Fachzeitschrift der Sortenorganisation Gruyère

LE GRUYÈRE® SWITZERLAND AOP

Nr. 47 – Mai 2019

l'oiseau

© David Bochud

Jahresbericht 2018

Interprofession du Gruyère

INHALT

03 BOTSCHAFT DES PRÄSIDENTEN

04 ALLGEMEINE LAGE

06 MENGENMANAGEMENT

07 MARKTSITUATION

08 AOP-DOSSIER UND VERTEIDIGUNG DER MARKE AUF INTERNATIONALER STUFE

09 QUALITÄT DES GRUYÈRE AOP

11 AUSZEICHNUNG FÜR DEN GRUYÈRE AOP AN NATIONALEN UND INTERNATIONALEN WETTBEWERBEN

14 MARKETING

18 VERANSTALTUNGEN 2018

20 ORGANE DER SORTENORGANISATION GRUYÈRE

23 VORSTAND DER SORTENORGANISATION GRUYÈRE

24 PERSPEKTIVEN 2019

GRAFIKEN

04 AUFTEILUNG DES VERKAUFS VON GRUYÈRE AOP IM JAHRE 2018

05 MONATLICHER VERKAUF 2018 IN DER SCHWEIZ UND EXPORT

06 ZUGEWIESENES VOLUMEN

06 GESAMTPRODUKTION 2000-2018

07 VERGLEICH DES VERKAUFS

10 QUALITÄTSVERGLEICH NACH KALENDERJAHR

14 VERGLEICH DER PRODUKTION (KASEINMARKEN)

15 ABSATZ 2017-2018

16 VERGLEICH DER JÄHRLICHEN EXPORTE VON GRUYÈRE AOP

17 VERGLEICH DER EXPORTE (JANUAR – MÄRZ)

20 VERGLEICH DER ENTWICKLUNG DER VORRÄTE (ENDE APRIL 2019)

22 VERGLEICH DER ENTWICKLUNG DER VORRÄTE OHNE ALPBEWIRTSCHAFTUNG (ENDE APRIL 2019)

22 VERGLEICH DER ALPPRODUKTION (KASEINMARKE)

24 ZUSAMMENFASSUNG DER AUFTEILLUNG DES GESAMTEN PRODUKTIONSPOTENTIALS DES GRUYÈRE AOP NACH KÄSEREI UND KANTON FÜR DAS JAHR 2019

Titelbilder
Alp La Bassine und Käserei Châtonnaye, Gewinner der Swiss Cheese Awards 2018

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: 3'000 Exemplare

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

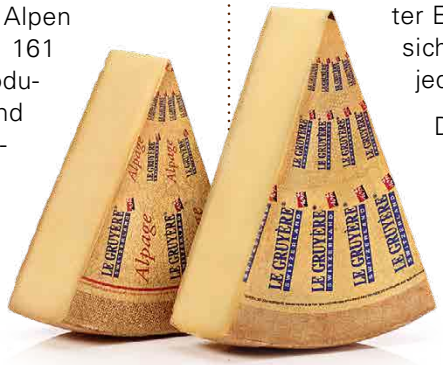
Grafische Gestaltung:
Effet-i-media bepbep@bluewin.ch

Gedruckt in der Schweiz

Botschaft des **Präsidenten**

Zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Berichts ist es genau 20 Jahre her, seit die Branche Gruyère den grossen Sprung auf den liberalisierten Milchmarkt wagte.

Am 1. Mai 1999 endeten die Vorrechte der Schweizerischen Käseunion (SKU) und eine Marktorganisation mit privatrechtlichen Bestimmungen nahm ihren Anfang. Damals zählte die Wertschöpfungskette 226 Käsereien für eine Produktion von 26'648 Tonnen und 58 Alpen mit rund 395 Tonnen. Heute sind es 161 Käsereien, die rund 30'500 Tonnen produzieren können, sowie 55 Alpen mit rund 560 Tonnen, die für das Jahr 2019 angekündigt wurden. Im Vergleich dazu liegt der Milchpreis heute zwischen 10 und 15 Rappen über den zu jener Zeit angegebenen Prognosen.



Der Absatz hat somit erheblich zugenommen, und das hauptsächlich im Ausland mit einem Absatz, der von 9'200 Tonnen auf heute 12'800 Tonnen gestiegen ist. Entsprechend konnte der Inlandkonsum aufrechterhalten werden. Das war nicht absehbar, da Mitte der 2000er-Jahre eine vollständige Liberalisierung der Käseimporte erfolgte, die seither ständig zugenommen haben.

Dieses Resultat ist mehr als ermutigend und mehreren Faktoren zuzurechnen. Ein wichtiger davon war die im Juli 2001 erhaltene geschützte Ursprungsbezeichnung AOC, heute AOP. Diese Anerkennung im Zusammenhang mit der Anwendung eines Pflichtenhefts hat der Arbeit entlang der ganzen Wertschöpfungskette und vor allem den Massnahmen im Bereich der Qualität und des Marketings eine klare Linie verliehen. Damit wurde eine Entwicklung in Bezug auf die Anerkennung der Tradition und der charakteristischen Merkmale des Gruyère AOP festgehalten.

Aber es ist klar, dass es eines Konsenses zwischen den verschiedenen Akteuren bedurfte, um auf effiziente Weise voranzukommen. Jeder muss auf seine Rechnung kommen bei gleichzeitiger kohärenter Entwicklung der Gesamtheit. Es handelt sich um einen kollektiven Ansatz, bei dem jeder Einzelne seinen Platz hat.

Diese damals utopische Vision hat sich in den letzten 20 Jahren ausbezahlt. Die Branche stellt sich der Herausforderung, in den kommenden 20 Jahren so weiterzumachen. Sie will die Authentizität und Besonderheiten des Gruyère AOP, die ihn zur Freude der kleinen und grossen Konsumenten zu einem einzigartigen Produkt machen, weiterhin gewährleisten. Jeder Einzelne ist heute dazu aufgerufen, sich dieser Herausforderung zu stellen.

Oswald Kessler
Präsident der IPG

LE GRUYÈRE® SWITZERLAND AOP

Allgemeine Lage

2018 war für die Wertschöpfungskette des Gruyère ein Jahr der Konsolidierung. Nach einer schwierigen Periode in den Jahren 2016-2017 war es 2018 möglich, das ganze Jahr über zu hundert Prozent zu produzieren und sowohl im In- als auch im Ausland über einen Markt zu verfügen. Im Berichtsjahr konnten über 30'000 Tonnen Gruyère abgesetzt werden, eine bislang noch nie erreichte Menge!

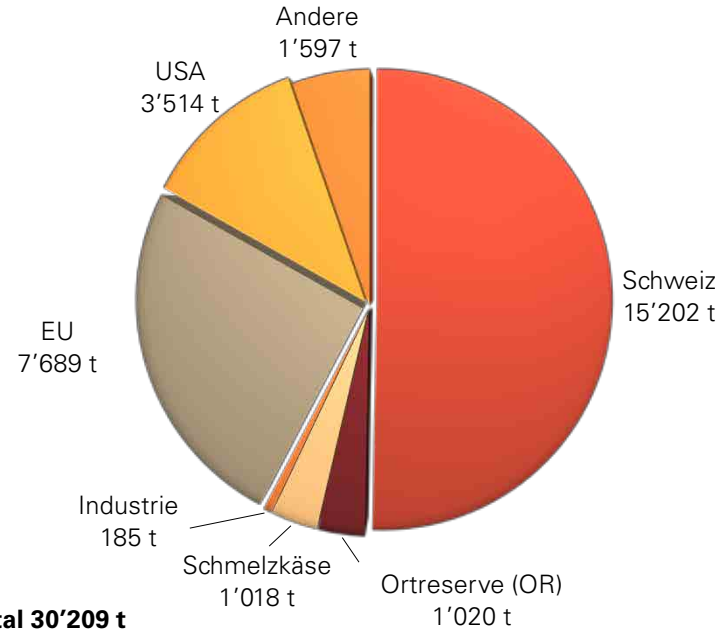
Dass wir in schwierigen Jahren kühlen Kopf bewahrt und die Mengen reduziert haben, ohne den Preis zu verändern, erweist sich langfristig als eine erfolgreiche Politik.

Die Arbeit der Sortenorganisation muss sich somit langfristig ausrichten unter tiefer Achtung der Tradition, Geschichte und der charakteristischen Eigenschaften des Gruyère AOP. Diese Werte machen ihn zu einem Käse, der sich auf den Märkten von den übrigen Produkten abhebt.

Dieser Aspekt wurde denn auch Ende August in der Sendung «A Bon Entendeur (ABE)» auf RTS hervorgehoben. Die Zukunft des Gruyère AOP hängt von einer klaren Differenzierung des Käses, aber auch von seiner Wertschöpfungskette ab. Wie bereits mehrfach festgestellt, kann der Gruyère AOP nur auf gewerblichen Strukturen beruhen, die autonom geführt werden können. Jedes andere Vorgehen würde zu einer Nivellierung nach unten führen, was sich direkt auf den Preis und sehr schnell auf die Mengen auswirken würde. Es gibt bei anderen Käsesorten sowohl auf nationaler als auch internationaler Stufe verschiedenste Beispiele dafür.

Die Wertschöpfungskette definiert ihre Strategie auf der Grundlage einer qualitativen Entwicklung, d. h. einer vorsichtigen Mengenerhöhung mit einer schrittweisen Preiserhöhung, damit alle Akteure vom Produzenten über die Käser bis zu den Affineuren angemessen von ihrer Arbeit leben und ihre bestehenden oder kommenden Investitionskosten decken können. Wir fahren auf dem eingeschlagenen Weg fort und so wird der Gruyère AOP die Gaumen der Konsumenten hierzulande und anderswo weiterhin erfreuen. Er vermochte auch die Gaumen der Jury an den Swiss Cheese Awards 2018 zu überzeugen. Swiss Champion wurde der Gruyère d'Alpage AOP der Familie Treboux der Alp von La Bassine auf den Vorbergen des Marchairuz. Ebenfalls unter den Gewinnern figuriert der Gruyère AOP der Familie Guex aus Châtonnay. Der Jahrgang 2018 war damit hervorragend.

Aufteilung des Verkaufs von Gruyère AOP im Jahre 2018 in Tonnen



Total 30'209 t

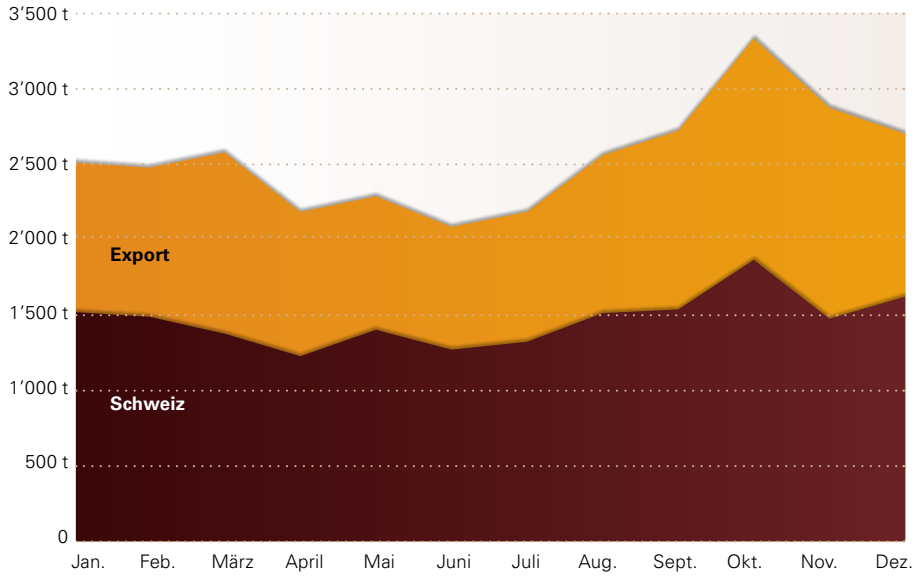
Für eine positive Zukunft ist es notwendig, dass die Wertschöpfungskette so weiterarbeitet und optimale Rahmenbedingungen schafft. Der Schutz des Namens «Gruyère» muss weiter verteidigt werden, damit der Gruyère AOP-Markt weiter gedeihen kann.

Mit den in den letzten Jahren durch die Wertschöpfungskette unternommenen Bemühungen ist es äusserst wichtig, dass die Bundesbehörden und nationalen Behörden diesem edlen Käse den gebührenden Stellenwert einräumen.

Es darf kein internationales Abkommen abgeschlossen werden, das den Schutz des Gruyère gefährdet. Wir erwarten von unseren Behörden, dass sie dieses Juwel der landwirtschaftlichen Produktion unterstützen. Andernfalls wird die seit der Liberalisierung des Käsemarkts geleistete Arbeit, die von Erfolg gekrönt ist, zunichte gemacht.

Die aktuelle Lage ist gut, aber nichts ist in Stein gemeisselt. Es sind weitere Anstrengungen notwendig. Wir müssen gemeinsam handeln, um den Erwartungen jedes Einzelnen gerecht zu werden.

Monatlicher Verkauf 2018 in Tonnen



Mengenmanagement

Seit 2015 basiert die strenge Methode der Mengensteuerung auf dem System 3/9. Um schwierige Situationen, wie sie in den letzten Jahren vorkamen, zu vermeiden, und in Absprache mit den verschiedenen Marktakteuren wurde das so genannte «Cockpit», ein verfeinertes Steuerungs- und Warnverfahren, eingeführt. Es stützt sich auf die Entwicklung der Lager und der Produktion der tatsächlichen Absatzmengen sowie auf die Marktaussichten.

Daher werden die Märkte des traditionellen Gruyère AOP, des Gruyère AOP Bio sowie des Gruyère d'Alpage AOP unterschiedlich bearbeitet.

Bei diesem neuen Modell liegt die 2018 dem traditionellen Gruyère AOP zugewiesene Menge bei 100 % und letztendlich bei 102 % beim Gruyère AOP Bio. Damit wurden 29'893 Tonnen zugewiesen, davon 86 Tonnen mit Qualitätsverlusten. Von diesem Volumen wurden, auch unter Berücksichtigung der sommerlichen Trockenheit, 29'562 Tonnen, d. h. 98,9 % produziert. Es gilt zu beachten, dass eine renovierte Käserei eine neue Menge an Gruyère AOP auf der Grundlage des 2012 umgesetzten Prinzips mit einschloss.

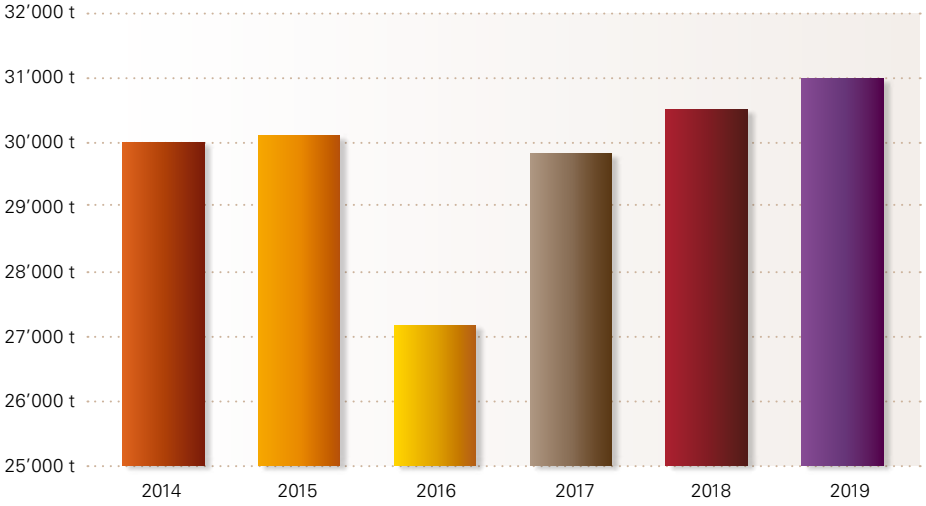
Aufgrund der ebenso guten Aussichten für den Gruyère d'Alpage AOP war es möglich, Standorten, deren qualitative Bedingungen und Verkäsungspotenzial der Alp es zuliessen, eine temporäre, 3 %-ige Erhöhung zu gewähren. So wurden 554 Tonnen bei einer effektiven Produktion von 537 Tonnen, d. h. 96,9 % zugewiesen. Auch da hatte die Wasserknappheit eine negative Auswirkung auf die gesamte Herstellmenge gewisser Alpbetriebe.

Die gute Gesamtsituation und die strenge Einhaltung der individuellen Mengen lassen auf ein Jahr 2019 schliessen, das auf den gleichen Grundlagen basiert, mit einer definitiven 1 %-igen Erhöhung für Käsereien gemäss Schema zur allgemeinen Mengenanpassung.

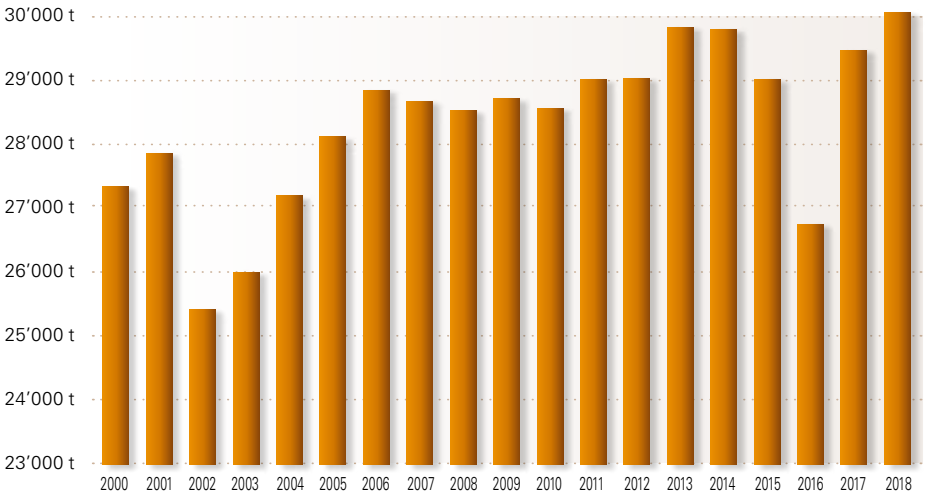
Beim Gruyère d'Alpage AOP wird die Erhöhung von 3 % ebenfalls weitergeführt werden können.

Aufgrund der Entscheidungen, die Ende Jahr getroffen wurden, setzt die Branche darauf, dass auf den verschiedenen nationalen und internationalen Märkten zusätzlich 500 Tonnen abgesetzt werden können.

Zugewiesenes Volumen



Gesamtproduktion 2000-2018 in Tonnen



2000: 27'234.6 t
2001: 27'893.8 t
2002: 25'443.2 t
2003: 26'021.7 t
2004: 27'224.2 t
2005: 28'148.4 t
2006: 28'883.1 t
2007: 28'710.0 t
2008: 28'564.4 t
2009: 28'749.1 t
2010: 28'567.1 t
2011: 29'051.1 t
2012: 29'068.3 t
2013: 29'871.7 t
2014: 29'833.2 t
2015: 29'048.7 t
2016: 26'780.8 t
2017: 29'512.9 t
2018:30'099.0 t

Marktsituation

Wie bereits erwähnt, erreichte der Konsum von Gruyère AOP mit rund 30‘200 Tonnen Rekordwerte. Es ist dies das beste Resultat, das sowohl auf nationalem als auch internationalem Terrain je erreicht wurde. Sogar der äusserst heisse Sommer vermochte den Konsum nicht zu bremsen, was erfreulich ist.

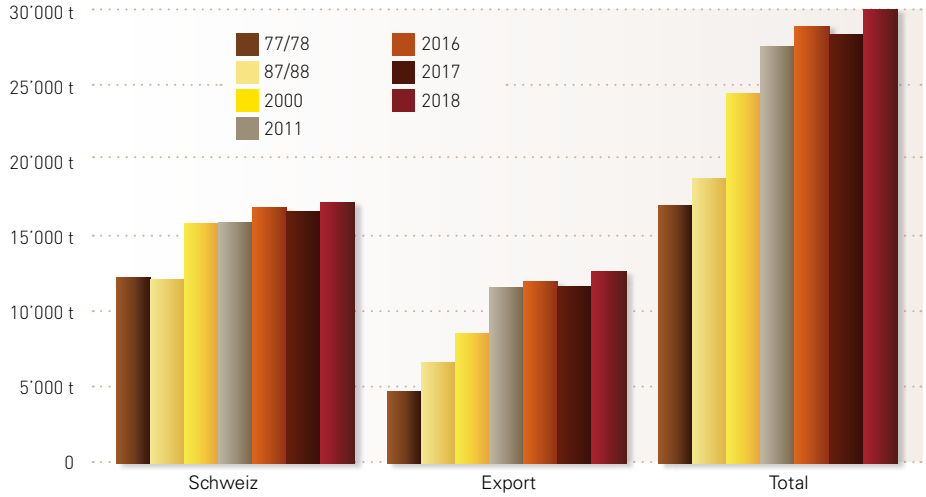
SVon dieser Gesamtverkaufsmenge wurden über 16’000 Tonnen im Inland, sowohl in regionalen Läden als auch bei Grossverteilern, abgesetzt. In der Schweiz ist der Gruyère AOP trotz des konstanten Importdrucks der meist verkaufte Käse. Die Erhaltung der Marketingausgaben hat sich damit als erfolgreich erwiesen. Festzuhalten ist, dass die verkauften Mengen an Gruyère AOP Bio über jenen der Vorjahre lagen. Während fünf Jahren fanden relativ grosse Mengen (50 – 100 Tonnen) dieses Käsetyps keinen Abnehmer. Heute stellen wir hingegen fest, dass die hergestellte Menge unter den Möglichkeiten des Markts liegt. Es gilt, diese Tendenz künftig zu beobachten, um auf neue Konsumtrends reagieren zu können.

Der Verkaufsrekord im Ausland basiert auf sehr hohen Mengen ausserhalb der Europäischen Union und insbesondere in den USA (rund 3500 Tonnen). Die Verkäufe in den benachbarten Ländern der Schweiz sind vielversprechend. Deutschland führt diese Länder mit über 3200 Tonnen an. Frankreich hat die 1500-Marke wiederum überschritten und zeigt eine erfreuliche Trendwende. Die Zahlen für Belgien und Grossbritannien sind ermutigend. Aufgrund der unendlichen Diskussionen um den Brexit sind in England dennoch stagnierende Verkäufe festzustellen. Die Unsicherheiten im Zusammenhang mit der politischen Situation bewirken eine negative Konjunkturentwicklung, die sich auf den Gesamtkonsum auswirkt. Bleibt zu hoffen, dass eine Lösung gefunden wird, damit auf dem britischen Markt eine gewisse Ruhe einkehrt und eine negative Entwicklung in der restlichen Eurozone vermieden wird. Auf alle Fälle ist der Verkauf dieser Mengen von Gruyère AOP nur durch das Engagement von uns allen möglich.

Auch wenn der Gruyère AOP in rund 58 Ländern präsent ist, muss die Arbeit zur Verteidigung der Marke fortgesetzt werden. Nur so können die Verkaufsvolumen gesteigert werden. In diesem Rahmen sind die vom Bund bereitgestellten Mittel zur Verkaufsförderung willkommen. Es ist jedoch klar, dass die künftige Arbeit nur dann belohnt wird, wenn alle Akteure gemeinsam die Marke «Le Gruyère AOP Switzerland» in den Fokus rücken.

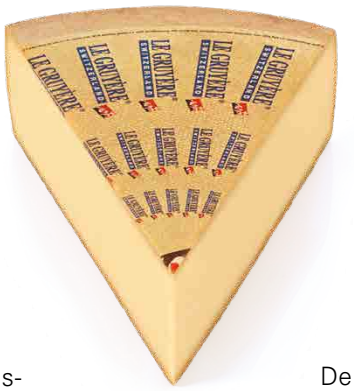
Ein anderer wichtiger Aspekt ist die Aufrechterhaltung der Exportbedingungen, welche den charakteristischen Qualitäten dieses Käses entsprechen. In verschiedenen Ländern wird nämlich festgestellt, dass zusätzliche Standards festgelegt werden, was den Export von Gruyère AOP erschwert, ja gar verunmöglicht. Es ist wichtig, dass die kantonalen Ämter, aber vor allem die Bundesstellen, alles daran setzen, um die von den verschiedenen käseexportierenden Unternehmen geleistete Arbeit positiv zu unterstützen. Denn dank dieser koordinierten Arbeit wird die Branche ihre positive Entwicklung fortsetzen können.

Vergleich des Verkaufs in Tonnen



AOP-Dossier und **Verteidigung der Marke auf internationaler Stufe**

Die Verteidigung des Namens «Gruyère» auf nationaler und internationaler Stufe stellt für die Branche eine wichtige, gar vorrangige Aufgabe dar. Der Konsument muss jederzeit wissen, was er unter dem Namen «Gruyère» kauft. Die Produzenten, Käser und Affineure müssen die Richtlinien des Pflichtenheftes, das von der Interkantonalen Zertifizierungsstelle OIC kontrolliert wird, erfüllen. Diese von Ersteren geleistete Arbeit muss auch honoriert werden. Die lückenlose Rückverfolgbarkeit ermöglicht die Identifikation jedes einzelnen produzierten Laibes. Damit weiss man genau, welcher Produzent seine Milch für dessen Herstellung geliefert hat – ein Trumpf, den die Sortenorganisation künftig besser in Wert setzen muss.



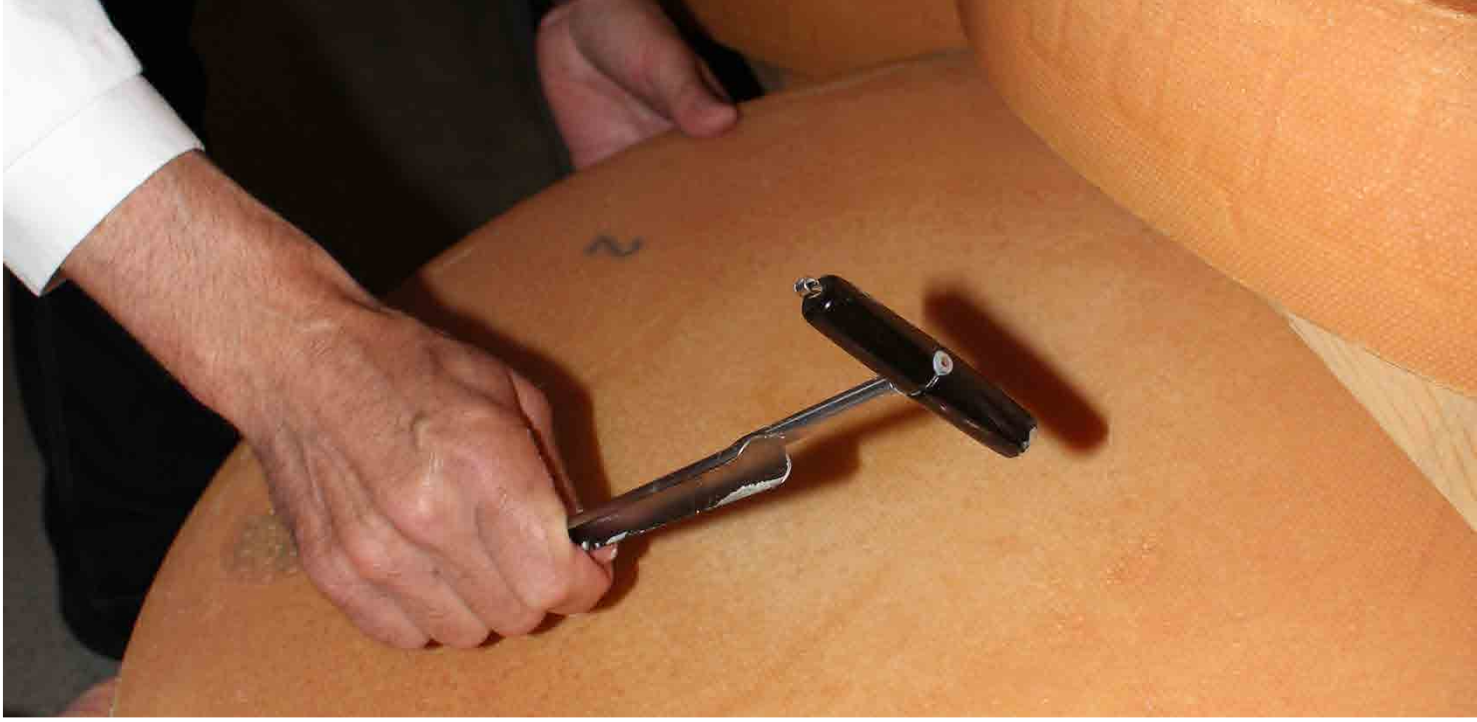
Um das Vertrauen der Konsumenten zu stärken, ist es umso wichtiger, dass die öffentlichen Kontrollen in diese Richtung gehen. Daher ruft die Sortenorganisation zu einer verstärkten Koordination mit den Kantons- und Bundesstellen auf. Sie bittet deshalb dieselben, die Motion von Frau Savary, Ständerätin und Präsidentin der Schweizerischen Vereinigung der AOP–IGP zu unterstützen. Private, von den Sortenorganisationen bezahlte Kontrollbeauftragte sollen dort intervenieren können, wo Betrugsfälle vermutet werden. Es kann nicht mehr Gruyère AOP verkauft werden, als produziert wird. Mit dieser Motion soll die Arbeit der öffentlichen Instanzen im Interesse der Konsumenten und ihrer Gesundheit unterstützt werden. Die Motion wurde Anfang 2019 vom Ständerat unterstützt. Wichtig ist nun, dass dieser Etappensieg auch vom Nationalrat mit getragen wird. Dieser Antrag kostet den Staat nichts und würde dessen Effizienz steigern. Die verschiedenen politischen Seiten würden miteinander in Einklang gebracht und der Anwendung von Artikel 182 des Landwirtschaftsgesetzes würde ein klarer Sinn verliehen.

Auf internationaler Stufe ist die Sortenorganisation Gruyère daran, den Namen «Gruyère» überall auf der Welt schützen zu lassen. Bei mehreren Dossiers arbeitet sie mit dem französischen Gruyère IGP und der staatlichen Behörde, dem «Institut national pour les protections d'appellation d'origine (INAO)» zusammen. Diese Arbeit erfolgt in perfekter Koordination mit dem Bundesamt für Landwirtschaft, das gewisse rechtliche Schritte zur Verteidigung oder Anmeldung der Marke finanziell unterstützt. Das Institut für Geistiges Eigentum (IGE) spielt bei all diesen Schritten eine wichtige Rolle.

Bei der privatrechtlichen internationalen Koordination ist auch auf die logistische und technische Unterstützung der Vereinigung OriGIn und dessen nationalem Mitglied, der Schweizerischen Vereinigung der AOP-IGP, hinzuweisen. Das geistige Eigentum im Zusammenhang mit dem altüberlieferten Wissen eines landwirtschaftlichen Produkts muss unter Achtung der Produzenten und Konsumenten verteidigt werden. Dieser Punkt wurde denn auch anlässlich der von Bundesrat Schneider-Ammann in die Mercosur-Staaten organisierten Reise in Erinnerung gerufen. Der Direktor konnte mit der Unterstützung von Fromarte und der Vereinigung der AOP-IGP einbringen, dass kein internationales Abkommen ohne einen guten Schutz der geografischen Angaben unterzeichnet werden kann. Unabhängig von dieser Tatsache ist es unerlässlich, dass nach Unterzeichnung eines Abkommens sämtliche nichttarifären Handelshemmnisse abgebaut werden.

Diese langwierige Arbeit wurde Ende August auf RTS in der Sendung «A bon entendeur» (ABE) hervorgehoben.

1992 haben die Westschweizer Kantone die Gruyère-Charta unterzeichnet, welche den Gruyère und die verschiedenen Bezeichnungen schützt. Bleibt zu hoffen, dass die getroffenen Massnahmen in den kommenden Jahren von Erfolg geprägt sein werden. Es handelt sich um einen ständigen und äusserst wichtigen Kampf, den es zu führen gilt. Jede nationale und internationale Marke und Bezeichnung muss verteidigt werden.



Qualität des Gruyère AOP

Taxation und Kontroll

Gemäss den Bestimmungen des Pflichtenhefts wird jeder Posten Gruyère AOP der Taxation unterzogen, wenn der Käse im Durchschnitt 4,5 Monate alt ist. Das bildet im Zusammenhang mit der Kaseinmarke die Grundlage für die lückenlose Rückverfolgbarkeit. Auf diese Weise wird jeder Laib genau kontrolliert, ehe er auf den Markt gelangt. Eine erste Qualitätsbeurteilung erfolgt nach rund drei Monaten, wenn der Affineur den Käse aus dem Käsekeller übernimmt. Die Taxation wird durch eine Kommission bestehend aus einem Experten der Sortenorganisation Gruyère und einem Co-Experten aus den Reihen der Käser durchgeführt. Gegen das Vorgehen kann mittels Rekurs vorgegangen und eine erneute Taxation durch eine Rekurskommission, bestehend aus zwei Vertretern der Affineure und einem Käser, erwirkt werden. Das Ergebnis der Rekurskommission ist unwiderruflich. Dieses Vorgehen gewährleistet die notwendige Objektivität für die qualitative Beurteilung des Gruyère AOP, der auf den Markt gelangt. Bevor der Gruyère AOP den Käsekeller definitiv verlässt, wird er durch den Affineur/Verkäufer einer letzten Beurteilung unterzogen.

Dieses Vorgehen gewährleistet, dass qualitativ hochstehender Gruyère AOP auf den Tisch des Konsumenten in der Schweiz oder im Ausland gelangt.

Insgesamt war die Produktion des traditionellen und biologischen Gruyère AOP 2018 von erstklassiger Qualität. Der seit 2014 rückläufige Anteil an Käse der Qualität IB setzte sich 2018 fort. Die in den letzten Jahren umgesetzten Massnahmen zur Gewährleistung der Qualität des Gruyère AOP zahlen sich aus. 98,16% der Posten wurden in der Qualitätsklasse IA eingestuft. Der Anteil der Posten mit 19 oder mehr Punkten erhöhte sich auf 63,43%. Der Anteil der Erzeugnisse zweiter Wahl ist sehr gering. Von 32 erfolgten Rekursen wurden weniger als 50% gewonnen. Diese Resultate ermöglichten die Auszahlung von Qualitätsprämien in der Höhe von rund 5,4 Millionen Franken.

Auch bei der Produktion des Gruyère d'Alpage AOP sind gute Resultate zu verzeichnen. Dank ihres Know-hows wussten sich die Hersteller den besonderen Bedingungen des regenreichen Frühjahrs und des anschliessend extrem trockenen Sommers auf der Alp anzupassen. So erzielten 95,4% der Produktion eine Einstufung in die Klasse IA. 64,8 % der Laibe erreichten 19 Punkte oder mehr. Diese ausgezeichneten Resultate entsprechen denjenigen des Vorjahrs.

Diese ermutigenden Zahlen sind auch das Resultat der ausgezeichneten Arbeit der Milchproduzenten, der Käser und der Affineure sowie der Unterstützung durch die verschiedenen Beratungsorgane wie CASEi, Arqha und Agroscope.

Um die Authentizität des Gruyère AOP zu erhalten, muss die Produktion seine Qualität und Marktposition gewährleisten. Die Sortenorganisation Gruyère hat sich neben anderen Sortenorganisationen und Dachorganisationen der Käse- und Milchbranche für den Erhalt der Käsekulturen in der Schweiz eingesetzt. So hat sich die Sortenorganisation Gruyère aktiv an der Gründung der Liebefeld Kulturen AG im November letzten Jahres beteiligt. Die Sortenorganisation hofft, dass in naher Zukunft aufgrund der Bundesbeschlüsse die gesamte Kulturenproduktion in Posieux – Grangeneuve angesiedelt sein wird.

Chemische Analysen

Wasser- und Fettgehalt

Sämtliche in den Handel gebrachten Posten werden systematisch auf ihre chemische Zusammensetzung hin geprüft. Zu 23 Analysen wurden Rekurse eingereicht, von denen 17 gutgeheissen wurden. Es gilt zu beachten, dass im Laufe des Jahres mehr als 2000 Posten analysiert wurden. Die Einhaltung der im Pflichtenheft vorgegebenen Gehalte bezieht sich auf einen Durchschnitt von sechs Monaten. Die für die Kontrollen vorgegebenen Ziele werden im Allgemeinen erfüllt.

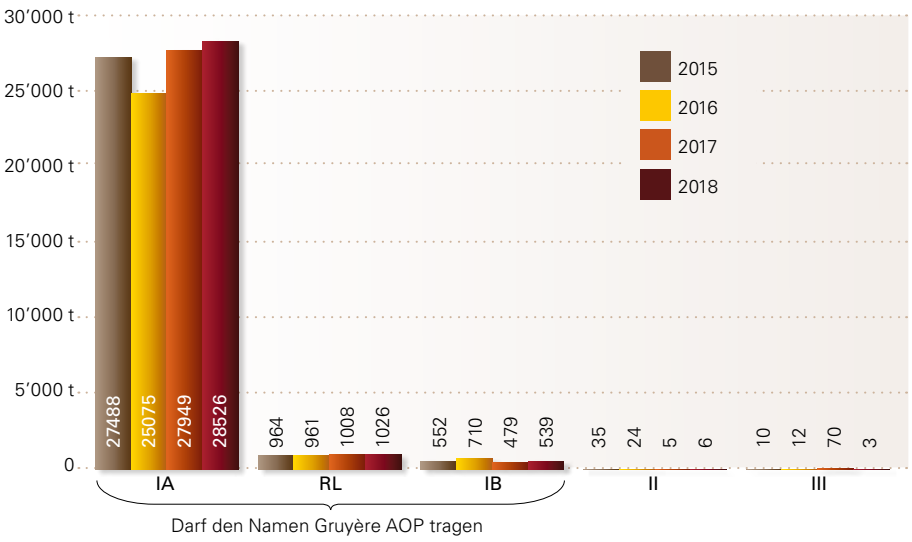
Spezifische Analysen

Die Sortenorganisation führt Analysen der hygienischen und bakteriologischen Qualität des Käses durch. 2018 wurden erneut Proben auf pathogene Substanzen durchgeführt. Diese bestätigten, dass die umgesetzten Massnahmen gewährleisten, dass der Gruyère AOP den gesetzlichen Vorschriften vollumfänglich entspricht. Das ist wichtig für den Konsumenten, der mit dem Gruyère AOP ein Produkt ohne Zusatzstoffe und von Natur aus laktose- und glutenfrei kauft.

Qualitätskommission

Wie im Kapitel zu den Organen der Sortenorganisation erwähnt, steht die Qualitätskommission und insbesondere ihre Ad-hoc-Delegation den Akteuren der Branche zur Verfügung, um bei wiederkehrenden Problemen an einem Produktionsstandort die bestmögliche Lösung zu finden. Auf diese Weise ist eine gesunde Entwicklung der Qualität des Gruyère AOP gewährleistet.

Qualitätsvergleich nach Kalenderjahr in Tonnen



Auszeichnung für den Gruyère AOP an **nationalen und internationalen Wettbewerben**

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

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

World Championship Cheese Contest

Am World Championship Cheese Contest vom 6. bis 8. März 2018 in Madison/Wisconsin (USA) wurde der Gruyère AOP mit mehreren Medaillen ausgezeichnet.

Best of class:

Erich Hunkeler, Käserei Sommentier, für seinen Gruyère AOP, affiniert durch die Fromage Gruyère SA, Bulle

Second Award:

Vincent Tyrode, Käserei L'Auberson, für seinen Gruyère AOP, affiniert durch Margot Fromages SA, Yverdon-les-Bains

Third Award:

Michael Spycher, Käserei Fritzenhaus, für seinen Gruyère AOP, affiniert durch Gourmino AG, Reichenbach

International Cheese Awards 2018, Nantwich, England, 24. und 25. Juli 2018

Auch dieses Jahr hat der Gruyère AOP an diesem bedeutenden internationalen Wettbewerb Medaillen gewonnen.

Kategorie Schweizer Rohmilchkäse

Gold

Gilbert Golay, Käserei Penthéréaz, affiniert durch Margot Fromages SA, Yverdon-les-Bains

Bronze

Philippe Pasquier, Alp Le Jeu de Quilles, affiniert durch Fromage Gruyère SA, Bulle

Kategorie bester Schweizer Käse

Gold

Vincent Tyrode, Käserei Auberson, affiniert durch Margot Fromages SA, Yverdon-les-Bains

Bronze

Gilbert Golay, Käserei Penthéréaz, affiniert durch Margot Fromages SA, Yverdon-les-Bains

Kategorie Hartkäse aus Rohmilch

Gold

Vincent Tyrode, Käserei Auberson, affiniert durch Margot Fromages SA, Yverdon-les-Bains

Kategorie Händler

Gold, Silber und Bronze

Jean-Marie Dunand, Käserei Le Crêt, affiniert durch Fromage Gruyère SA, Bulle

2018-19 WORLD CHEESE® AWARDS BERGEN · NORWAY

INTERNATIONAL CHEESE & DAIRY AWARDS NANTWICH 2018 EST.1897

Swiss Cheese Awards, Luzern, 28. bis 30. September 2018

Die Swiss Cheese Awards fanden vom 28. bis 30. September in Luzern statt. Der Titel des Swiss Champion fiel in der Kategorie Gruyère d'Alpage AOP dem im August 2017 auf der Alp La Bassine von Maurice und Germain Treboux hergestellten und von Fromco SA affinierten Gruyère d'Alpage AOP zu.

In der Kategorie Gruyère AOP gewann Alexandre Guex, Käser in Châtonnaye, dessen Fabrikation durch das Unternehmen Cremo Von Mühlenen in Düdingen affiniert wird. Das Ergebnis von Alexandre Guex bestätigt seine bereits erreichten ausgezeichneten Resultate in verschiedenen internationalen Wettbewerben.

Die Präsenz des Gruyère AOP und speziell des Gruyère d'Alpage AOP beweist die hervorragende Gesamtqualität dieses edlen Produkts. Dies ermuntert die verschiedenen Akteure, auf dem seit 20 Jahren verfolgten qualitativen Ansatz zur Umsetzung der geschützten Ursprungsbezeichnung (AOP) weiterzufahren.

Die folgenden Käse sind nur ein kleiner Teil einer Vielzahl hervorragender Gruyère AOP, die ein Diplom gewonnen haben:

Kategorie Gruyère d'Alpage AOP

1. Maurice und Germain Treboux, Alp La Bassine, 1269 Bassins (Swiss Champion)
   Affineur Fromco SA, Moudon
2. Didier Meylan, Alp du Cerney, 1348 Le Brassus
   Affineur Magnenat SA, Bulle
3. Martial Rod, Alp La Moesettaz, 1348 Le Brassus
   Affineur Magnenat SA, Bulle
4. Frédy Hauser, Alp Combe Noire, 1345 Le Lieu
   Affineur Fromco SA, Moudon

Kategorie Le Gruyère AOP

1. Alexandre Guex, Käserei Châtonnaye, 1553 Châtonnaye
   Affineur Cremo Von Mühlenen, Düdingen
2. Claude Kolly, Käserei Rossens, 1728 Rossens FR
   Affineur Mifroma SA, Ursy
3. Christophe Cujean, Käserei Pomy, 1405 Pomy
   Affineur Mifroma SA, Ursy
4. Benoît Kolly, Käserei Le Mouret, 1724 Ferpicloz
   Affineur Emmi Schweiz AG, Kirchberg
5. Etienne Aebischer, Käserei Aebifrom SA, 1147 Montricher
   Affineur Fromco SA, Moudon
6. Marc Müller, Käserei Farvagny-le-Grand, 1726 Farvagny
   Affineur Mifroma SA, Ursy
7. Frédéric Pasquier, Käserei Echarlens, 1646 Echarlens
   Affineur Mifroma SA, Ursy
8. Christophe Streit, Käserei Ropraz, 1088 Ropraz
   Affineur Fromco SA, Moudon

Alpkäse-Prämierung an der OLMA, St. Gallen, 12. Oktober 2018

Wie jedes Jahr fand auch 2018 die Alpkäse-Prämierung im Rahmen der OLMA, der grossen Publikumsmesse in St. Gallen, statt.

Der Gruyère d'alpage AOP von François Briggen, Alp Les Fruitières, Nyon, gewann in der Kategorie Hartkäse **den 3. Preis**.
Dieser Käse wurde durch Magnenat SA (Fromage Gruyère SA, Bulle) affiniert.

Der Gruyère d'alpage AOP von Philippe und Michaël Ruffieux, Alp Varvalanna, Val de Charmey, gewann **den 6. Preis** in der Kategorie Hartkäse.
Dieser Käse wurde von der Genossenschaft Freiburger Alpkäseproduzenten affiniert.

World Cheese Awards, Bergen, Norwegen, 2. bis 3. November 2018

Le Gruyère AOP gewann bei diesem grossen internationalen Wettbewerb der Käsebranche verschiedene Auszeichnungen.

Best Le Gruyère Cheese Trophy:

Alexandre Guex, Käserei Châtonnaye, für seinen Gruyère AOP, affiniert durch Cremo Von Mühlenen SA, Freiburg.

«Super Gold»-Medaille:

Alexandre Guex, Käserei Châtonnaye, für seinen Gruyère AOP, affiniert durch Cremo Von Mühlenen SA, Freiburg.

Goldmedaillen:

Franz Jungo, Käserei Strauss, für seinen Gruyère AOP, affiniert durch Cremo Von Mühlenen SA, Freiburg, 2 Medaillen

Alexandre Guex, Käserei Châtonnaye, für seinen Gruyère AOP, affiniert durch Cremo Von Mühlenen SA, Freiburg.

Käserei Cremo für ihren Gruyère AOP, affiniert durch Cremo SA, Freiburg

Adrian Scheidegger, Käserei Niedermuhren, für seinen Gruyère AOP, affiniert durch Cremo Von Mühlenen SA, Freiburg

Markus Sturny, Käserei Lanthen, für seinen Gruyère AOP, affiniert durch Cremo Von Mühlenen SA, Freiburg

Silbermedaille:

Adrian Scheidegger, Käserei Niedermuhren, für seinen Gruyère AOP, affiniert durch Cremo Von Mühlenen SA, Freiburg, 2 Medaillen

Urs Kolly, Käserei St. Antoni für seinen Gruyère AOP, affiniert durch Cremo Von Mühlenen SA, Freiburg

Käserei Cremo für ihren Gruyère AOP, affiniert durch Cremo SA, Freiburg

Gérald Raboud, Käserei Courgenay, für seinen Gruyère AOP, affiniert durch Fromco SA, Moudon

Etienne Aebischer, Käserei Montricher, für seinen Gruyère AOP, affiniert durch Fromco SA, Moudon

Christophe Suchet, Käserei Bonnefontaine, für seinen Gruyère AOP, affiniert durch Lustenberger & Dürst SA, Cham

Bronzemedaille:

Franz Jungo, Käserei Strauss, für seinen Gruyère AOP, affiniert durch Cremo Von Mühlenen SA, Freiburg

Urs Kolly, Käserei St. Antoni für seinen Gruyère AOP, affiniert durch Cremo Von Mühlenen SA, Freiburg

Alexandre Guex, Käserei Châtonnaye, für seinen Gruyère AOP, affiniert durch Cremo Von Mühlenen SA, Freiburg

Adrian Scheidegger , Käserei Niedermuhren, für seinen Gruyère AOP, affiniert durch Cremo Von Mühlenen SA, Freiburg

Adrien Pagnier, Käserei Les Bayards-Duo Vallon, für seinen Gruyère AOP, affiniert durch Fromco SA, Moudon

Emile Brodard, Käserei de La Roche, für seinen Gruyère AOP, affiniert durch Fromage Gruyère SA, Bulle, vorgestellt durch Lustenberger & Dürst SA, Cham

Käse der Wahl des Kanton Neuenburg

Die Sortenorganisation Gruyère gratuliert Frédéric Laluque für seine vom Kanton Neuenburg überreichte Auszeichnung. Sein Gruyère AOP aus Bémont, affiniert von Mifroma in Ursy, wurde zum Käse für das Jahr 2018 erkoren.

Käse der Wahl des Waadtländer Staatsrats

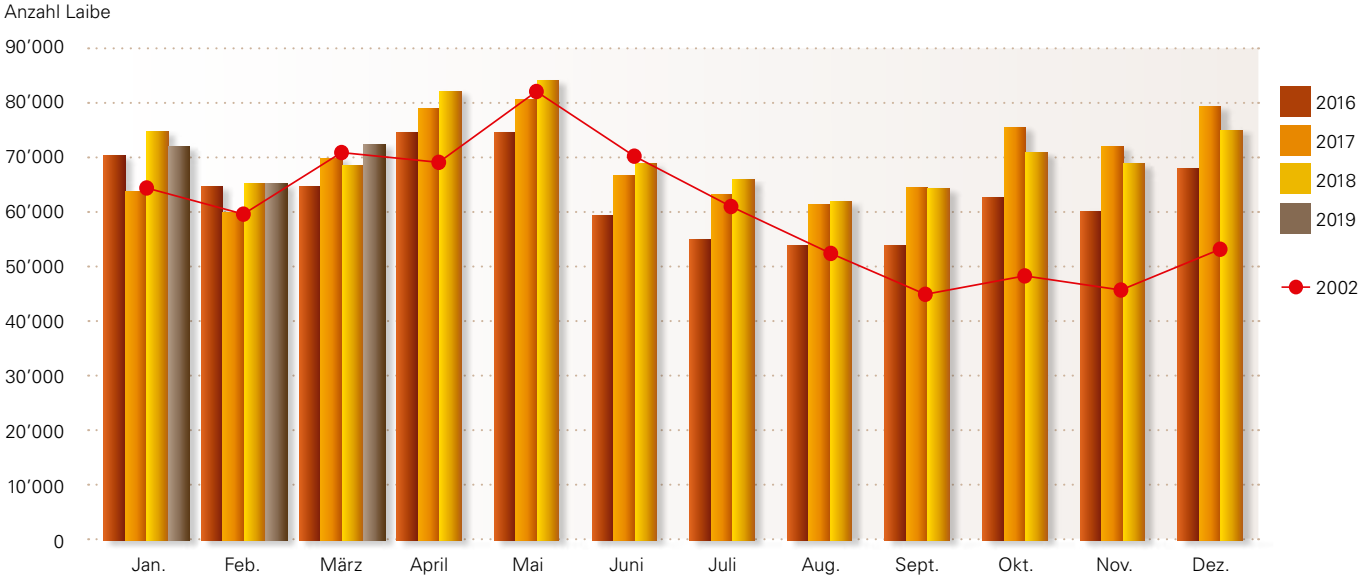
Die Sortenorganisation Gruyère freut sich, dass der Waadtländer Staatsrat den Gruyère AOP von der Käserei Haut-Jorat SA, hergestellt von René Pernet und affiniert von Fromco SA in Moudon zum Käse für das Jahr 2018 erkoren hat. Dieser Gruyère AOP wird bei offiziellen Veranstaltungen des Waadtländer Staatsrats serviert werden.

Marketing

Die Branche tätigt im In- und Ausland erhebliche Investitionen, um den Absatz des Gruyère AOP zu steigern.

Auf nationaler Ebene wurde die Werbung mit dem Slogan «Der Geschmack der Schweiz seit 1115» weitergeführt. In den ersten Monaten des Jahres begleitete dieser Slogan in den verschiedenen Regionen der Schweiz den Wetterbericht im Fernsehen. Im zweiten Halbjahr wurde diese Kampagne mit der Präsenz einer Digitalkampagne sowie Plakaten in den Kinosälen verstärkt. Diese Absatzförderung, die beim Publikum grossen Anklang findet, wird jedoch in den kommenden Jahren geändert. Aus diesem Grund wird 2019 eine neue Kampagne ausgewählt. Gleichzeitig ist der Gruyère AOP an verschiedenen überregionalen Messen wie Muba, Luga, BEA, Züspa, Foire agricole Bio de Moudon, Foire du Valais, Olma, Slow Food Market, Les Automnales oder an der nicht mehr wegzudenkenden Schweizer Gastromesse «Goûts et Terroirs» in Bulle präsent. Diese Aktivitäten werden zusammen mit der Schweizerischen Vereinigung zur Förderung der AOP-IGP und Switzerland Cheese Marketing (SCM) koordiniert. Diese Förderung ergänzt die eher regionale, für die oft Branchenpartner verantwortlich zeichnen. Es sind dies regelmässig Käser, welche es ermöglichen, die unterschiedlich lange gereiften Gruyère AOP, Gruyère AOP Bio und Gruyère d'Alpage AOP zu entdecken bzw. wiederzuentdecken. Der Kontakt mit dem Konsumenten ist sehr wichtig. Dieses Kennenlernen des Produkts wird verstärkt

Vergleich der Produktion (Kaseinmarken)



durch Degustationen bei Grossverteilern, mit etwas grösserer Gewichtung in der Deutschschweiz.

Die besten Botschafter sind die Akteure des Sektors. Aus diesem Grund ist es sehr wichtig, dass die Marke «Le Gruyère AOP Switzerland» auf jeder Ebene beworben wird. So sollte die Marke zum Beispiel gemäss Pflichtenheft auf jedem Stück Gruyère AOP sichtbar sein.

Ergänzend zur allgemeinen Werbung definiert sich der Gruyère AOP auch über die Sponsoring-Aktivitäten. Die Marke war im Rahmen der Leichtathletik-Wettkämpfe, sowohl an internationalen Meetings, der Athletissima in Lausanne und der Weltklasse in Zürich, als auch am vom Schweizerischen Leichtathletikverband organisierten Nachwuchswettbewerb «Mille Gruyère» erneut gut sichtbar. Zur Förderung des Gruyère AOP arbeitete die Sortenorganisation auch mit dem Europäischen Leichtathletikverband zusammen, der europaweit Wettkämpfe organisiert. Bei diesen Anlässen präsentiert sich der Gruyère AOP den Zuschauern rund um die Bahn sowie an allen VIP-Treffpunkten. Einer der Höhepunkte der Saison 2018 waren die Leichtathletik-Europameisterschaften in Berlin. Erstmalig wurden diese an verschiedenen Standorten zusammen mit anderen europäischen Meisterschaften ausgetragen, was die Resonanz im Fernsehen verstärkte und höhere Zuschauerzahlen generierte.

Le Gruyère AOP ist auch am Langlauf-Weltcup in verschiedenen Ländern präsent. Die Stärkung der Verkaufsförderung des Gruyère AOP in den Ländern Nordeuropas ist eines der wichtigen Ziele dieser Zusammenarbeit. Die verschiedenen Bilder, die ausgestrahlt werden, tragen zur Konsolidierung der Marke «Le Gruyère AOP Switzerland» bei.

Die jüngste Ausgabe der «Le Gruyère European Curling Championships» fand Ende November in Tallin, Estland, statt. Die Fernsehbilder wurden sowohl in den Vereinigten Staaten als auch in Kanada und den asiatischen Ländern ausgestrahlt, was für die Marke eine hervorragende Werbung war. Auf nationaler Ebene sind die Farben des Gruyère AOP anlässlich der Schweizer Eishockeymeisterschaften immer auf der Mannschaft des HC Fribourg – Gottéron als Emblem sichtbar.

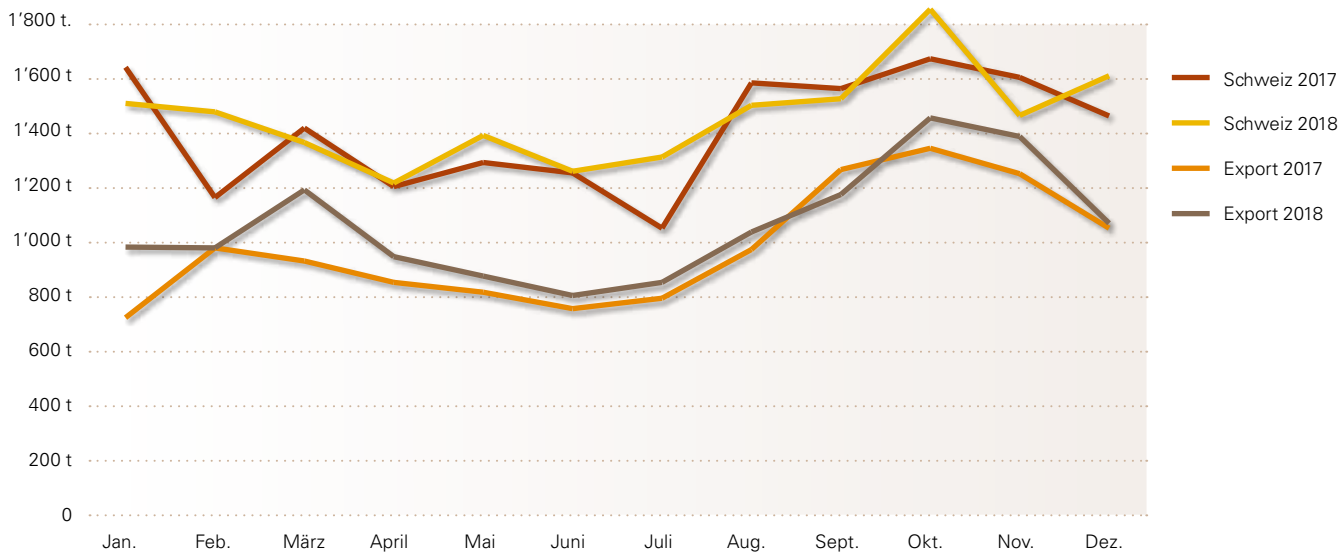
Event-Sponsoring ist ein ausgezeichnetes Mittel, um die Sichtbarkeit der Marke zu erhöhen und dem Produkt direkt vor Ort oder selbst auf den verschiedenen Bühnen mehr Platz zu geben.

Im kulturellen Bereich ist der Gruyère AOP Partner des Paléo Festivals in Nyon, wo das Hot Fondue bei den Festivalbesuchern für Hochgenuss sorgt. Das war auch am Zermatt Unplugged der Fall, wo jeder im Vorfeld des Konzerts ein gutes Fondue mit Gruyère AOP degustieren konnte. An diesem internationalen Tourismusstandort bietet Zermatt allen Besuchern das ganze Jahr über die Dienste von Elektrobussen mit dem Logo der Marke an. 2018 feierten die E-Busse ihr 30-jähriges Bestehen. Grund für ein Fest auf dem Bahnhofplatz Zermatt, bei dem die ausgezeichnete Zusammenarbeit zwischen Zermatt und Gruyère AOP hervorgehoben werden konnte.

Die Sorgenorganisation Gruyère investiert bedeutende Mittel im Ausland und wird dabei mit Geldern des Bundes im Rahmen der Zusammenarbeit mit Switzerland Cheese Marketing unterstützt.

In Deutschland betreibt sie Werbung in Form von Inseraten in verschiedenen Publikationen und Degustationen vor Ort. Zudem verteilt sie im grossen Rahmen Werbegegenstände in Ost- und Süddeutschland. Es wurde beschlossen, diese Massnahme auf ganz Deutschland auszuweiten. Diese Aktivität wird in Zusammenarbeit mit Emmental AOP, Appenzeller und Tête de Moine AOP durchgeführt und zielt darauf ab, den Absatz von Schweizer Käse zu fördern. 10 %

Absatz 2017-2018 in Tonnen



des Gruyère AOP werden in Deutschland abgesetzt. Es ist entscheidend, dass wir in Zukunft den Absatz beim wichtigsten Wirtschaftspartner der Schweiz stärken können. Die Leichtathletik-Europameisterschaften, die im August in Berlin stattfanden, boten Gelegenheit dazu, sowohl im Vorfeld wie auch während des Anlasses spezielle Aktivitäten durchzuführen.

Auf dem französischen Markt gewann der Gruyère AOP 2018 wieder an Bedeutung. Dank eines neuen Bewusstseins der verschiedenen Akteure der Wertschöpfungskette und des Absatzbereichs gelang es, die negative Tendenz der letzten Jahre umzukehren. Bleibt zu hoffen, dass mit der eingeschlagenen Richtung und der durch die neu ausgerichtete Werbung unternommenen Anstrengungen sowie der Präsenz von «Merchandisers» vor Ort diese ermutigende Entwicklung der Mengen im Jahr 2019 verstärkt werden kann. Le Gruyère AOP ist immer noch am Salon de l'Agriculture vertreten. 2018 war er auch am Salon du Fromage präsent. Aber auch der AOP-IGP-Markt in Bourgen-Bresse stand auf dem Programm. Wie alle zwei Jahre war er im Rahmen des SCM-Stands an der Internationalen Agrar- und Lebensmittelmesse (SIAL) im Herbst in Paris präsent.

Die Beneluxländer sind ein ausgezeichneter Absatzmarkt für den Gruyère AOP: Er erfüllte die Erwartungen im Jahr 2018. Die Händler in Belgien und den Niederlanden verkaufen den Käse sehr gut. Die Absatzförderung mit der SCM-Zweigstelle zielt darauf ab, die Präsenz bei den Grossverteilern sowie im Fachhandel mittels gezielteren Aktivitäten in Zusammenarbeit mit den belgischen Käsehändlern zu stärken.

Mit den Aktivitäten in Italien und Spanien kann der Absatz nicht erhöht werden. Wie im letzten Jahr angekündigt muss gemeinsam mit SCM über eine Absatzförderungsstruktur für diese beiden Länder nachgedacht werden.

Grossbritannien ist weiterhin ein interessantes Land für den Absatz von Gruyère AOP. Die Unsicherheiten im Zusammenhang mit dem Brexit 2018 haben die Verkaufsvolumen etwas beeinträchtigt. Dennoch wurden die Absatzförderungsmassnahmen fortgesetzt, die darauf abzielen, das Produkt für den Endkonsumenten attraktiv zu machen und auch bei den Grossverteilern vertreten zu sein.

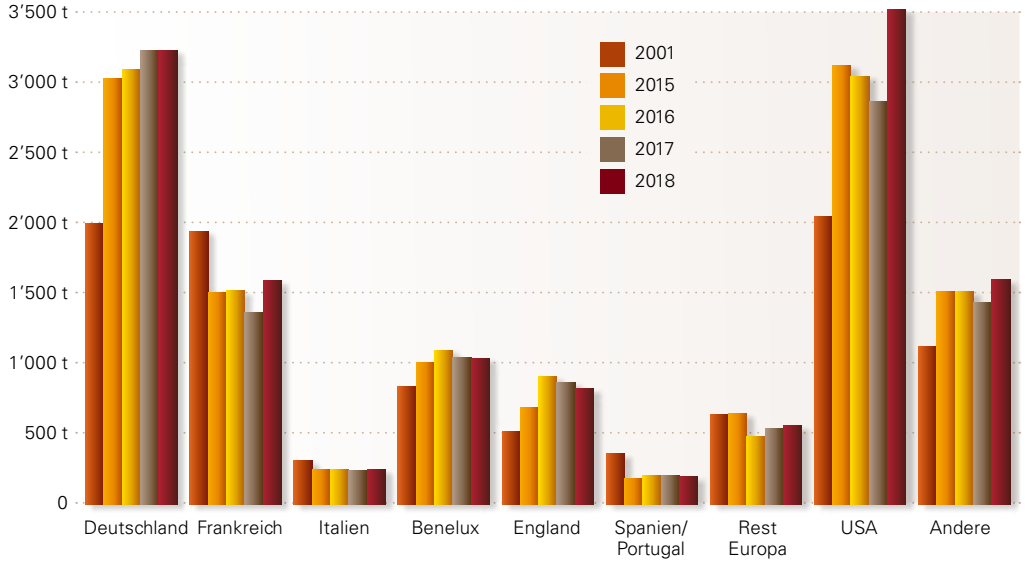
Die Sortenorganisation Gruyère hat ihre Bestrebungen in verschiedenen Ländern, so genannte Exportinitiativen in neuen Märkten fortgesetzt. Sie wird durch das Programm des Bundes unterstützt.

Dieses Vorgehen zielt darauf ab, den Absatz des Gruyère AOP zu steigern und vor allem neue Absatzmärkte zu finden. Besonderes Gewicht wird dabei auf die nordischen Länder und die USA gelegt.

Auch in Russland werden spezifische Massnahmen umgesetzt. Der Export in dieses Land ist eher durch Probleme technischer und administrativer Natur beeinträchtigt als durch den eigentlichen Absatz auf dem Markt. Es ist zu hoffen, dass die schweizerischen und russischen Behörden schnell eine Lösung finden, damit wieder bedeutende Exportvolumen erreicht werden.

Der Export in die USA verzeichnet 2018 einen neuen Rekord mit heute über 12 % des Gesamtabsatzes von Gruyère AOP. Für die Absatzförderung wird viel Arbeit investiert, zum Beispiel durch Ausbildungsprogramme für die Verkäufer. Zu betonen ist auch die gute Zusammenarbeit mit verschiedenen anderen Akteuren auf diesem Markt wie Schweiz Tourismus. Die Sortenorganisation Gruyère ist seit mehreren Jahren an eine Fachmesse präsent: auf der Fancy Food Show, die im Januar in San Francisco und im Juni in New

Vergleich der jährlichen Exporte von Gruyère AOP in Tonnen



Total 2001: 9'775 davon EU 6'608
Total 2002: 9'303 davon EU 6'064
Total 2003: 9'407 davon EU 5'948
Total 2004: 10'280 davon EU 6'147
Total 2005: 10'600 davon EU 6'794
Total 2006: 11'186 davon EU 6'719
Total 2007: 10'886 davon EU 6'917
Total 2008: 11'779 davon EU 7'205
Total 2009: 10'974 davon EU 7'346
Total 2010: 11'967 davon EU 7'501
Total 2011: 11'670 davon EU 7'673
Total 2012: 11'527 davon EU 7'568
Total 2013: 12'207 davon EU 7'757
Total 2014: 12'376 davon EU 8'063
Total 2015: 11'956 davon EU 7'307
Total 2016: 12'106 davon EU 7'551
Total 2017: 11'787 davon EU 7'480
Total 2018: 12'800 davon EU 7'689

York stattfindet. Auch Kanada ist ein potenziell bedeutender Markt für den Gruyère AOP. Aus diesem Grund werden in ganz Kanada Verkaufsförderungsprojekte umgesetzt.

Im Rahmen der Bestimmungen zur Absatzförderung im Landwirtschaftsgesetz wird sich das System in diesen Ländern im Jahr 2019 bei Ablauf der 5-Jahres-Frist für die Exportinitiative ändern. In Zukunft wird eine aktivere Koordination der Absatzförderung in den USA, Schweden, Finnland, Japan, China und Russland erforderlich sein. Eine Lösung auf der Grundlage eines Antennensystems für die nordeuropäischen Länder (Skandinavien und Finnland) sowie für die USA scheint sich abzuzeichnen. In den anderen Ländern werden punktuellere Lösungen mit den Hauptmarktteilnehmern anzuwenden sein. Es ist zudem eine Tatsache, dass China die Erwartungen in Bezug auf den Gruyère AOP und Käse im Allgemeinen, die vor einigen Jahren auf diesem Markt lanciert wurden, nicht erfüllt. Auch da wird es darum gehen, die Stossrichtung für die Werbung neu zu definieren.

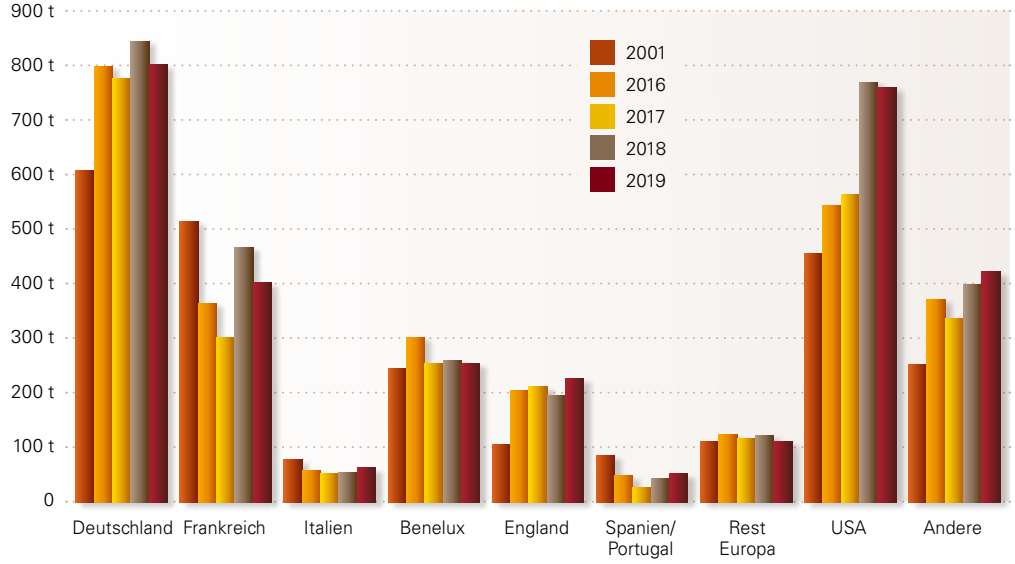
Auf einer etwas regionaleren Ebene mit internationaler Ausrichtung ist der Gruyère AOP im Rahmen einer Zusammenarbeit mit den anderen Waadtländer AOP, Vacherin Mont d'Or AOP und L'Etivaz AOP, sowie dem Weinlabel Terravin tätig. Angesichts der bedeutenden Präsenz von Hotelfachschulen mit Sitz im Kanton Waadt erhalten diese das Angebot, die verschiedenen Produkte und deren Verwendungsmöglichkeiten kennenzulernen. Es handelt sich um ein langfristiges Projekt, das in einigen Jahren Früchte tragen wird. Die Studenten, die diese Schulen besuchen, werden verantwortungsvolle Aufgaben in Hotels und Restaurants weltweit übernehmen und können so diese edlen Schweizer Produkte präsentieren. Le Gruyère AOP wurde auch für die Feierlichkeiten zum 125-jährigen Jubiläum der Hotelfachschule Lausanne in verschiedenen Regionen der Welt sowie für das grosse Galaessen in Paris im Frühjahr und in Lausanne im Herbst zugezogen. Ausserdem wird anlässlich der von Gastro Vaud initiierten Aktion «Pintes Ouvertes» im Kanton Waadt zur Freude der Gäste und der verschiedenen Partnerrestaurants in der Region Fondue aus 100% Gruyère AOP angeboten. Der Anlass wird 2019 wieder durchgeführt.

Eines der Aushängeschilder des Gruyère AOP ist selbstverständlich die Maison du Gruyère, wo sich nicht nur der Sitz der Sortenorganisation befindet, sondern auch die Ausstellung über die Käseherstellung, die im Jahr 2018 650'000 Zuschauer besucht haben. Die Sortenorganisation ist derzeit mit dem Renovierungsprojekt beschäftigt, das für den Zeithorizont 2022 – 2025 eine neue Maison du Gruyère vorsieht.

Sämtliche dieser Aktivitäten sind auf der Website www.gruyere.com in neun verschiedenen Sprachen beschrieben. Alle Käsereien, die die Gruyère AOP produzieren, werden hier vorgestellt. Einer der Grundpfeiler dieser Seite ist das Angebot von Rezepten, die Gruyère AOP in all seinen Formen enthalten: warm, kalt oder als Apéro. Mit Instagram, Facebook und Pinterest ist auch der Auftritt in den neuen Medien gewährleistet. Die Bearbeitung der sozialen Medien wird in Zukunft noch verstärkt.

Sämtliche dieser strategischen Arbeiten zielen darauf ab, die Bekanntheit der Marke Gruyère AOP Switzerland zu konsolidieren. Die Wertschöpfungskette Gruyère beabsichtigt zudem, die durch die Mittel des Bundes unterstützte Absatzförderungstätigkeit fortzusetzen. Es ist zu hoffen, dass die Bedingungen, die erlassen wurden, eine attraktive Werbung ermöglichen, und im Zusammenhang mit dem gesprochenen Betrag kein übermässiger administrativer Aufwand erforderlich wird. Dabei ist es wichtig, die Position des Schweizer Käses auf nationaler und internationaler Ebene zu verteidigen.

Vergleich der Exporte in Tonnen (Januar – März)



Total 2001: 2'461 davon EU 1'752
Total 2002: 2'421 davon EU 1'563
Total 2003: 2'401 davon EU 1'524
Total 2004: 2'588 davon EU 1'492
Total 2005: 2'409 davon EU 1'693
Total 2006: 2'602 davon EU 1'734
Total 2007: 2'497 davon EU 1'742
Total 2008: 3'024 davon EU 1'816
Total 2009: 2'367 davon EU 1'813
Total 2010: 3'066 davon EU 1'906
Total 2011: 2'814 davon EU 1'849
Total 2012: 2'796 davon EU 1'881
Total 2013: 3'293 davon EU 2'020
Total 2014: 2'979 davon EU 1'915
Total 2015: 3'170 davon EU 1'998
Total 2016: 2'820 davon EU 1'906
Total 2017: 2'645 davon EU 1'745
Total 2018: 3'163 davon EU 1'994
Total 2019: 3'097 davon EU 1'916

Veranstaltungen 2018

Januar bis März 2018
Giant Xtour

10. bis 13. Januar 2018
Swiss Expo, Lausanne

20. bis 23. Januar 2018
Winter Fancy Food Show und Cheesemonger Invitational, San Francisco

24. Februar bis 4. März 2018
Salon International de l'Agriculture de Paris (SIA)

10. und 11. März 2018
AOC-, AOP- und IGP-Markt in Bourg-en-Bresse, Frankreich

23. März bis 2. April 2018
Messe in Lyon

10. bis 14. April 2018
Zermatt Unplugged

17. bis 21. April 2018
Patrouille des Glaciers, zwischen Zermatt und Verbier

20. bis 29. April 2018
Muba, Basel

April bis September 2018
Regionalfinale Mille Gruyère

27. April bis 6. Mai 2018
LUGA, Luzern

4. bis 13. Mai 2018
BEA, Bern

11. bis 13. Mai 2018,
Biolandbausmesse der Schweiz, Moudon

19. und 20. Mai 2018
Tage des Offenen Weinkellers im Kanton Waadt

30. Juni bis 2. Juli 2018
Summer Fancy Food Show und Cheesemonger Invitational, New York

5. Juli 2018
Athletissima, Lausanne

15. Juli 2018
Slow Up, La Gruyère

17. bis 22. Juli 2018
Paléo Festival, Nyon

21. Juli 2018
30 Jahre E-Bus Zermatt

4. bis 11. August 2018
FIFAD, Festival International du Film Alpin, Les Diablerets

6. bis 12. August 2018
Leichtathletik-Europameisterschaften, Berlin

15. bis 26. August 2018
Weizen- und Brotfest, Echallens

28. bis 30. August 2018
Weltklasse, Zürich

14. und 15. September 2018
OpenBike, Haute Gruyère

15. September 2018
Tchiiz Festival, Gruyère

20. bis 24. September 2018
Salone del gusto, Turin, Italien

28 bis 30 September 2018
Swiss Cheese Award, Luzern

28. September bis 7. Oktober 2018
Züspa, Zürich

28. September bis 7. Oktober 2018
Foire du Valais, Martigny

11. bis 21. Oktober 2018
OLMA, St. Gallen

21. bis 25. Oktober 2018
Salon International de l'alimentation (SIAL), Paris

31. Oktober bis 4. November 2018
Messe Goûts et Terroirs, Bulle

November 2018 bis März 2019
Langlauf-Weltcup

2. bis 11. November 2018
Les Automnales, Genf

2. bis 3. November 2018
World Cheese Awards, Bergen, Norwegen

9. und 10. November 2018
Vully Blues Festival, Praz

16. bis 18. November 2018
Slow Food Market, Zürich

16. bis 24. November 2018
Le Gruyère European Curling Championship, Tallinn, Estland

30. November und 1. Dezember 2018
20 Jahre Freiburger Genossenschaft der Alpkäserproduzenten, Charmey

6. und 8. Dezember 2018
Les Pintes Ouvertes im Kanton Waadt

Dezember 2018 bis März 2019
Kids Nordic Tour, Romandie

9. Dezember 2018
Crosslauf-Europameisterschaften (Leichtathletik), Tilburg, Niederlande

Wintersaison
Fribourg-Gottéron

Ganzes Jahr hindurch
Werbung auf allen Elektrobussen in Zermatt
Auf sämtlichen Abflügen der SWISS ab der Schweiz wird in der Business Class Schweizer Käse serviert

Organe der Sortenorganisation Gruyère

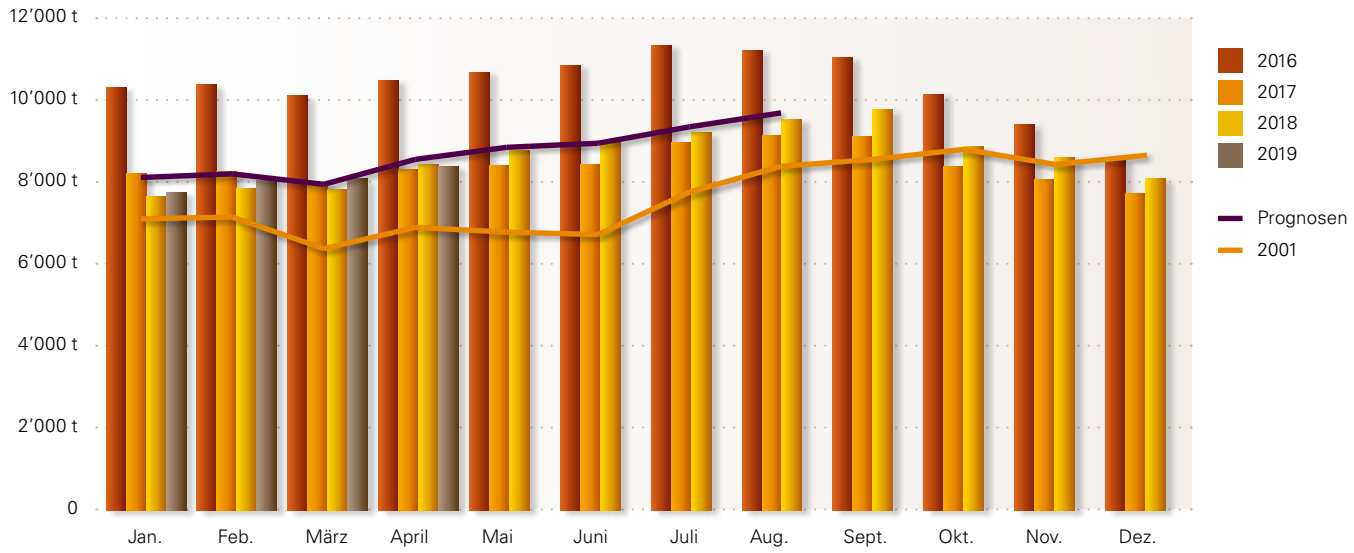
Im Jahr 2018 hat die Sortenorganisation Gruyère unter dem Präsidium von Oswald Kessler verschiedenen organisatorischen und administrativen Tätigkeiten fortgesetzt.

Das Bureau traf sich zu sechs Sitzungen, um die Tätigkeiten des Vorstands vorzubereiten und die Personalpolitik zu definieren.

Der Vorstand tagte insgesamt elf Mal. Eine dieser Sitzungen war einer zweitägigen Klausurtagung in Les Rasses bei Ste-Croix gewidmet. In diesem Rahmen wurden die Leitlinien der Arbeit der Sortenorganisation bekräftigt. Die Vision zeichnet sich aus durch eine strenge Mengenführung und eine lückenlose Rückverfolgbarkeit unter Aufrechterhaltung der Preise des Endprodukts und der Milch. Ausserdem muss die Marke «Le Gruyère AOP Switzerland» das Zugpferd für jegliche Aktivität darstellen. Der Vorstand hat sich auch mit der Marktentwicklung befasst und die uneingeschränkte Anwendung des Pflichtenhefts unterstützt. Auf der Grundlage der zur Verfügung stehenden Instrumente haben die Organe der Sortenorganisation Gruyère die Produktionsmengen bei 100 % der zugeteilten Basisquote halten können. Die Arbeiten des Vorstands basierten auf dem Dokument «Cockpit». Es geht dabei darum, die Marktentwicklung im Zusammenhang mit der Produktion und der Lagerentwicklung besser einzuschätzen. Die auf diese Weise ermittelten Indikatoren ermöglichen eine kurz- bis mittelfristige effiziente Bewirtschaftung.

Die Delegiertenversammlung tagte zwei Mal. Eine Versammlung zur Genehmigung der Jahresrechnung und des Jahresberichts fand in Cernier statt. An der anderen

Vergleich der Entwicklung der Vorräte (Ende April 2019) in Tonnen



wurden das Budget genehmigt und die Produktionsmengen für 2019 definiert. Der im Herbst 2018 gefasste Beschluss sah eine 100%-ige Produktionsmenge vor, bei einer neuen Basismenge von 101 % für alle Käsereien. Damit sollten diese Mengen in den ersten drei Monaten des Jahres gesichert und im März 2019 bestätigt werden, was auch so erfolgte. Die Verkaufsentwicklung zeichnet sich in der Tat positiv ab und die Lager sind relativ tief.

Die Alpkäsekommission, deren Ziel es ist, die Ursprungsbezeichnung «Le Gruyère d'Alpage AOP» spezifisch zu behandeln, tagte drei Mal. Die erfreuliche Marktlage ermöglichte es, den Alpen mit genügend Potenzial und entsprechender Käsequalität im Jahr 2018 vorzuschlagen, drei Prozent mehr als die zugeteilte Basisquote zu produzieren. Diskutiert wurde zudem über den Start mit neuen Alpen. Diese Optionen werden im Laufe des Jahres 2019 für die Alpsaison 2010 – 2021 konkretisiert. Diese Spezialität muss mit einem Tuch gepresst werden und der Herstellungsprozess des Bruchschneidens muss manuell erfolgen.

Die Biokommission traf sich zu vier Sitzungen, um auf die Qualitätsentwicklung und insbesondere die Menge der biologischen Produktion innerhalb der Gruyère AOP-Wertschöpfungskette einzugehen. Die Qualität und die gesamte Produktion bereiten keine Sorgen. Aufgrund der äusserst positiven Entwicklung der Verkäufe sind aber die Lager Ende des Jahres sehr tief. Dem Vorstand wurden Vorschläge unterbreitet, um für den Gruyère AOP Bio eine besondere Absatzförderung zu betreiben. Diese Vorschläge wurden nicht berücksichtigt, müssen aber künftig in die gesamte Absatzförderung des Gruyère AOP einfliessen. Erfreulich ist jedoch festzustellen, dass in der Schweiz und auch auf gewissen internationalen Märkten wie Frankreich das Bio-Segment von Gruyère AOP sehr positive Entwicklungen zeigt.

Die Marketingkommission tagte drei Mal. Diese Kommission kümmerte sich um die Absatzförderung, insbesondere auf den verschiedenen internationalen Märkten. Ziel ist es, die Verkäufe von Gruyère AOP künftig bestmöglich anzukurbeln. Die Rolle dieser Kommission wird in naher Zukunft neu definiert werden müssen.

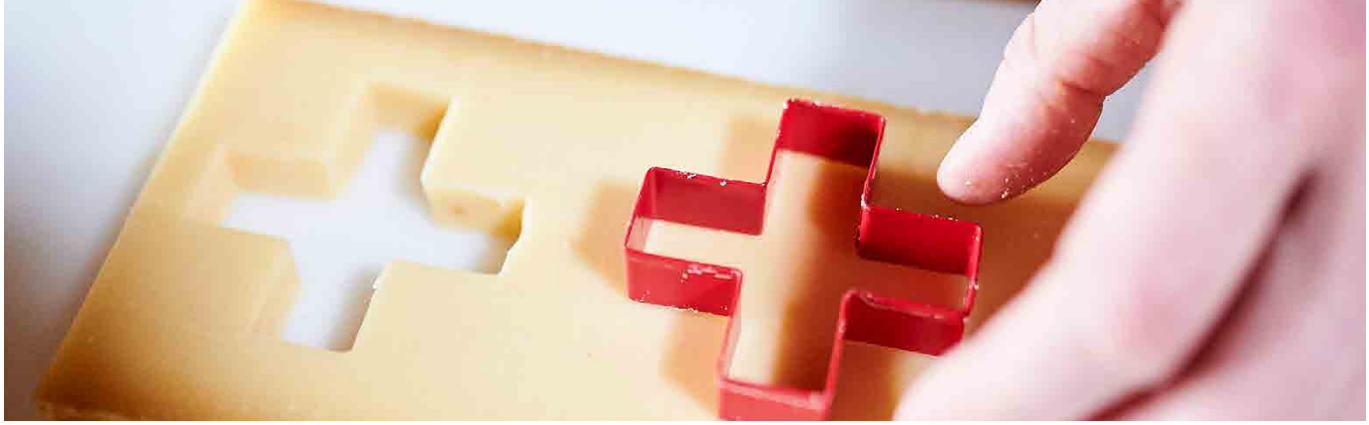
Die Planungskommission traf sich sechs Mal. Die Hauptproblematik ist die Einhaltung der Mengenvorgaben des Systems 3/9, aber auch die Planung neuer Käsereien und die entsprechende Mengenplanung von Gruyère AOP. Es ist äusserst wichtig, dass die Beschlüsse der Planungskommission mit der Anwendung des Pflichtenhefts übereinstimmen. Gegen die von dieser Kommission gefassten Beschlüsse im Zusammenhang mit der Mengensteuerung kann bei der Rekurskommission Beschwerde erhoben werden. Letztere tagte dazu einmal und wies die eingereichten Rekurse ab.

Die Qualitätskommission traf sich zu zwei Sitzungen. Sie befasst sich mit der Qualitätsentwicklung des Gruyère AOP, die generell sehr gut ist. In diesem Rahmen muss darauf geachtet werden, dass der handwerkliche Charakter des Produktionsprozesses erhalten bleibt, der den unvergleichlichen Geschmack des Gruyère AOP prägt. Treten besondere Probleme in Käsereien auf, wird eine Ad-hoc-Kommission nominiert, welche die betroffenen Betriebe begleitet und Lösungen vorschlägt. Eine solche Kommission trat drei Mal zusammen, um geeignete Lösungen für die entsprechenden Fälle zu finden. Eine andere Ad-hoc-Kommission zur Begleitung der Entwicklung in den Milchbetrieben prüfte Lösungen für eine gewisse Automatisierung der Fütterung.

Es gilt zu berücksichtigen, dass der Qualitätssektor immer mit der Forschung einhergeht, sowohl bezüglich der Herkunftsnachweiskulturen als auch der Kennzeichnung auf der Käseoberfläche, damit der Gruyère AOP auf dem Markt als solcher erkennbar ist. Es bleibt zu hoffen, dass im Laufe des Jahres 2019 oder spätestens im Jahr 2020 sichtbare Ergebnisse vorliegen.

Die Geschäftsstelle wird von Direktor Philippe Bardet und Vizedirektor Marc Gendre geleitet. Letzterer leitet den Qualitätssektor, bei dem sich Thierry Bize und Christophe Magne die Arbeiten teilen. Dieser Sektor arbeitet mit verschiedenen Qualitätsförderstellen wie CASEi, Arqha und Agroscope zusammen.

Das Jahr 2018 war für die Marketingabteilung unter der Leitung des Direktors ein Übergangsjahr. Auch wenn alle Aufgaben bewältigt werden konnten, war es notwendig, eine Lösung zu finden für die Aufgaben von Laure



Rousseau, welche die Sortenorganisation verlassen hat. Aufgrund eines erfreulichen Ereignisses, nämlich der Geburt der Tochter von Marie L'Homme, mussten deren Aufgaben vorübergehend aufgeteilt werden. Die Marketingabteilung konnte auf die Unterstützung von Philippe Gremaud und Catherine Merian zählen. Beide waren vor rund zehn Jahren bereits für die Sortenorganisation Gruyère tätig. Um die verschiedenen Aufgaben dieser Abteilung so effizient wie möglich wahrnehmen zu können, wurde diese Abteilung per Ende Jahr durch Anaïs Grandjean verstärkt. Sie ist für verschiedene Dossiers zuständig, darunter die Publikationen und die neuen Medien. Der letzte Punkt ist heute zentral, um neue Konsumenten zu erreichen. Ausserdem wurde eine weitere Person gesucht, die sich um die internationalen Märkte kümmert. Per 1. Februar 2019 konnte Denis Kaser in dieser Funktion angestellt werden. Die Marketingabteilung setzt sich somit im neuen Jahr aus Marie L'Homme, Anaïs Grandjean, Catherine Merian, Philippe Gremaud und Denis Kaser zusammen.

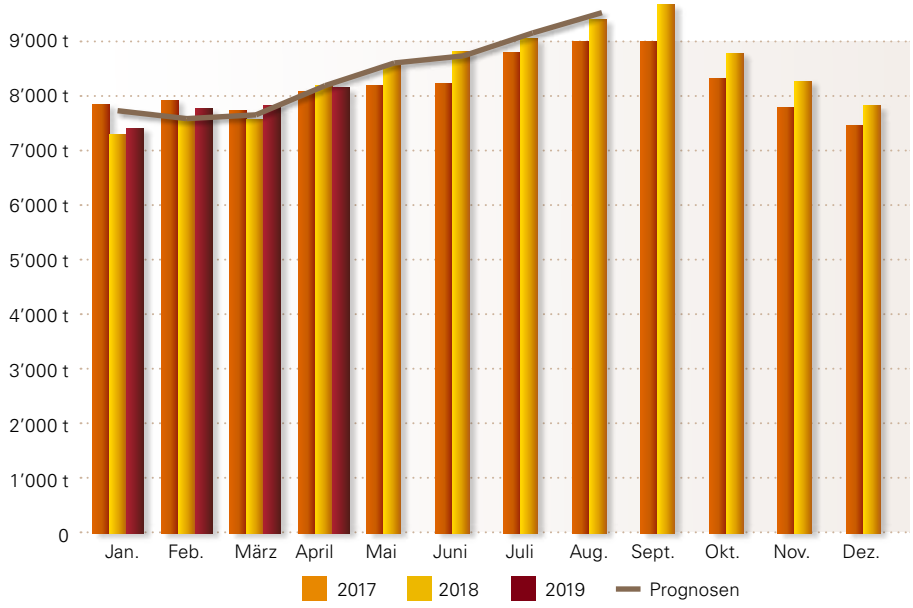
Was die Bewirtschaftung der Werbemittel der Sortenorganisation anbelangt, darf die Wertschöpfungskette noch immer auf Meinrad Gaillard zählen.

Das Sekretariat wird von Christine Grandjean und Julie Sudan geführt, die ebenfalls ein Kind, einen Sohn, zur Welt gebracht hat.

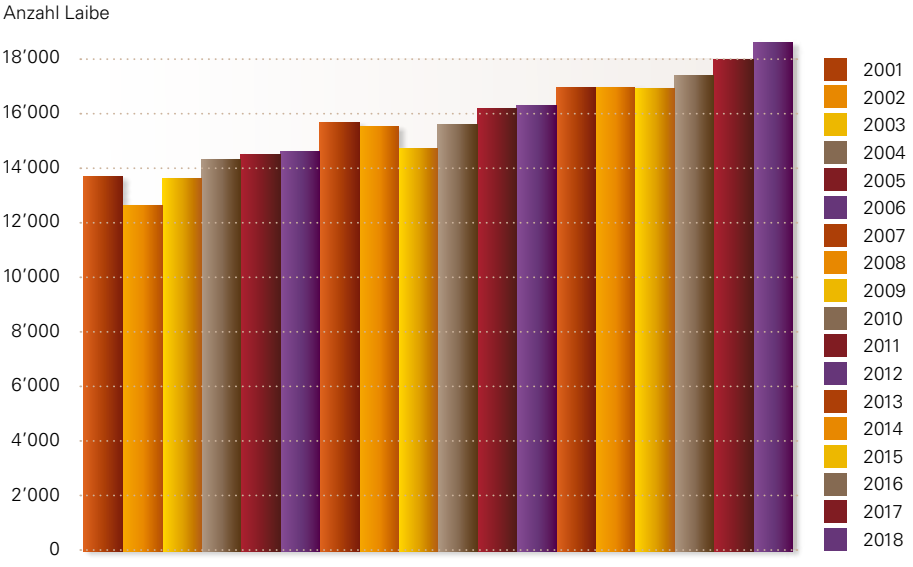
Für die Buchhaltung sind Magali Vuichard und Sandy Uldry zuständig.

Dieses motivierte Team, das teilweise personell erneuert wurde, wird seine Arbeit im Bereich der Absatzförderung und zum Schutz des Gruyère AOP im Jahr 2019 mit grossem Enthusiasmus weiterführen.

Vergleich der Entwicklung der Vorräte ohne Alpbewirtschaftung (Ende April 2019) in Tonnen



Vergleich der Alpproduktion (Kaseinmarke)



Vorstand in Zusammensetzung zum 31. Dezember 2018

Vorstand der Sortenorganisation Gruyère

Präsident	Oswald Kessler*	Yverdon-les-Bains
Produzenten	Romane Botteron	La Sagne
	Didier Roch*	Ballens
	Nicolas Savary	Sâles (Gruyère)
	Pascal Surchat	Blessens
Käser	Nicolas Schmoutz	Mézières FR
	Adrian Scheidegger	Niedermuhren
	Didier Germain#*	Les Ponts-de-Martel
	René Pernet	Peney-le-Jorat
Affineure	Jean-Marc Collomb	Fromco SA, Moudon
	Gilles Margot*	Margot Fromages SA, Yverdon
	Jean-Charles Michaud	Mifroma SA, Ursy
	Ralph Perroud	Fromage Gruyère SA, Bulle
Gäste	Jean-Pierre Huguenin	Avocat, Boudry
	Olivier Isler	Fromarte, Bern
	Daniel Koller	SMP, Bern
	Roland Sahli[1]	Gourmino AG, Lenzburg

 # Vizepräsident
*** Mitglied des Bureaus**
[1] Koordinator der Affineure

Perspektiven **2019**

Es ist den Organen der Sortenorganisation ein Anliegen, die Funktionsweise 2019 auf der Grundlage folgender Prinzipien zu verbessern:

Quantität

- Einführung eines Mengenmanagement- und Planungsinstruments, das auf Transparenz und Vertrauen basiert. Ziel ist ein qualitatives Wachstum unter Festlegung einer Alarmschwelle. -> *Ein Cockpit zur Bewirtschaftung des Lagers, der Produktion und des Absatzes ist im Einsatz. Die Alarmschwellen werden laufend überprüft, um bestmöglich auf die Marktnachfrage reagieren zu können.*
- Stärkung der Massnahmen und Entscheidungen zur Einhaltung der Regeln und Bekämpfung der Nachahmungen. -> *Die Sortenorganisation Gruyère unterstützt aktiv die Motion Savary, die den Einsatz von privaten Kontrollbeauftragten vorsieht.*

Qualität

- Einführung eines Systems zur Qualitätsüberwachung bis zum Verkaufspunkt (produktimmanente Qualität und Gesamtqualität), unter Berücksichtigung der Erwartungen des Konsumenten (Panel). -> *Die Berner Fachhochschule HAFL wurde mit einem Mandat beauftragt, das durch eine Studie über die junge Generation ergänzt wurde.*
- Einführung eines Monitorings der Entwicklung der Produktions- und Anlagentechniken im Zusammenhang mit der Qualität des Gruyère AOP. -> *Eine Zusammenarbeit mit Agroscope, Arqha und CASEi wird in Angriff genommen.*

Rentabilität

- Gewährleistung der Rentabilität der Branche, ihrer Akteure und ihrer Verwaltung.
- Prüfung der Einführung einer rechtlich zulässigen Struktur zur brancheninternen Koordination der Geschäftspolitik.

Kunde

- Analyse und Definition des Images, der Geschichte, der Stärken und der Besonderheiten des Gruyère AOP. *-> Die Milchproduzentengruppe des Gruyère AOP wird das Resultat dieses Mandats präsentieren, mit dem ein externer Berater beauftragt wurde, der die Entwicklung der Betriebe unter dem Gesichtspunkt der Nachhaltigkeit definieren soll.*
- Analyse und Definition der Inhalte, die man dem Kunden und dem Konsumenten vermitteln will.

Marke und Marketing

- Erarbeitung einer klaren Marken- und Marketingstrategie, gestützt auf eine objektive Analyse der aktuellen Lage. --> *Eine Strategie, die sich auf die Leitlinien der guten Herstellungspraxis und das Pflichtenheft stützt wird mit den Marktakteuren definiert.*
- Verstärkung der Marketingstruktur der Sortenorganisation Gruyère durch Neudefinierung der Ziele, Aufgaben und Verantwortung der betroffenen Akteure.
- Realisierung eines Kommunikationskonzepts und einer neuen Stossrichtung der Werbung für die Schweiz.

Zukunft der Sortenorganisation Gruyère

- Einführung eines Risikoanalysesystems für die Sortenorganisation Gruyère (Riskmanagement).
- Förderung der Identifikation der Mitglieder mit der Branche, der sie angehören. -> *Jedes Branchenmitglied rückt die Marke «Le Gruyère AOP Switzerland» in den Vordergrund. Um die Zusammenarbeit innerhalb der Branche zu stärken und «Le Gruyère AOP Switzerland» zu fördern, wird eine Studie durchgeführt.*

Die Sortenorganisation beabsichtigt, ihre Aufgabe zur Entwicklung des Gruyère AOP im Interesse des Konsumenten zu erfüllen. Dabei soll eine faire Verteilung des wirtschaftlichen Mehrwerts auf alle Mitglieder, die sich täglich um die Produktion des edlen Käses kümmern, gewährleistet sein.

Zusammenfassung der Aufteilung des gesamten Produktionspotentials des Gruyère AOP nach Käserei und Kanton für das Jahr 2019 (mit Rollmenge)

Kanton	Dorfkäsereien			Bio			Dorfkäsereien + Bio		Alpbetriebe			Alle Käsereien		
	Mengen (Kg)	(%)	Anzahl	Mengen (Kg)	(%)	Anzahl	Mengen (Kg)	(%)	Mengen (Kg)	(%)	Anzahl	Mengen (Kg)	(%)	Anzahl
FR	15'091'095	51.53	84	344'666	30.31	4	15'435'761	50.74	192'227	34.39	31	15'627'988	50.45	115
VD	8'317'461	28.40	39	320'520	28.18	3*	8'637'981	28.40	344'915	61.70	21	8'982'896	29.00	61
NE	2'873'798	9.81	15	99'500	8.75	1	2'973'298	9.77				2'973'298	9.60	15
JU	703'564	2.40	3	153'537	13.50	1	857'101	2.82				857'101	2.77	3
JUBE + Abs.	870'607	2.97	5	98'614	8.67	1	969'221	3.19	21'839	3.91	3	991'060	3.20	8
BE	952'042	3.25	8	120'414	10.59	1	1'072'456	3.53				1'072'456	3.46	8
Andere Kantone	474'885	1.62	6				474'885	1.56				474'885	1.53	6
Total	**29'283'452**	**100.00**	**160**	**1'137'251**	**100.00**	**11***	**30'420'703**	**100.00**	**558'981**	**100.00**	**55**	**30'979'684**	**100.00**	**216**

* Das Total der Käsereien mit Bioproduktion umfasst 10 Käsereien mit trad. und biol. Gruyèreproduktion und eine Käserei mit ausschliesslicher Bioproduktion.