, und wechseln nicht zu anderen Angeboten. Ihre Einkäufe tätigen sie vorwiegend in den Supermärkten. Sie sind offen für Empfehlungen zu den möglichen Kombinationen mit dem Produkt und interessieren sich für den Geschmack von Käse. Sie wünschen sich kurze und kompakte Informationen über seine Herkunft und suchen nach Rezeptideen, um den angebotenen Käse in den Gerichten optimal einzusetzen.

Die Neugierigen

Die Neugierigen sind um die 40 Jahre alt. Sie verfügen über einen differenzierten Geschmackssinn und nehmen die subtileren Noten von Käse wahr. Sie haben eine Vorliebe für charakterstarken Käse. Die Befragten dieser Konsumentengruppe sind sehr offen für neue Sorten. Sie interessieren sich für detailreichere Informationen zum Produkt wie Herstellung, Know-how, Traditionen und historisches Erbe. Ferner legen sie grossen Wert auf die Herkunft und achten auf entsprechende Label-Angaben. Sie ziehen raffiniertere Rezeptideen vor und kaufen lieber in den Fachgeschäften oder auf dem Markt ein.

Le Gruyère AOP in Belgien

Werden die Konsumenten auf die Verpackung von Gruyère AOP angesprochen, so richten sie ihre Aufmerksamkeit zuerst auf die Marke des Vertreibers und erst danach auf den Gruyère AOP an sich. Es sind also die Marke und das Erscheinungsbild des Käses, die für den Kauf bestimmend sind. Diese Tatsache macht auf dem belgischen Markt, wo Produkte hauptsächlich vorverpackt und unter der Handelsmarke angeboten werden, durchaus Sinn.

Die Bezeichnung Gruyère AOP weckt bei den Befragten unmittelbar starke Assoziationen an Tradition und Handwerkskunst. Die Schweizer Herkunft unterstreicht das positive Qualitätsimage des Produkts. Die Gruppe der Neugierigen verbindet Gruyère AOP mit einem ausgeprägten, kräftigen und charaktervollen Geschmack sowie mit einer hochwertigen Textur. Einige Befragte geben den Preis des Gruyère AOP als gelegentliches Kaufhemmnis an. Der Slogan «von Natur aus laktosefrei» wird von den Befragten negativ wahrgenommen. Mit dieser Aussage büsst der Käse seine Authentizität und seinen handwerklichen Charakter ein, da sie laut den Befragten unweigerlich auf einen künstlichen Eingriff in das Herstellungsverfahren des Käses schliessen lässt.

Im Supermarkt gekaufter Gruyère AOP wird als industriell gefertigtes und geschmackärmeres Produkt eingestuft. Aus Gründen wie bessere Erreichbarkeit, Zeitersparnis, umfassenderes Sortiment, Preisvorteil und bessere Haltbarkeit kaufen ihn die Konsumenten aber dennoch im Supermarkt. Nach Ansicht der Konsumenten ist Käse aus dem Offenverkauf frischer. Sie schätzen die Möglichkeit, Käse probieren zu können und sich beraten zu lassen, ebenso wie die Produktauswahl und die frei wählbaren Mengen. Das grösste Hemmnis stellt ihre Unkenntnis dar. Die Befragten schätzen den Einkauf beim Käsehändler wegen des Vertrauensverhältnisses, der kompetenten Beratung und der persönlichen Bedienung. Ganz besonders schätzen sie die angenehme Atmosphäre im Fachgeschäft, die Produktvielfalt und –frische sowie die Möglichkeit zur freien Wahl der Menge. Die wichtigsten Hürden für einen Kauf beim Fachhändler sind die Erreichbarkeit und der Preis.

Das primäre Kriterium für den Käsekauf ist der Geschmack. Kennzeichnungen des Typs AOP sind nur der Gruppe der Neugierigen bekannt, die das Siegel als Hinweis auf die Produktherkunft verstehen.

Degustation von Gruyère AOP

Bei der Degustation des Gruyère AOP Classic (mild) schätzte die Gruppe der Novizen seinen leicht kräftigen Geschmack, der sich gut mit zahlreichen kalten und warmen Speisen kombinieren lässt, den lang anhaltenden Abgang, seine cremige Textur und sein ausgeprägtes Aroma. Die Neugierigen schätzten ebenfalls seinen Geschmack, seine Länge im Abgang und die Tatsache, dass er sich leicht mit anderen Produkten kombinieren lässt. Die Degustation entsprach indessen nicht ihren Erwartungen.

Le Gruyère AOP Réserve (10 Monate) ist der Favorit beider Gruppen, die ihn als eine Geschmacksexplosion beschreiben. Diese Variante von Gruyère AOP passt am besten zu ihren Essgewohnheiten. In ihrer Vorstellung gehört er in eine Käseauswahl auf einer Platte und wird mit einem Glas Wein oder einem feinen Bier genossen. Er wird auch als vollwertiger Fleischersatz gesehen.

Le Gruyère d'Alpage AOP wird von beiden Gruppen am wenigsten geschätzt. Sein Geschmack wird als zu kräftig und pikant betrachtet.

Die Kernpunkte zur Umfrage im Überblick

- Le Gruyère AOP wird häufiger in Brüssel konsumiert.
- Seine Hauptkonsumenten sind Personen mit gutem Einkommen, die sich den vergleichsweise eher teuren Käse leisten können.
- Käse ist ein geeigneter Fleischersatz.
- Le Gruyère AOP ist weniger bekannt als die Vertriebsmarken auf den Verpackungen.
- Le Gruyère AOP geniesst ein Image, das für Tradition und Know-how steht.
- Der Slogan «von Natur aus laktosefrei» wird eher negativ interpretiert.
- Die Konsumenten kaufen Käse bequemer im Supermarkt.
- Der Geschmack ist das wichtigste Kriterium für den Kauf von Käse und somit auch von Gruyère AOP.
- In der Blinddegustation schneidet der Gruyère AOP Réserve besser ab als der junge Gruyère AOP Classic.



Wie wird der Gruyère AOP in Frankreich konsumiert?

Die Franzosen und der Käse

Das französische Meinungsforschungsinstitut Ipsos führte 2017 zwei qualitative Studien bei Konsumenten, Käsereien und Verkaufspersonal in Fachgeschäften sowie eine quantitative Studie über den Konsum von Gruyère AOP in Frankreich durch.

Gemäss der qualitativen Studie wird Käse generell in immer vielfältigerer Form und zu jeder Gelegenheit konsumiert. Vor

und Rückverfolgbarkeit und zeigen ein positives Interesse an BIO-Produkten. Doch diese Nachfrage lässt sich aufgrund des knappen Angebots nur schwer abdecken. Die Ergebnisse belegen zudem die Offenheit der Konsumenten gegenüber neuen sowohl unüblichen als auch lokalen Sorten wie Spezialitätenkäse oder ausländischem Käse, die sie gewöhnlich weniger konsumieren.

Die Konsumenten in Frankreich sind mit den Bezeichnungen AOC/AOP gut vertraut. Diese verschaffen Gewissheit und werden als Garantie für Qualität, Rückverfolgbarkeit, Echtheit sowie für die Erfüllung von gesundheitlichen und ethischen Standards an den lokalen Arbeitsplätzen angesehen. Die befragten Experten bestätigen diese Tendenz bei ihren Kunden. Das französische IGP-Siegel ist hingegen praktisch unbekannt.

Wahrnehmung der Gruyère AOP in Frankreich



Le Gruyère AOP in Frankreich

Generell haben weniger käseerfahrene Konsumenten Mühe, zwischen Gruyère AOP und französischem Gruyère IGP oder Emmentaler zu unterscheiden. Diese Konfusion hat zur Folge, dass der Käse fälschlicherweise als Standardprodukt von durchschnittlicher Qualität beschrieben wird, das vor allem Kinder lieben. Er wird oft mit den kleinen Trickfilm-Mäusen und mit Löchern assoziiert. Die Käsehändler sind darum bemüht, ihre Kunden über die unterschiedlichen Sorten (Comté AOP, Beaufort AOP, Schweizer Gruyère AOP) dieser von den Kunden gemeinhin als «Gruyère» bezeichneten Kategorie aufzuklären. Vom Verkaufspersonal der Käsetheken wird «französischer Gruyère», «Schweizer Gruyère» oder auch «Gruyère mit Löchern» angeboten. Über den Namen Gruyère AOP als Marke herrscht in Frankreich weitgehend Unkenntnis. Sowohl

allein Kochsendungen tragen zur Ausweitung solcher neuen Konsumformen bei, die vom traditionellen Käseteller vor dem Dessert abweichen. Die Befragten schätzen zwar den hohen Kalziumgehalt und Sättigungseffekt von Käse, vergessen dabei aber nicht, dass er sehr kalorienreich ist. Die Konsumenten achten zudem sehr auf die Herkunft und die Qualität von Käse.

Diese Ergebnisse decken sich mit den Aussagen der befragten Käser und Mitarbeitenden der Käsetheken, die eine steigende Sensibilität der Kunden für die Herkunft der Produkte bemerken. Die Kunden legen Wert auf die Echtheit

die Konsumenten als auch die Experten sprechen lieber von «Schweizer Gruyère AOP».

Gemäss der quantitativen Umfrage bei über 500 Personen erzielt der Gruyère trotz dieser Verwirrung eine sehr hohe gestützte Bekanntheit von 96 % bzw. eine ungestützte Bekanntheit von 24 %. 78 % der Befragten geben an, den «Schweizer Gruyère AOP» zu kennen. Beim «französischen Gruyère IGP» sind es 88 %. Davon bezeichnen sich nur 41 % als regelmässige Käufer von Gruyère AOP, während 16 % in den letzten 6 Monaten davon gekauft haben. 64 % der

Konsumenten sind der Auffassung, dass er schweizerischen Ursprungs ist.

Le Gruyère AOP wird von über 50 % der Befragten als aromatischer Käse aus handwerklicher Produktion beurteilt, der jedoch in den Verkaufsregalen nicht leicht zu finden ist. Auch die Werbekampagnen scheinen in den Köpfen der Konsumenten nicht verankert zu sein. Überdies wird der Gruyère AOP als teuer empfunden, im Gegensatz zum Comté, der in den Geschäften leichter erhältlich ist.

Le Gruyère AOP genießt trotz seiner geringeren Bekanntheit ein ausgesprochen positives Ansehen (79 %) bei seinen Konsumenten, die besonders seinen Geschmack schätzen. Letztere verbinden Le Gruyère AOP mit Know-how sowie mit angenehmen Momenten der Geselligkeit, Raffinesse, handwerklicher Qualität, natürlichen Bestandteilen und Tradition. Besonders positiv wird seine Authentizität hervorgehoben.

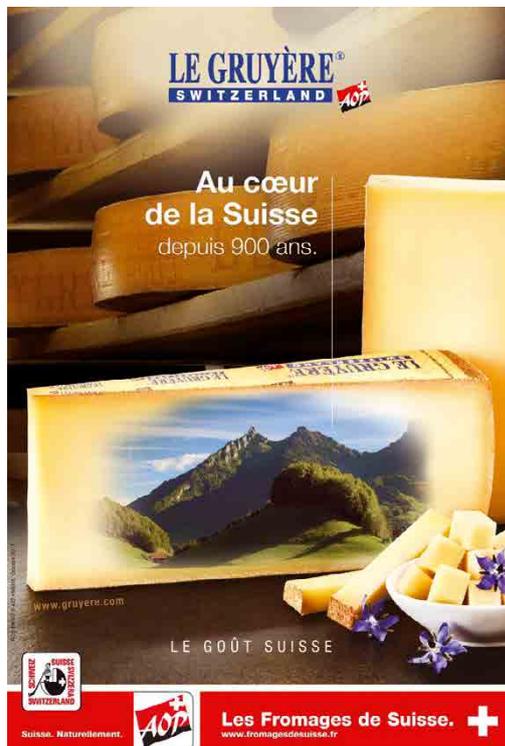
Aus der Blinddegustation in der Konsumentengruppe der qualitativen Studie ging Le Gruyère AOP als klarer Sieger unter den Käsesorten wie Comté AOP, Beaufort AOP, französischer Gruyère IGP oder Emmentaler hervor. Von den beiden Spezialitäten Gruyère d'Alpage AOP und Gruyère AOP Réserve wird generell eher Ersterer bevorzugt.

Die Teilnehmenden essen Le Gruyère AOP vorzugsweise auf einer Käseplatte oder als Snack für Zwischendurch. In gekochten Speisen wird er weniger gern verwendet, um seinen Geschmack nicht zu verfälschen. Einzig die Kochliebhaber gestehen, ihn als Geschmacksgeber zu faden Zutaten oder für einen raffinierten Salat zu verwenden. Diese Ergebnisse werden von den quantitativ befragten Personen bestätigt: 73 % gibt an, ihn am Stück zu genießen, und 71 % legen ihn gerne auf eine Käseplatte, sei es zum Mittag- oder zum Abendessen.

Die Kernpunkte zur Umfrage im Überblick

- Le Gruyère AOP steht für:
 - Know-how
 - Geselligkeit
 - Handwerkliche Qualität
 - Aromatische Feinheit
 - Natürliche Zutaten
 - Tradition
 - Eine garantierte Herkunft
 - Und vor allem... für Echtheit!
- Der Käse wird zu jeder Tageszeit und Gelegenheit genossen.
- Herkunft und Qualität von Käse sind wichtige Kriterien für dessen Kauf.
- Le Gruyère AOP wird oft mit anderen Käsesorten wie Emmentaler, Comté AOP und dem französischen Gruyère IGP verwechselt.
- Le Gruyère AOP gilt als teuer und schwer erhältlich.
- In der Blinddegustation schneidet der Gruyère AOP am besten ab.

Werbekampagne in Frankreich



Verkaufsförderungs- und Marketingschwerpunkte

Die Sortenorganisation Gruyère (IPG) ist über das Gesamtergebnis dieser Studien erfreut. Sein Geschmack und sein Image machen den Gruyère AOP für die Konsumenten zu einem Spitzenkäse. Nichtsdestoweniger muss die Information weiter verbessert werden.

Die IPG wird Le Gruyère AOP weiterhin als ein Produkt fördern, das für starke Werte steht, die seinen handwerklichen und natürlichen Charakter untermauern – egal ob er in der Molkerei oder im Supermarkt angeboten wird. Das Know-how der Akteure der Branche, vom Milchproduzenten über den Käser bis hin zum Affineur, bleibt das Herzstück der Produktherstellung und folglich auch der Produktkommunikation.

Um diesen letzteren Aspekten mehr Gewicht zu verleihen, wird die IPG verstärkt auf das Image setzen, das die Bezeichnung AOP transportiert. So garantiert das Label nicht nur für ein streng abgegrenztes Produktionsgebiet, sondern auch für Produktqualität, Tradition, Know-how und historisches Erbe.

Der grafische Auftritt muss konsequent und konsistent umgesetzt werden. Ziel ist, die Marke Gruyère AOP sowohl in der Schweiz als auch im Ausland weiter zu stärken.

Die kontinuierliche Ausarbeitung neuer Rezepte trägt dazu bei, dem Gruyère AOP einen festen Platz als wichtiger Bestandteil zu jeder Mahlzeit und als willkommene Abwechslung zu verschaffen. Wie die diversen Studien zeigen, wird der Gruyère AOP zu jeder Gelegenheit und in allen Variationen genossen. Mit den neuen Rezeptvorschlägen werden die Konsummöglichkeiten für Gruyère AOP neben dem Genuss am Stück oder als Fondue ergänzt und erhöht.

Le Gruyère AOP beteiligt sich an grossen Veranstaltungen

April bis Dezember 2019

Mille Gruyère

Le Gruyère AOP unterstützt über den «Mille Gruyère» junge Athleten. Die regionalen Finale werden zwischen dem 3. März und dem 8. September 2019 ausgetragen. Junge Läufer bis 15 Jahre können sich so für das Schweizer Final am 22. September 2019 in Locarno qualifizieren.

www.mille-gruyere.ch/de

BCN Tour

Zwischen dem 24. April und 29. Mai wird jeden Mittwoch eine neue Etappe dieses vom Gruyère AOP unterstützten Laufs im Waadtland in Angriff genommen. Mit dem BCN Kid's Tour gibt es auch einen speziellen Lauf für Kinder. Beim BCN Walking messen sich die Fans des Nordic Walking ohne Schlussklassement.

www.sportplus.ch/bcn-tour

BEA

Vom 26. April bis 5. Mai 2019 findet in Bern die BEA, «die Berner Frühlingsmesse», statt.

www.beapferd.ch

LUGA

Die LUGA findet vom 26. April bis 5. Mai 2019 in Luzern statt.

www.luga.ch

Weltmeisterschaft von Brüssel

Aigle ist dieses Jahr Austragungsort der 26. Weltmeisterschaft von Brüssel. Mehrere tausend Weine von Produzenten aus der ganzen Welt werden für diesen Wettbewerb eingereicht. Die Degustationen finden vom 2. bis 5. Mai 2019 im World Cycling Centre statt. Le Gruyère AOP wird anwesend sein.

www.concoursmondial.com

Tage der offenen Weinkeller im Waadtland

Vom 8. bis 9. Juni 2019 ist der Gruyère AOP präsent an den Tagen der offenen Weinkeller im Waadtland, die Gelegenheit zur Degustation erstklassiger regionaler Weine bieten.

www.ovv.ch/caves-ouvertes

Summer Fancy Food Show

Vom 23. bis 25. Juni 2019 ist der Gruyère AOP mit einem Stand an der grossen Lebensmittelmesse «Fancy Food Show» in New York vertreten. Fachleute aus dem Lebensmittelbereich werden dort Gruyère AOP in verschiedenen Reifegraden sowie das köstliche Fondue moitié-moitié degustieren können.

www.specialtyfood.com/shows-events/summer-fancy-food-show

Mondial du Chasselas

Vom 28. bis 29. Juni 2019 wird der Gruyère AOP am Mondial du Chasselas im Schloss Aigle vertreten sein, wo die besten Chasselas der Welt ausgezeichnet werden.

www.mondialduchasselas.com

100-jähriges Jubiläum der FVJC

Vom 3. bis 21. Juli 2019 unterstützt der Gruyère AOP die 100-Jahr-Jubiläumfeier der Fédération Vaudoise des Jeunes

Campagnardes (Waadtländer Landjugend) in Savigny. Zu den Festlichkeiten werden sich sämtliche Mitglieder des FVJC versammeln: Junge und Ehemalige, die Gruppen aus dem Giron du Nord, Giron du Pied-du-Jura, Giron de la Broye und Giron du Centre.

www.savigny2019.ch

Athletissima

Am Freitag, 5. Juli 2019, findet in Lausanne das Internationale Athletikmeeting statt. Es gehört zur Diamond-League-Weltklasse-Serie, die vom Weltathletikverband IAAF veranstaltet wird.

www.athletissima.ch

Berglauf-Europameisterschaften

Der Schweiz fällt die Ehre zu, am Sonntag, 7. Juli 2019, in Zermatt Gastgeberin der Berglauf-Europameisterschaften zu sein. Le Gruyère AOP ist mit von der Partie an diesem Grossanlass. Auch anlässlich des Zermatt Marathon vom 6. Juli ist der Gruyère AOP vor Ort.

Die Werbung für den Gruyère AOP schmückt das ganze Jahr über die Elektrobusse in Zermatt.

www.zermatt.ch/Media/Veranstaltungen/Berglauf-Europameisterschaften-2019

U23-Leichtathletik-Europameisterschaften

Vom 11. bis 14. Juli dieses Jahres finden im schwedischen Gävle die Leichtathletik-Europameisterschaften der unter 23-Jährigen statt. Le Gruyère AOP unterstützt die jungen Sportler.

www.gavle2019.com

slowUp la Gruyère

Le Gruyère AOP unterstützt die regionale Veranstaltung für Hobbyvelofahrer. Der nächste slowUp la Gruyère findet am 14. Juli 2019 statt.

www.slowup.ch/gruyere/de

U20-Leichtathletik-Europameisterschaften

Le Gruyère AOP unterstützt auch die unter 20-jährigen Athleten anlässlich der Leichtathletik-Europameisterschaften vom 18. bis 28. Juli 2019 im schwedischen Borås.

www.boras2019.com

Winzerfest

Die Fête des Vignerons findet dieses Jahr vom 18. Juli bis 11. August statt und wird vom Gruyère AOP unterstützt. Dieses weltweit einzigartige Fest wird von der Confrérie des Vignerons organisiert und findet einmal jährlich in Vevey statt.

www.fetedesvignerons.ch

Paléo Festival

Le Gruyère AOP bleibt dem Paléo Festival mit seinem Hot-Fondue-Stand treu. Vom 23. bis 28. Juli 2019 wartet Nyon wieder mit Konzerten auf.

www.paleo.ch

Leichtathletik-Team-Europameisterschaft

Im Rahmen seines umfassenden Engagements für Athletik in Europa ist der Gruyère AOP Sponsor der Leichtathletik-Team-Europameisterschaft, die vom 9. bis 11. August 2019 in



Bydgoszcz, Polen, stattfindet.

www.bydgoszcz2019.pl/en

Groupe E Tour

Jeden Mittwoch vom 14. August bis 11. September 2019 findet eine neue Etappe dieses Freiburger Laufs statt, der vom Gruyère AOP unterstützt wird. Kinder können in einem eigens für sie veranstalteten Rennen, der Kid's Tour La Liberté, um die Wette laufen. Fans des Nordic Walking ziehen ohne Schlussklassement los zur Groupe E Walking Tour.

www.sportplus.ch/groupe-e-tour

Leichtathletik Schweizer Meisterschaften

Le Gruyère AOP ist Partner dieser grossen Sportveranstaltung in Basel vom 23. bis 24. August.

<https://www.swiss-athletics.ch/fr/competitions/manifestations/championnats/championnats-2019/>

Weltklasse

Das Diamond-League-Weltklasse-Athletikmeeting findet am 29. August 2019 in Zürich statt. Ausserdem wird der Gruyère AOP am 27. und 28. August am Stabhochsprung-Wettkampf im Hauptbahnhof Zürich zugegen sein. Im Vorprogramm des internationalen Meetings vom 29. August 2019 steht das «MILLE GRUYÈRE»-Verfolgungsrennen. Eine einmalige Gelegenheit für junge Läufer, vor vollen Rängen über die Tartanbahn im Letzigrund zu sausen!

<https://zurich.diamondleague.com/info/weltklasse-zuerich-2019>

Open Bike

Le Gruyère AOP ist Sponsor des Mountainbike-Rennens in Grandvillard. Die 30. Ausgabe des Anlasses findet vom 13. bis 14. September statt.

www.openbike.ch

Cheese Festival Foire de Bra

Das Cheese Festival findet vom 20. bis 23. September im norditalienischen Bra statt. Die Besucher werden den Gruyère AOP in verschiedenen Reifegraden probieren können.

www.cheese.slowfood.it

Foire du Valais

Vom 27. September bis 6. Oktober 2019 wird der Gruyère AOP an der Foire du Valais in Martigny vertreten sein. Sie werden am Stand Gruyère AOP in verschiedenen Reifegraden probieren können.

www.foireduvalais.ch

Übergabe der Qualitätsauszeichnungen der Sortenorganisation Gruyère

Am 2. Oktober 2019 feiern wir die Bestnoten der Käser an der Taxation über fünf Jahre. Eine Sonderausgabe des L'oiseau wird im Oktober über die Highlights dieser Veranstaltung berichten.

Anuga

Le Gruyère AOP wird mit einem Stand an der Messe der Lebensmittel- und Getränkeindustrie in Köln, Deutschland, vertreten sein. Sie wird als grösste und wichtigste Messe in diesem Bereich erachtet und findet vom 5. bis 9. Oktober 2019 statt.

www.anuga.de

OLMA

Le Gruyère AOP wird vom 10. bis 20. Oktober 2019 an der OLMA, der grossen Messe in St. Gallen, mit einem Stand vertreten sein.

www.olma.ch

Messe «Goûts et Terroirs»

Besuchen Sie den Gruyère AOP an der Schweizer Gastromesse «Goûts et Terroirs» in Bulle vom 30. Oktober bis 3. November 2019.

www.gouts-et-terroirs.ch

Les Automnales

Vom 8. bis 17. November 2019 findet im Genfer Palexpo die Herbstmesse «Les Automnales» mit Teilnahme des Gruyère AOP statt.

www.automnales.ch

Le Gruyère AOP European Curling Championships

Le Gruyère AOP ist Sponsor der Curling-Europameisterschaft, die dieses Jahr vom 15. bis 23. November 2019 im schwedischen Helsingborg stattfindet.

Die Fondue-Weltmeisterschaft

Versuchen Sie anlässlich der Fondue-Weltmeisterschaft vom 16. November 2019 in Tartegnin das beste Fondue mit Gruyère AOP zuzubereiten.

www.mondialfondue.com

Langlauf-Weltcup

Le Gruyère AOP ist Sponsor des Langlauf-Weltcups, der von Ende November 2019 bis Ende März 2020 ausgetragen wird. Die «Tour de Ski» macht Halt in der Schweiz, Deutschland und Italien.

www.fis-ski.com/cross-country

«Pintes Ouvertes» im Kanton Waadt

Geniessen Sie anlässlich der «Pintes Ouvertes» im Kanton Waadt vom 5. bis 7. Dezember 2019 ein reines Gruyère-Fondue begleitet von verschiedenen Produkten aus dem Freiburgerland.

www.pintesouvertes.ch

SPAR European Cross Country Championships

Im Rahmen des Sponsorings der Leichtathletik-Europameisterschaften unterstützt der Gruyère AOP auch die Cross-Country-Wettkämpfe. Die Athleten messen sich dieses Jahr am 8. Dezember in Lissabon, Portugal.

Rezepte



Grünpargel-Panna Cotta mit Gruyère AOP-Spänen

Zubereitungszeit: 30 Min.

Backzeit: 20 Min.

Zutaten für 4 Personen:

3 dl Rahm 35%
250 g Grünpargeln
50 g Gruyère AOP, gerieben
Einige Gruyère-Späne für die Dekoration
2 Teelöffel Agar-Agar oder 4 Gelatineblätter
Salz, Pfeffer

Zubereitung:

- Grünpargeln rüsten und in Salzwasser kochen.
- Abgekühlte Spargeln pürieren.
- Milch leicht erwärmen und den geriebenen Gruyère AOP dazugeben, rühren bis der Gruyère AOP geschmolzen ist.
- Agar-Agar dazugeben und mit dem Spargelpüree sowie der Gruyère-AOP-Creme vermischen.
- In kleine Gläser anrichten. 12 Stunden in den Kühlschrank stellen.
- Gläser auf einen Teller mit Salat stellen und mit Gruyère AOP-Spänen garnieren. Sofort geniessen.



Börek mit Spinat, Pinienkerne und Gruyère AOP

Zubereitungszeit: 20 Min.

Backzeit: 20 Min.

Zutaten für 2 Personen:

1 Blätterteig, ausgewallt
500 g frischer Spinat
1 kleine Zwiebel, fein geschnitten
1 Knoblauchzehe, gehackt
200 g milder Gruyère AOP
50 g Pinienkerne
1 Ei für die Bräunung

Zubereitung:

- Zwiebel und Knoblauch in wenig Butter glasig andünsten.
- Spinat dazugeben und mitdünsten. Das Ganze abkühlen lassen.
- Pinienkerne und Gruyère AOP-Würfel begeben.
- Masse auf eine Hälfte des Blätterteigs in Form einer Rolle geben.
- Das Ganze mit der anderen Hälfte des Blätterteigs bedecken. Die Ränder mit Hilfe einer Gabel gut schliessen.
- Börek bei 200° C Hitze während 20 Minuten backen. Börek sofort mit einer würzigen Tomatensauce und einem Salat servieren.

LE GRUYÈRE[®]
SWITZERLAND 

Entdecken Sie andere Rezepte auf:

 www.gruyere.com/de/kochrezepte

