FACHZEITSCHRIFT DER SORTENORGANISATION GRUYÈRE

# l'oiseau

## ÜBERGANG

PHILIPPE BARDET: EINE KARRIERE BEI DER IPG ÜBERGABE AN OLIVIER ISLER

## MARKTFORSCHUNG

DAS SAGEN DIE KONSUMENTINNEN UND KONSUMENTEN UND DIE GROSSEN DETAILHÄNDLER

Nr. 69 - April 2025

LE GRUYÈRE® SWITZERLAND AOP

# INHALT


## EDITORIAL

03 BERICHT DES PRÄSIDENT

## ÜBERGANG

04 IN ALLER VERTRAUTHEIT: PHILIPPE BARDETS WEGGEFÄHRTEN ERINNERN SICH

08 AEHRENRUNDE FÜR PHILIPPE BARDET – NACH MEHR ALS 25 JAHREN AN DER SPITZE DER IPG

## BRANCHE

10 PHILIPPE BARDET IST DER AGRO-STAR SUISSE 2025: DIE KRÖNUNG EINER BEISPIELHAFTEN ERFOLGSGESCHICHTE

## ERFAHRUNGSBERICHTE

13 „ES IST NUR EIN AUF WIEDERSEHEN...“

## PORTRÄT

16 OLIVIER ISLER, ZUKÜNFTIGER DIREKTOR DER IPG

## WETTBEWERB

18 DIE GEWINNER DER STAATSWETTBEWERBE NE, VD UND FR

## MARKETING

22 MIS-TREND-UMFRAGE: KONSUMTRENDS

26 IST DER STEIGENDE GRUYÈRE AOPABSATZ EINE GUTE NACHRICHT? JA, ABER …

## SPONSORING

28 DER FIS LANGLAUF-WELTCUP

## IMPRESSUM


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

**Redaktion**
Magali Dubois
Interprofession du Gruyère

**Übersetzung**
Delicatext gmbh, 8003 Zürich
www.delicatext.ch

**Layout**
Numéro10

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

**Fotografien**
Etienne Francey
Gabriel Monnet

**Auflage** 2’550 Exemplare

**Gedruckt in der Schweiz** bei Polygravia

# EDITORIAL

## EIN NEUES KAPITEL BEGINNT, PLATZ FÜR NEUE ABENTEUER!

Die aktuelle Ausgabe von L'Oiseau räumt Philippe Bardet den Platz ein, der ihm gebührt. Band 1 der Geschichte des Gruyère AOP, der von unserem langjährigen Direktor geprägt wurde, geht zu Ende. Band zwei beginnt mit dem Amtsantritt des neuen Direktors Olivier Isler. Der Abschied fällt schwer, aber es ist die Gelegenheit, auf den grossartigen Weg zurückzublicken, der in mehr als einem Vierteljahrhundert zurückgelegt wurde. Und ein Grund, der Zukunft optimistisch entgegenzusehen, da eine solide Grundlage geschaffen wurde. Also, nur Mut – und auf zu neuen Abenteuern!

Bei der Vorbereitung dieser Ausgabe von L'Oiseau kamen die Pioniere, Gründungsmitglieder unserer Sortenorganisation und Freunde des Gruyère AOP zusammen. Besonders auffällig ist, dass die Sortenorganisation Gruyère durch die drohende Industrialisierung der Gruyère-Herstellung entstand, die Anfang der 1990er-Jahre von verschiedenen Instanzen ins Auge gefasst wurde. Glücklicherweise gingen Enthusiasten und andere Westschweizer Politiker auf die Barrikaden und schafften es, die Gruyère-Charta einzuführen, die 1992 verabschiedet wurde. Die Gründung der Sortenorganisation Gruyère war 1997 die logische Folge, der Rest ist Geschichte. Weniger bekannt, aber nicht weniger wichtig ist, dass wir uns sonst mit grosser Wahrscheinlichkeit in der gleichen bedauerlichen Situation befinden würden wie der Emmentaler. «Vergiss nie, woher du kommst», dieser Slogan der Sortenorganisation Gruyère der ersten Stunde behält somit seine Gültigkeit!

Philippe ist nicht nur ein einfacher Direktor, sondern ein echter Kapitän auf langer Fahrt, den ich mit dem berühmten Kapitän HADDOCK aus Tim und Struppi mit seiner leidenschaftlichen und leicht aufbrausenden Art vergleichen möchte. Für die Sortenorganisation Gruyère war Philippe ein Kapitän AD'HOC, zweifellos der richtige Mann, genau der, den unsere Branche brauchte, um auf Kurs zu bleiben. Er hat unzählige Abenteuer und Stürme überstanden, zahllose Wutausbrüche und jede Menge Ärger überwunden. Seine aussergewöhnliche Resilienz ermöglichte es ihm, den Gruyère AOP auf Erfolgskurs zu halten.

Philipp, der Kapitän des Flaggschiffs, das eine etwas uneinheitliche Flottille aus verschiedenen Schiffskategorien anführt, in diesem Fall drei. Es ist keine leichte Aufgabe, sie auf einer bisweilen stürmischen See zusammenzuhalten, damit sie nicht auseinanderdriften. Philippe beherrschte diese Kunst perfekt. Mithilfe seiner engsten Crew verstand er es stets, alle Teile der Flotte zufriedenzustellen – oder alle gleichermassen zu verärgern – Hauptsache, sie wurden immer gleich und fair behandelt. Nun steht ein erster Zwischenstopp an, Zeit für die Besatzungen, um Kraft für einen neuen Start zu sammeln, und für den Kapitän, um seinen Hut zu nehmen!

Nochmals BRAVO und DANKE, Kapitän! Möge der Wind für dich und unseren geliebten Gruyère AOP weiterhin günstig stehen, damit er einer strahlenden Zukunft entgegensegeln kann!

**PIERRE-IVAN GUYOT**
*Präsident der IPG*

# IN ALLER VERTRAUTHEIT: PHILIPPE BARDETS WEGGEFÄHRTEN ERINNERN SICH

Vorne, von links nach rechts: Benjamin Henchoz, Jean-Claude Maillard, Jean-Claude Rossier, René Kolly und Oswald Kessler. Hinten, von links nach rechts: Marc Gendre, Jean-Marc Collomb, Frédéric Brand, Pierre-Ivan Guyot und Didier Germain.

**Philippe Bardets Unterstützer der ersten Stunde haben sich getroffen, um die Geschichte des Gruyère AOP nachzuzeichnen. Bei dem Treffen schwelgten sie in Erinnerungen, sie erzählten sich Anekdoten und es wurde viel gelacht. Ausgewählte Höhepunkte.**

Anfang der 1990er-Jahre erschüttert das Schreckgespenst der Liberalisierung des Milchmarkts den Sektor. Das Ende der staatlich auferlegten Quoten zur Regulierung der produzierten Mengen, der Stabilisierung der Preise und zum Schutz der Landwirte naht. Der Bundesrat fordert den Sektor auf, sich zu

## DIE IPG IN 8 SCHLÜSSELDATEN

**1992** : Unterzeichnung der Gruyère-Charta

**1997** : Gründung der Sortenorganisation Gruyère

**2001** : Der Gruyère erhält seine kontrollierte Herkunftsbezeichnung, die mit einer Show auf dem Eis und einem gemeinsamen Essen mit den Branchenmitgliedern gefeiert wird.

**2002** : Erste grosse Sponsoring-Partnerschaft mit der European Curling Federation

modernisieren und an die Realitäten eines globalisierten Marktes anzupassen. Angesichts der wachsenden internationalen Konkurrenz werden Marktnachfrage, Innovation und Diversifizierung zu Kardinaltugenden. Die Schweizerische Käseunion (SKU) verliert ihre Daseinsberechtigung und löst sich 1999 auf. Der Milchmarkt muss grundlegend umgestaltet werden.

## GRUYÈRE, KEIN X-BELIEBIGER KÄSE!

In den Westschweizer Kantonen organisiert sich der Widerstand. Eine Standardisierung des Produkts und der Verlust der Mengensteuerung stehen ausser Frage: Dies würde zwangsläufig zu einer niedrigeren Bezahlung der Produzenten führen. Im Gegenteil, der Gruyère und seine traditionelle Herstellungsweise müssen zu Aushängeschildern der Gastronomie und der lokalen Wirtschaft werden. Geleitet von unverhandelbaren Überzeugungen nahm sich ein gewisser Philippe Bardet der Sache an. Damals war er für die Fédération des Sociétés d'Agriculture de Suisse Romande (FSASR), heute Agora, tätig. «Er öffnete uns die Augen für das Potenzial dessen, was auf dem Land noch unter den Sammelbegriff 'Käse' fiel», erinnert sich Jean-Claude Maillard, Mitglied der Kommission für die Charta des Gruyère und Gründungsmitglied der IPG.

## EIN NACHHALTIGES WERTEFUNDAMENT

Philippe Bardet schreitet zur Tat. Er arbeitet mit Jean-Marc Collomb, dem ehemaligen Direktor der FROMCO SA, zusammen. Dieser war damals als Co-Sekretär für die Ausgestaltung der Sortenorganisation Gruyère verantwortlich, welche nach der 1992 unterzeichneten Gruyère-Charta ins Leben gerufen werden sollte. Die Charta, die vom Zentralverband der Milchproduzenten (UCPL) mühsam genehmigt worden war, legt die Anforderungen an die Qualität und Authentizität des Produkts fest. «Da es keine rechtliche Anerkennung gab, war die Charta nicht mehr als ein mündlicher Pakt», erinnert sich Jean-Marc Collomb. Ihre rigorose Umsetzung und Umwandlung in einen echten Branchenverband erfordert daher eine gehörige Portion Mut und Überzeugung: «Der gemeinsame Feind, d. h. das Projekt des Zentralverbands schweizerischer Milchproduzenten, nämlich eine Regulierung der Milchmengen entsprechend der direkten Marktnachfrage, sowie die drohende Banalisierung des Gruyère, hat uns den nötigen Motivationsschub gegeben», fügt Jean-Marc Collomb hinzu.

Im Bundesamt für Landwirtschaft (BLW) war Frédéric Brand, heute Direktor für Landwirtschaft, Weinbau und Bodenverbesserungen im Staat Waadt, für das Dossier zuständig: «Philippe Bardet setzte sich für eine AOC ein, aus der später eine AOP wurde. Damit verteidigte er die Werte eines kulturellen Erbes, denen wir uns alle verbunden fühlen. Das zeigen auch unsere Lebensläufe», stellt er fest.

## EIN LEERES BLATT

Als Mitarbeiterin am Institut für ländliche Wirtschaft der EPFL erhielt Dominique Barjolle den Auftrag, Organisationsmodelle zu entwerfen. Sie wusste, dass der Bund die Einführung eines branchenähnlichen Systems, wie man es aus Frankreich bereits bereits kannte, positiv sah. Inzwischen forscht sie am Institut für Geografie und Nachhaltigkeit der Universität Lausanne. Lächelnd erinnert sie sich: «Wir haben die möglichen Varianten bei einem Seminar im Wallis auf neutralem Boden besprochen», und fügt hinzu: «Wir standen vor

**2004** : 1. Wettbewerb der IPG mit der Verleihung von Medaillen und Auszeichnungen

**2011** : Gedenken an den zehnten Jahrestag des Erhalts der AOC, auf den im selben Jahr die Verleihung der geschützten Ursprungsbezeichnung folgen wird

**2022** : 25 Jahre IPG, zweitägige Feier mit der gesamten Branche mit einer humoristischen Show und einem geselligen Essen

**2024** : Le Gruyère AOP Switzerland schafft es laut Brand Indicator Switzerland in die Top 10 der beliebtesten Marken der Schweizerinnen und Schweizer.

einem leeren Blatt, alles musste neu erfunden werden. Philippe Bardet nutzte diese Handlungsfreiheit sehr klug, dabei stellte er eine konstante Forderung: die drei Berufsgruppen sollten fair behandelt werden». Drei Berufsgruppen, die die noch junge IPG überzeugen muss, obwohl sie keine Garantien geben konnte. Jean-Claude Rossier, ehemaliger Direktor von Mifroma und Gründungsmitglied, war entscheidend an der Entwicklung und der Finanzierung der IPG beteiligt: «Wir rekrutierten unsere Mitglieder, ohne zu wissen, was die Zukunft bringen würde», erzählt er. «Im Wesentlichen lautete die Botschaft: Wir wissen nicht, ob und wie viel wir euch bezahlen können, aber kommt zu uns!».

## OFT WIDERSPENSTIG, MANCHMAL VERSÖHNLICH, IMMER LOYAL

Didier Germain, Käser in Les Ponts-de-Martel und Gründungsmitglied der IPG, erinnert sich an harte Verhandlungen: «Alle waren von der Philosophie überzeugt, aber um die Preise wurde hart gekämpft!» Philippe Bardet gibt nicht nach, er diskutiert, verhandelt, macht Kompromisse. Der ehemalige Neuenburger Staatsrat und erste Präsident der IPG, Pierre Dubois, stand damals an seiner Seite: «Sein starker Charakter und seine Beharrlichkeit haben es Philippe ermöglicht, Lösungen im Einklang mit der ursprünglichen Vision zu finden», betont er. Diese Vision herrscht auch heute noch vor: «Das Pflichtenheft ist seit der ersten Fassung unverändert geblieben, obwohl es immer wieder attackiert wird», erklärt Marc Gendre, Vizedirektor der IPG.

## KEIN BISSCHEN ANGST, TROTZ ALLER WIDRIGKEITEN

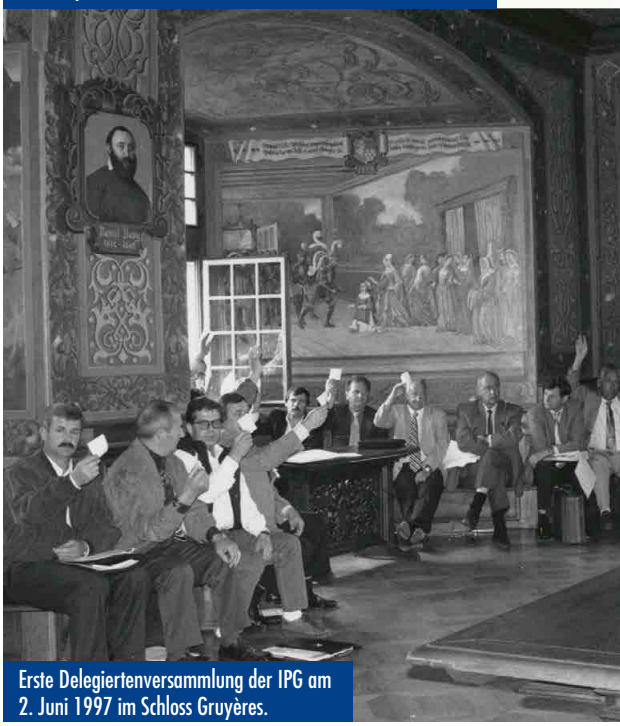
Einige Dossiers hatten es in sich – «Er ist aus Stahl, aber nicht rostfrei» wie es Benjamin Henchoz, verteidigendes Gründungsmitglied der Milchproduzenten im Vorstand der IPG, ausdrückt. Andere erwiesen sich als spannende Herausforderungen: «Philippe und ich waren überzeugt, dass der Gruyère AOP das Potenzial für eine Marke hat. Nachdem uns das BLW seine Vorbehalte mitteilte, nahm Philippe das Projekt in Angriff, mehr brauchte es nicht», erinnert sich Oswald Kessler, Präsident der IPG von 2011 bis 2022 und ehemaliger Geschäftsführer der Migros Zürich. Eine Inspiration: Im Jahr 2024 landete der Gruyère AOP in einer Rangliste der Marken, denen die Schweizer am meisten vertrauen, auf dem ersten Platz, vor den grossen Namen aus der Tech-Branche.

In den 2010er-Jahren nahm es Philippe Bardet mit einem besonders mächtigen Gegner auf: Emmi schickte sich an, in den USA «Gruyère Cheese» zu produzieren, unter Missachtung der geschützten Bezeichnung Gruyère AOP und der spezifischen Produktionsbedingungen. Eine Kriegserklärung. Der Direktor der IPG protestierte lautstark, vor allem in den Medien. «Es war mutig, es mit dem grössten Schweizer Milchkonzern aufzunehmen, in dem der ehemalige Bundesrat Joseph Deiss als Verwaltungsratsmitglied sass. Philippe hat nicht gezögert», erinnert sich Pierre-Ivan Guyot, ehemaliger Leiter des Landwirtschaftsamts des Kantons Neuenburg und aktueller Präsident der IPG, voller Bewunderung. Zuletzt nahmen es Philippe Bardet und Pierre-Ivan Guyot mit einer grossen Detailhandelskette auf, die Gruyère AOP unter einer günstigen Eigenmarke verkaufen wollte. Für die IPG stand dies ausser Frage: Zum Schutz der Marke legte Philippe Bardet dem Detailhändler nahe, den Gruyère AOP stattdessen ganz aus dem Sortiment zu nehmen. Dem Händler riet er, eine andere Lösung zu finden.

## KOMPROMISSE FINDEN, UM WEITERZUKOMMEN

Er ist für seine pointierten Positionen bekannt, und auch für den einen oder anderen denkwürdigen Wutausbruch … Die Kehrseite seines beeindruckenden Kampfgeistes? Auf jeden Fall ein Mittel zur Verteidigung gegen «böse Absichten, die ihm zuwider sind», sagt René Kolly, pensionierter Käser und Gründungsmitglied. Als grosser Liebhaber La Fontaines verbindet Pierre Dubois die Moral der Fabel «Der Müller, sein Sohn und ihr Esel» mit Philippe Bardet. Mit

Philippe Bardet, M. Fellay (Generalsekretär der Sociétés d'Agriculture de la Suisse Romande), M. Luthy (Direktor des Zentralverbands der Schweizer Milchproduzenten, UCPL), M. Pichonnaz (Vizepräsident der UCPL) bei der Unterzeichnung der Gruyère-Charta im Jahr 1992.



Erste Delegiertenversammlung der IPG am 2. Juni 1997 im Schloss Gruyères.

anderen Worten: Man kann es nicht allen recht machen, deshalb kann man genauso gut sein Ding durchziehen. Philippe Bardet war stets entschlossen, zugänglich und enthusiastisch. Er verstand es, Vorschläge zu machen, sich durchzusetzen und Lösungen zu finden. Es war ihm ein Anliegen, den Dialog aufrechtzuerhalten, «selbst mit seinen grössten Gegnern», wie Benjamin Henchoz betont, und den gesunden Menschenverstand durchzusetzen: «Philippe ist kein Träumer, er braucht etwas Konkretes», sagt Marc Gendre weiter. René Kolly fügt nüchtern hinzu: «Er war einfach der richtige Mann für die Aufgabe.» Mit seinem Ausscheiden Ende Mai 2025 hinterlässt Philippe Bardet ein grosses Erbe, das hoffentlich noch lange erhalten bleiben wird.

Economie laitière — Agri-hebdo, Samedi 11 juillet 1992 — 9

La Charte du gruyère a été signée

## Un premier pas vers l'AOC

Jean-Christophe FONTANNAZ — MM. Urs Schwaller (à gauche) et Constant Bourquin. (Photos J.-Ch. F.)

## Le texte intégral de la charte

Dénomination

Matière première

Zone de production

Tableau 1. Production de gruyère en Suisse (en kilos)

## Quelques explications techniques pour mieux comprendre la charte

Le fourrage non ensilé

Le petit-lait

Présentation der Charta des Gruyère in der Bauernzeitung Agri-Hebdo vom 11. Juli 1992.

Département fédéral de l'économie

Bundesamt für Landwirtschaft
Office fédéral de l'agriculture
Ufficio federale dell'agricoltura
Uffizi federal d'agricultura

Registre des appellations d'origine et des indications géographiques

Catégorie produits agricoles transformés: fromage

La dénomination

Gruyère

est inscrite au registre fédéral comme

appellation d'origine contrôlée

Décision du 6 juillet 2001

Le directeur

Die kontrollierte Ursprungsbezeichnung (AOC) verlieh der Marke Le Gruyère AOP Switzerland und ihrem Produkt Anerkennung und Schutz in der Schweiz und in ganz Europa. Damit spielte sie eine Schlüsselrolle für den Fortbestand der Branche.

Manfred Bötsch und Pierre Dubois (Direktor des BLW von 2000-2011) präsentieren die AOC-Urkunde im Jahr 2001.

Am 6. Juli 2011 verkündeten der damalige Präsident Pierre Dubois und Philippe Bardet im Rittersaal des Schlosses Gruyères den Erhalt der AOP.

# EHRENRUNDE FÜR PHILIPPE BARDET – NACH MEHR ALS 25 JAHREN AN DER SPITZE DER IPG

**Von der Milch zur Exzellenz: Philippe Bardet setzte sich unermüdlich für die Anerkennung und die Qualität des Gruyère AOP ein. Kurz bevor er sich in den Ruhestand verabschiedet, blickt er auf die prägenden Momente seines unerschütterlichen Engagements zurück.**

Wenn er sich zurückerinnert, gibt Philippe Bardet gerne zu, dass er durch Zufall «auf den Käse» gekommen ist. «Ich hatte das Glück, zur richtigen Zeit am richtigen Ort zu sein, umgeben von den richtigen Leuten», erklärt er bescheiden. Aber wer ihn kennt, der weiss: Hinter dieser Bescheidenheit verbergen sich unbändige Energie, eine selbstbewusste Führungsrolle und echte Weitsicht.

Denn ihm und seinen damaligen Unterstützern ist es zu verdanken, dass der Gruyère durch eine AOP geadelt wurde. Anfang der 1990er-Jahre, mit der Entstehung des Europäischen Wirtschaftsraums, machte man sich in der Landwirtschaft berechtigte Sorgen um die Zukunft. Das System der staatlichen Subventionierung war am Ende. Zudem erregten einige Projekte die Gemüter, zum Beispiel der Bau einer riesigen Industriekäserei im Kanton Freiburg. In diesem Kontext bahnte sich die Idee an, bestimmte landwirtschaftliche Produkte und das damit verbundene handwerkliche Know-how zu schützen.

## DER ROBIN HOOD DES HARTKÄSES

Im Jahr 1991, damals als Mitarbeiter der Fédération des sociétés agricoles de Suisse romande (FSASR) – heute Agora –, nahm sich Philippe Bardet des Gruyère-Dossiers an: «Mir gefiel die Idee, für ein schönes Produkt einzutreten, das dezentralisiert hergestellt wird, von Menschen, die mit Herz bei der Sache sind», erinnert er sich. Als Verantwortlicher für die Verhandlungen mit den allmächtigen nationalen Milch- und Käseorganisationen gilt er zunächst als sanfter Träumer: eine Art Hartkäse-Robin Hood. Nach Diskussionen, die nicht weniger intensiv waren als ein reifer Gruyère Réserve, schlossen sich der Zentralverband der Milchproduzenten (ZVM), heute Organisation der Schweizer Milchproduzenten (SMP), der Schweizerische Milchkäuferverband (SMV), heute FROMARTE, die Schweizerische Käseunion (SKU) und die Käseexportgenossenschaft (SEF) dem Projekt der kontrollierten Bezeichnung an, das auch vom Bundesamt für Landwirtschaft (BLW) unterstützt wurde. Dieser Fortschritt führte zu einer ersten konkreten Umsetzung: der Unterzeichnung der Gruyère-Charta im Juni 1992, zusammen mit einem Entwurf für ein Pflichtenheft. Ein echter Meilenstein für die Zukunft dieses ikonischen Produkts.

## HÖHEPUNKT: DIE GRÜNDUNG DER IPG

Philippe Bardet macht sich ans Werk und überzeugt seine Gesprächspartner davon, das Dossier des Gruyère an die Westschweiz abzutreten: «Aufgrund möglicher Interessenkonflikte wollten wir den Gruyère verteidigen. Wir wollten das nicht zentralen Organen überlassen, die auch andere Käsesorten vertreten, sondern den direkt betroffenen Fachleuten in den Herstellungsregionen», erklärt er. Aus dieser Philosophie entstand die Delegiertenversammlung mit ihrem Vertretungsanspruch. Philippe Bardet erreichte auch, dass die Werbemittel von der regionalen Organisation verwaltet werden. Am Ende war genug Geld da, um ein erstes kleines Budget für die Gründung der Sortenorganisation Gruyère zu sichern. Das war 1997. Philippe Bardets Augen leuchten, wenn er an diesen Moment zurückdenkt: «Einer der grössten Momente meiner Karriere». Der Mann ist ein Stratege, proaktiv und entschlossen. Er hat einen guten Riecher und verfolgt seine Ziele hartnäckig. Ausdauer, Taktik und Resilienz: Die mentale Stärke des ehemaligen Langstreckenläufers ist stets spürbar. Manche würden sagen, er war immer einen Schritt voraus.

## VERBUNDENHEIT MIT DER REGION UND DEN MENSCHEN

Im Jahr 2001 erhielt der Gruyère eine nationale AOC, die 2011 nach einem langen und mühsamen Rechtsstreit bis zum Bundesgericht zur europaweit anerkannten AOP wurde. Mit 46 Einsprachen drohte das Pflichtenheft zu einer Liste ohne Hand und Fuss zu werden, obwohl es bereits das Ergebnis zahlreicher, mit den Interessengruppen ausgehandelter Kompromisse war. «Ballast abzuwerfen ist immer besser, als alles zu verlieren. In meiner Laufbahn habe ich es immer vermieden, zu überstimmen oder, schlimmer noch, auszugrenzen. Aber man muss innerhalb akzeptabler Grenzen bleiben», analysiert Philippe Bardet. Eine Devise, der er auch in vielen anderen Kämpfen treu blieb, besonders in den Streitigkeiten um die Bezeichnung «Gruyère». «Oder sogar Gruyère mit kleinem G», ereifert sich der Direktor. Manche werfen ihm einen rigiden oder explosiven Stil vor. «Die Fachleute in der Branche sind sehr engagiert; ihr Einsatz kommt von Herzen. Aber bei all den Emotionen muss man den Sinn für höhere Interessen bewahren. Deshalb denke ich, dass ich respektiert wurde, auch wenn man mich nicht immer schätzte», schlussfolgert er. Er verleugnet nichts. Philippe Bardet liebt die Region, er liebt es, zu handeln und er liebt die Menschen.

## JA ZUM BESTMÖGLICHEN MEHRWERT, ABER NICHT ZUM KLEINSTEN PREIS

Rufe nach Unabhängigkeit und Industrialisierung, ebenso wie Angriffe auf das Pflichtenheft, das von den einen als zu flexibel und von den anderen als zu streng angesehen wird, gibt es regelmässig. Ein Ärgernis für den Direktor, dessen Karriere sich dem Ende zuneigt: «Unser Käse muss sich mehr denn je in seiner Andersartigkeit behaupten, und das geht nur mit einer geschützten Ursprungsbezeichnung. Sie wird leider allzu oft als Hindernis und nicht als Chance wahrgenommen.» Er weiss, dass Diskussionen über Melkroboter den Zusammenhalt der Branche erschüttert haben. Im Übrigen kann es gut sein, dass sie noch weitergehen. Dennoch: «Die Politik der geringsten Kosten darf nicht die Grundlage einer GUB bilden. Die Produktionsbedingungen und die altherge-

brachten Gesten, die den Mehrwert des Gruyère AOP ausmachen, sind schlichtweg seine Lebensversicherung. Das sagen nicht wir, sondern die Konsumenten, sowohl durch ihre Kaufhandlungen als auch in ihren Antworten auf unsere Meinungsumfragen», betont Philippe Bardet.

Für Philippe Bardet fühlt es sich surreal an, das Ruder – oder besser den Spatel – an seinen Nachfolger Olivier Isler zu übergeben. Aber er freut sich darauf, das Kapitel seines spannenden, aber auch zermürbenden Berufslebens zu beenden. In den Mäandern von Politik und Verwaltung wie auch bei internen Streitigkeiten liess er sich stets von einem einzigen Kompass leiten: dem Schutz und der Aufwertung des Gruyère AOP. Mit Erfolg: Von einem regionalen Produkt hat sich dieser einen prominenten Platz in der Liga der ganz Grossen gesichert. Wir ziehen den Hut und sagen danke, Philippe Bardet!

# PHILIPPE BARDET IST DER AGRO-STAR SUISSE 2025: DIE KRÖNUNG EINER BEISPIELHAFTEN ERFOLGSGESCHICHTE

28 Jahre lang setzte sich Philippe Bardet dafür ein, den Gruyère AOP durch eine solide und bewunderte Wertschöpfungskette in die Herzen und auf die Teller der Konsumentinnen und Konsumenten zu bringen. Ein Ideal mit Leib und Seele – sein seltenes Engagement ist der Jury des Agro-Star Suisse 2025 nicht entgangen. Der Preis wird jährlich an Persönlichkeiten verliehen, die sich in besonderer Weise um die Schweizer Landwirtschaft verdient gemacht haben, in diesem Fall um die Milchwirtschaft: Bei der Eröffnungsfeier der Tier&Technik in St. Gallen im Februar wurde Philippe Bardet zum Agro-Star Suisse 2025 gekürt. Eine grossartige Anerkennung der Jury, die aus Vertreterinnen und Vertretern aus Politik, Wirtschaft, Presse und Bildung besteht.

Lesen Sie hier die Rede von Prof. Dr. Pietro Beritelli, Präsident der Jury des Agro-Star Suisse und Vizedirektor des Instituts für Systemisches Management und Public Governance der Universität St. Gallen.

## LAUDATIO VON PIETRO BERITELLI AGRO-STAR 2025

Pietro Beritelli

Sehr geehrte Bäuerinnen und Bauern, werte Vertreterinnen und Vertreter von Verbänden, Organisationen und Behörden, geschätzte Freunde, seien Sie alle herzlich gegrüsst. Als Jury-Präsident ist es mir eine Ehre und grosse Freude, die Gewinnerin/ den Gewinner des Agro-Star 2025 bekannt zu geben sowie die Laudatio zu halten.

Zuerst einige Informationen zum Wahlverfahren, das folgendermassen abläuft:

1. Die Veranstalter der Tier & Technik und der Schweizer Bauer nehmen laufend Nominierungen für den Preis entgegen.
2. Aus den eingegangenen Vorschlägen bestimmte die Jury Anfang des Jahres einen Gewinner oder eine Gewinnerin, der oder die den Titel Agro-Star Suisse 2025 tragen wird.

Die Jury besteht aus den folgenden Personen:

- Babette Sigg Frank, Präsidentin des Konsumentenforums (KF), sie vertritt die Konsumentenkreise
- Priska Frischknecht, Geschäftsführerin Bauernverband Appenzell Ausserrhoden, Vertreterin der landwirtschaftlichen Organisationen
- Irene Vonlanthen, sie führt mit ihrem Mann einen Landwirtschaftsbetrieb im Kanton Freiburg und ist am HAFEL in Zollikofen tätig, sie vertritt die landwirtschaftlichen Organisationen und die aktiven Landwirtschaftsbetriebe

- Daniel Salzmann, Chefredaktor Schweizer Bauer, Vertreter der Medienpartner
- Gian Bazzi, Generalagent St.Gallen Die Mobiliar, und Hauptsponsor des Preises
- Anna-Catrina Walt, Messeleiterin Tier & Technik, Olma Messen St.Gallen
- Schliesslich ein Vertreter der Hochschulen aus den Bereichen Betriebswirtschaft, Marketing, Kommunikation, der auch als Jury-Präsident fungiert

Der Gewinner ist mit Einstimmigkeit durch die Jury gewählt worden. Agro-Star 2025 ist Philippe Bardet aus Essertes!

Philippe Bardet ist seit 28 Jahren Direktor der Interprofession du Gruyère AOP (IPG) (die Sortenorganisation Gruyère) und geht in Kürze in Pension. Er erhält den Agro-Star für seine Arbeit und sein Wirken in den vergangenen Jahrzehnten.

Philippe Bardet erhält den Agro-Star 2025 für seine langjährige Arbeit als Leiter der Sortenorganisation Gruyère AOP (IPG). Seine Eigeninitiative und seine Leidenschaft für die Bewahrung der traditionellen Herstellung des Gruyère sowie für die gelungene Vermarktung dieses in der Schweiz und im Ausland beliebten Käses sind für uns ein Vorbild. Dieser Erfolg in der Schweizer Landwirtschaft und die Arbeit von Philippe Bardet sind eine erzählenswerte Geschichte.

Für die Laudatio erlaube ich mir nun auf Hochdeutsch zu wechseln.

Philippe Bardet kennen viele gut und er ist als Vertreter des Gruyères in allen Kreisen bekannt. Wenn man aber zu Philippe Bardet recherchiert, findet man nicht sehr viel. Was macht ihn als Menschen aus? Was hat ihn die vielen Jahre angetrieben? Was ist ihm wichtig? Ich versuche dies mit der folgenden Laudatio zu tun, die den Titel trägt «puissance humaine et savoir faire».

## WARUM «PUISSANCE HUMAINE»

Was wir auf Schweizerdeutsch «human power» nennen, ist für Philippe Bardet ein Leitthema seit seiner Kindheit. Obwohl er in einem Sägereibetrieb aufgewachsen ist, hat ihn die Arbeit in der Landwirtschaft fasziniert, woher seine Familie ursprünglich stammt. Die Arbeit im Bauernhof hat er immer gesucht, beispielsweise als er als Kind in den Sommerferien aber auch im Frühling und Herbst bei einem Bauernhof in Mont-Vully mithalf. Schon als 12-jähriger lieferte er Milch von Bauernhöfen zuerst mit dem Töff, dann mit dem Traktor. Für ihn logisch war nach dem Gymnasium das Studium am Technikum in Zollikofen zu absolvieren, wo er die Gelegenheit hatte, wieder in Bauernhöfen zu arbeiten.

Das Herz von Philippe Bardet schlägt für das Tun und das Wirken. Für die ersten Jahre war er zuerst Mitarbeiter im Bereich Grundeigentum und Bewertungen des Schweizerischen Bauernverbandes (SBV) in Brugg tätig, anschliessend Zuständiger für den Bereich Tierproduktion sowie Schätzer beim Schätzungsamt des Landwirtschaftsverbands des Kantons Waadt. Dann bot sich die Gelegenheit mit der AGORA (Association des Groupements et Organisations Romands de l'Agriculture, dem Dachverband der Westschweizer Landwirtschaft), bei der er stellvertretender Direktor war, neue Projekte zu realisieren. Der 1.-August-Brunch, eine Westschweizer Idee, konnte er 1992 erfolgreich lancieren und schweizweit begleiten. In jener Zeit war auch die Zukunft des Käsemarktes in der Schweiz ungewiss. Es war zu Beginn der 1990er Jahre als der Käsemarkt liberalisiert wurde. Der Schutz und die Weiterentwicklung der Käsesorten in der Schweiz war das Gebot der Stunde. 1992 wurde eine Charta für den Gruyère unterschrieben. Als Lösung bot sich die Appellation d'Origine Contrôlée (AOC, heute AOP, auf Deutsch geschützte Ursprungsbezeichnung) an. Die Initiative führte zu einer Ergänzung zum Landwirtschaftsgesetz. Daraus entstand die Verordnung über den Schutz von Ursprungsbezeichnungen und geografischen Angaben für landwirtschaftliche Erzeugnisse und verarbeitete landwirtschaftliche Erzeugnisse (AOP/IPG). Philippe Bardet erinnert sich gerne daran, dass die St. Galler damals auf politischer Ebene auch mitgeholfen haben, weil sie den Rheintaler Ribelmais auch eintragen und schützen wollten.

Der Gruyère AOP war einer der ersten Käse, die mit diesem Qualitätslabel versehen wurden und ist unter all diesen Produkten (es sind derer aktuell 37) zweifelsohne der meistverkaufte und wohl populärste in der ganzen Schweiz. Der Gruyère ist auch in Europa gefragt und wird international, vor allem in den USA, verkauft. Um dieses Ergebnis zu erreichen, war Muskelkraft vielleicht nicht nötig, aber viel Initiative und Mobilität schon. Den Gruyère in seiner Authentizität zu erhalten, ihn bekannt zu machen und zu etablieren erfordert Präsenz und persönliche Überzeugungsarbeit an vielen Orten. Philippe Bardet spielt dabei eine Schlüsselrolle, und zwar nicht nur für den Gruyère, sondern durch dessen Breitenwirkung auch für das Erfolgsmodell AOP unserer Schweizer Landwirtschaftsprodukte, zu denen seit mehreren Jahren auch die St. Galler Bratwurst gehört. Und auch heute noch reist Philippe Bardet unermüdlich durch die ganze Schweiz, um sicherzustellen, dass Gruyére AOP/ IPG weiterhin auf traditionelle Weise produziert und erfolgreich verkauft wird.

Menschliche Kraft treibt auch Philippe Bardet in der Freizeit, die er mit seiner Frau und seinen drei mittlerweile erwachsenen Kindern geniesst, an. Er ist ein begeisterter Ski- sowie Tourenfahrer (er hat schon viermal die Patrouille Suisse absolviert), er ist Langläufer und Velofahrer. Früher war er auch Leichtathlet. Zufälligerweise sind die Sportarten, die von Gruyère AOP/ IPG gesponsert werden, ebenfalls Ski, Langlauf, Leichtathletik, die Tour de Suisse und dann noch Curling. Parallelen sind rein zufällig, sagt Philippe Bardet. Schliesslich ist er auch kein Curler. Das Image von Gruyère ist ihm wichtig: Käse wird durch Menschenkraft (und -geist) geschaffen und beschert leiblichen Genuss. Da passt motorisierter Sport nicht gut dazu, genauso wenig wie Melkroboter. Tatsächlich wird Gruyére mit Milch hergestellt, die heute noch durch Menschen gemelkt wird.

Philippe Bardet vertritt durch seine Taten und durch sein Wesen den Gruyère AOP/ IPG auf ideale Weise: er ist authentisch, erdverbunden, aktiv und tatenvoll. Er ist überzeugt von seinem Produkt (wir können übrigens während des Stehlunchs auch von Gruyère kosten, den er mitgebracht hat) und er versprüht mit seiner guten Laune und dem ansteckenden Lächeln die Lebensfreude, die ein guter Käse bietet.

## WARUM «SAVOIR FAIRE»

Der Erfolg von Gruyère AOP/ IPG ist im Rückblick keine Selbstverständlichkeit. In einem hart umkämpften Käsemarkt, wo Kostenvorteile und Mengenausweitung den Wettbewerb prägen und die Präsenz in den Verkaufsregalen die Gewohnheiten der Konsumenten treibt, ist die Etablierung eines Käses mit regionaler, bestenfalls nationaler Bekanntheit, keine einfache Aufgabe. Der Gruyère steht selbstbewusst quer in dieser Landschaft. Aufgrund der alljährlichen Mengensteuerung, der Vorgaben über die Produktion, Produktqualität und der Einheitsmarke sowie der dazugehörenden Kontrollen, dürfte man dem Gruyère AOP fast eine Art von Planwirtschaft vorwerfen. Diesen schmalen Grat zwischen Exklusivität und Tradition, Regeln und Kontrollen und den Anspruch des hohen Bekanntheitsgrads muss man lernen zu gehen. Philippe Bardet sagt, Gruyère AOP/ IPG habe in den vergangenen Jahren viele Erfolge verbucht. Diese waren aber auch von Herausforderungen und Rückschlägen begleitet, und er meint, er selbst habe auch gelernt, dass immer wieder Kompromisse gefunden werden müssen. Feste Prinzipien und Überzeugung gehen Hand in Hand mit Flexibilität und Anpassungsfähigkeit.

Eine weitere Besonderheit, die Philippe Bardet innerhalb der Interprofession du Gruyère wichtig ist, ist die Partnerschaft unter den Vertretern von Milchproduzenten, Käsern und Affineuren. Alle drei Gruppen sind direkt mit dem Produkt verbunden und alle drei müssen sich über die Entscheidungen in den Gremien einig sein. Diese stark verbundene Gemeinschaft führt zu eindeutigen Entscheidungen und gemeinsam getragenen Handlungen. Auch das ist ein Erfolgsfaktor, meint Philippe Bardet, welcher betont, dass der Erfolg von Gruyère AOP/ IPG von vielen Menschen getragen ist.

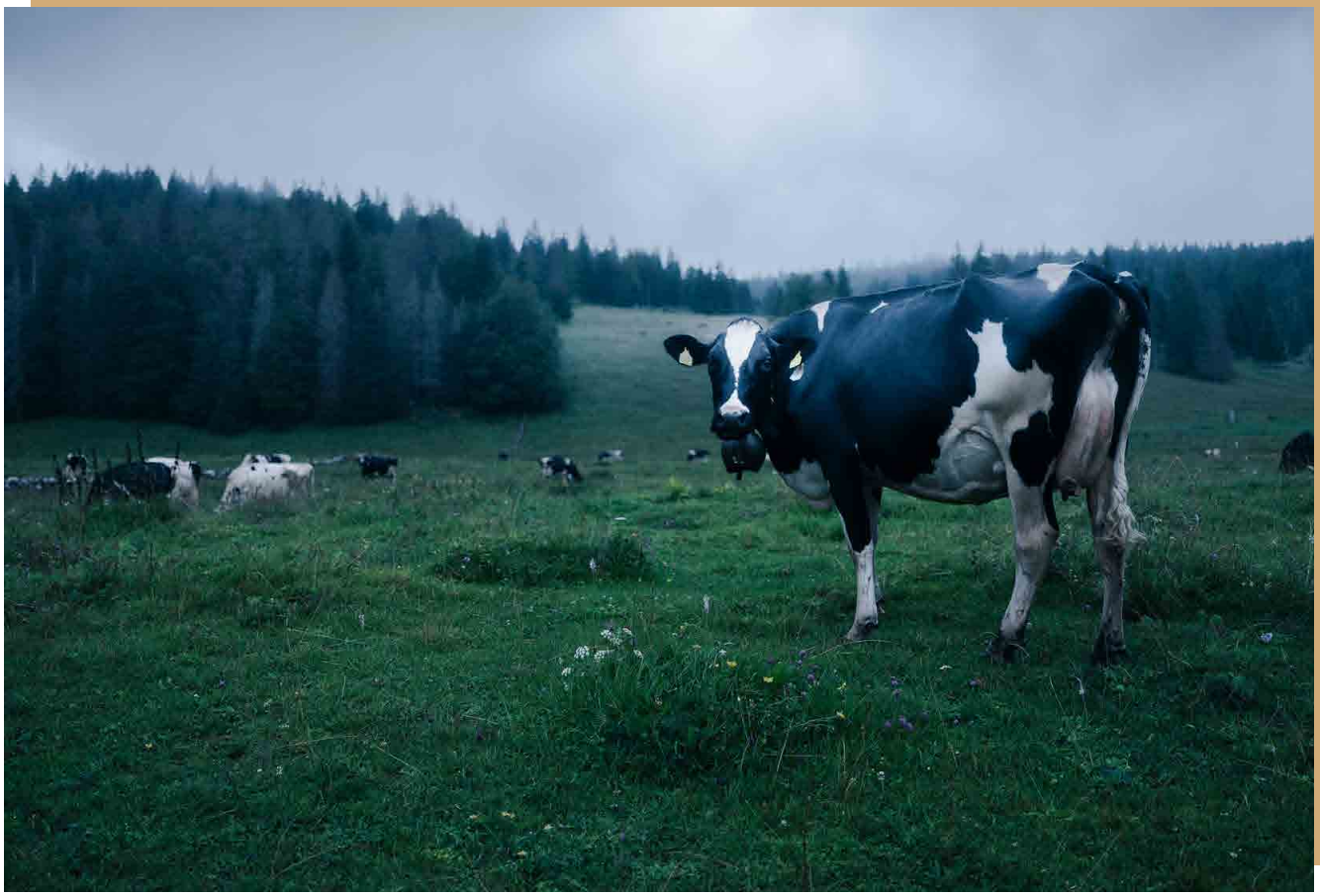
Philippe Bardet ist es wichtig, laufend zu lernen und immer sich an die neuen Bedingungen anpassen zu müssen. Dabei müssen die Regeln stets klar und für alle nachvollziehbar sein. Mit Augenzwinkern meint er, dass die Deutschschweizer eher mehr Regeln als die Westschweizer aufstellen, dass aber die Westschweizer sich besser an diese wenigen Regeln halten. Da passt ein Zitat eines weisen Kollegen, der jungen Menschen sinngemäss sagte. «Heute, in einer immer dynamischeren und komplexen Welt, sprechen alle davon, dass man flexibel bleiben soll, um erfolgreich zu sein. Aber um flexibel zu sein, muss man sich festlegen.» Genau diese Art von Flexibilität widerspiegelt sich in Philippe Bardets «savoir faire».

Philippe Bardet ist ein initiativer Mensch, dem die Echtheit und Tradition am Herzen liegt und der die Dynamik des Marktes gut versteht. Er vertritt und verkörpert den Gruyère AOP/ IPG in einer Art, die diesen Käse in den vergangenen Jahrzehnten so beliebt gemacht haben. Durch seine Energie und seine unermüdliche Anpassungsfähigkeit hat er bewiesen, dass die Schweizer Landwirtschaftsprodukte eine Erfolgsgeschichte sind.

Herzlichen Glückwunsch an Philippe Bardet zum Agro-Star 2025!

**Pietro Beritelli**

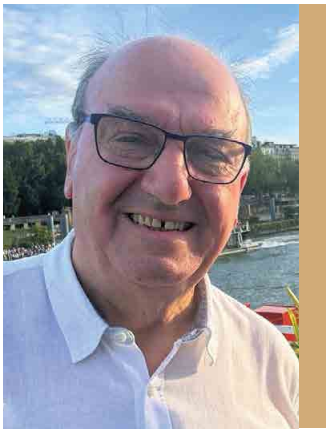
St. Gallen, 20. Februar 2025



# „ES IST NUR EIN AUF WIEDERSEHEN…"

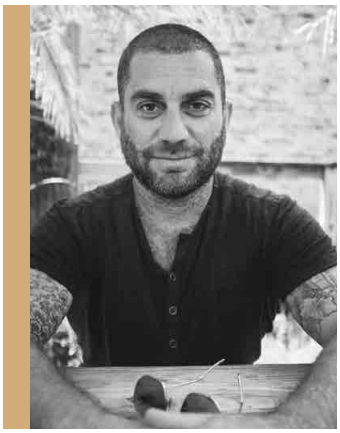
Kein Abschied, nur ein «Auf Wiedersehen» … Die Arbeitswelt bietet einen fruchtbaren Boden für schöne Freundschaften, die auf Vertrauen, gemeinsamen Werten und Erfahrungen aufbauen. Einige Personen aus dem grossen Netzwerk von Philippe Bardet wollten auf besondere Weise auf Wiedersehen sagen.

## IMMER EINE IDEE VORAUS



Philippe, du bist ein Mann, der sein Wort hält, ein treuer Freund, du bist oft eine Idee voraus, hast aber auch ein Gespür für Details und Perfektion, immer im Dienste der Qualität. Unser erstes Treffen in Savigny, bei einem Café und einem Croissant, war der Beginn einer Partnerschaft und vor allem einer langen Freundschaft. Man kennt dich für deine legendären, aber nie bösartigen Ausraster. Der versehentliche Raclette-Stand bei der Athletissima richtete damals grossen Schaden an. Aber am Winzerfest hat sich bei einem Glas Weisswein alles erledigt! Danke Philippe für deinen Beitrag zum Sport im Allgemeinen und zur Leichtathletik im Besonderen. Die Türen von Athletissima stehen dir immer offen. Ich wünsche dir eine gute und schöne dritte Halbzeit!

**Jacky Delapierre,**
Direktor von Athletissima Lausanne



Um die Originalversion von Adam Moskowitz' Aussage zu sehen, scannen Sie den nebenstehenden QR-Code:

## GEERBTE MOTIVATION

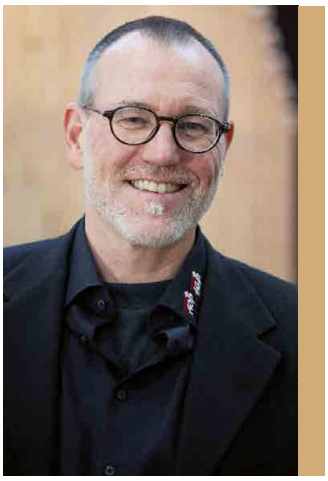
Lieber Philippe

Erinnerst du dich an unsere erste Begegnung? Mein Vater sollte in die Confrérie du Gruyère aufgenommen werden. Für mich, der in New York und Umgebung aufgewachsen ist, war diese Zeremonie wie eine Szene aus einem Film – einfach magisch. Die atemberaubende Landschaft, die Menschen in traditioneller Kleidung, die Alphörner – so etwas hatte ich noch nie erlebt. Und du, Philippe, standest im Mittelpunkt dessen, was mir als die beeindruckendste Zusammenkunft rund um Käse erschien, die ich je gesehen hatte.

Einige Zeit später meldete sich die IPG bei mir– Ihr wolltet mein Event, The Cheesemonger Invitational, unterstützen. Das war eine unglaubliche Ehre für mich! Ich werde nie vergessen, wie mir bewusst wurde, dass der Mann in Alltagskleidung, mit dem ich da sprach, derselbe war, der damals die Zeremonie geleitet hatte. Dein Engagement für den Gruyère AOP hat mich inspiriert. Deine Offenheit für kreative Marketingideen in einer Branche, die Veränderung oft skeptisch gegenübersteht, ist eine echte Motivation. Wäre Käse ein Schachspiel, dann wäre der Gruyère AOP der König. Ich sende dir meine herzlichste Wertschätzung und Bewunderung, Philippe! Möge das nächste Kapitel deines Lebens das bisher grossartigste werden.

**Adam Moskowitz**
Gründer von The Cheesemonger Invitational, US-amerikanisches Käsefestival

## VERTEIDIGER UND KRITIKER ZUGLEICH



Lieber Philippe

Ich habe das Vergnügen, mit dir zusammenzuarbeiten, seit ich vor 17 Jahren zur Schweizerischen Vereinigung der AOP-IGP kam. Auch wenn ich deinen Kommunikationsstil und deine Art, die Interessen «deiner» Branche zu vertreten, mitunter als unnachgiebig empfunden habe, erkenne ich bereitwillig an, dass deine Beharrlichkeit und deine unerschütterliche Linie die Sache der AOP vorangebracht haben. Dein jüngstes Urteil zu den laufenden Verhandlungen zwischen der Schweiz und dem Mercosur veranschaulicht dies: «Ein Abkommen mit dem Mercosur bedeutet den Tod der GUB!»

Ich kann dir zwar nicht garantieren, dass wir Goliath in der Rolle des David immer besiegen werden, aber ich verspreche dir, dass wir die Interessen der IPG und aller Schweizer AOP- und IGP-Branchen im AOP-IGP-Komitee weiterhin mit Leib und Seele verteidigen werden.

Ich wünsche dir einen aktiven und spannenden Ruhestand und sage DANKESCHÖN für deinen unvergleichlichen Beitrag zum Erfolg der Bezeichnungen und Branchen, die uns so sehr am Herzen liegen.

**Alain Farine,**
Direktor der Schweizerischen Vereinigung der AOP-IGP

## FREUNDSCHAFTLICHE KONKURRENZ

Lieber Philippe

Der Comté AOP und der Gruyère AOP gehören zur selben Familie. Wir teilen gemeinsame Wurzeln und traditionelles Know-how, obwohl wir uns emanzipiert und den Gruyère aus der Bezeichnung unserer Interprofession gestrichen haben.

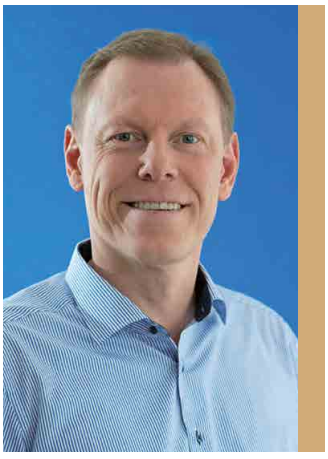
Uns trennt zwar eine Grenze, aber sie hat unseren Austausch nie behindert. Dieser war stets von gegenseitigem Respekt, guter Laune mit einem Hauch von freundschaftlichem und anregendem Wettbewerb geprägt. Wobei jede Seite davon überzeugt war, dass ihr Käse der bessere ist!

Danke für all die Jahre der fruchtbaren Zusammenarbeit bei Dossiers wie dem Melkroboter oder kürzlich beim Fondue Comté Gruyère am Fusse der Skipisten in Prémanon.

Wir werden dich in bester Erinnerung behalten und du bist jederzeit im Maison du Comté willkommen, um den besten Käse der Welt zu probieren!

**Alain Mathieu,**
Präsident des Verwaltungsausschusses der Sortenorganisation Comté

## INTENSITÄT UND LEIDENSCHAFT



Lieber Philippe

Seit dem Ende der 1990er-Jahre warst du mit deinem starken Charakter und deiner ausgeprägten Persönlichkeit eine feste Grösse im Greyerzerland. Das führte zwar mitunter zu hitzigen Diskussionen, aber auch zu Momenten grosser Geselligkeit bei einem Glas Weisswein oder Appenzeller (Insider werden das verstehen!).

Der Gruyère verdankt seine Bekanntheit und seine hervorragende Qualität deiner tiefen Verbundenheit mit diesem Käse. Als Vizepräsident von Switzerland Cheese Marketing seit dem Jahr 2000 hast du deine Verantwortlichkeiten mit Fingerspitzengefühl jongliert und dem Verwaltungsrat wertvolles und relevantes Fachwissen zur Verfügung gestellt.

Nach all den Jahren des unermüdlichen Engagements rückt dein Ruhestand näher! Neben dem Geburtsjahr teilst du mit Barack Obama auch deine Führungsstärke, die uns noch lange prägen wird. Für dieses neue Kapitel wünsche ich dir, dass du die einfachen Freuden, die du so sehr liebst, voll auskosten und deine Geschichte weiterschreiben kannst – intensiv und mit Leidenschaft.

**David Escher,**
Direktor von Switzerland Cheese Marketing (SCM)

## DAS UNDENKBARE WAGEN

Treuer Weggefährte,

Lieber Philippe

Du stehst an der Schwelle zu einem neuen Lebensabschnitt. Auch wenn die verdammte Uhr der Zeit für uns alle gleich schlägt, ist es ein wichtiger Moment. Als Direktor der IPG hast du den Gruyère AOP durch deine Persönlichkeit, dein Engagement und deinen Charakter geprägt.

Im Jahr 1996 wurdest du in die Confrérie du Gruyère aufgenommen. Seit 2003 bist du Mitglied des Rates und seit 2008 Lieutenant-Gouverneur und spielst eine wichtige Rolle in unserer Organisation. Mit deinem professionellen Blick, der im Zentrum der strategischen Entscheidungen der IPG stand, hast du dazu beigetragen, die Confrérie in unwahrscheinliche und aussergewöhnliche Richtungen zu lenken. Deine Aufgabe war es auch, in schwierigen wie in festlichen Momenten da zu sein. Jetzt kommt mir nur noch ein Wort in den Sinn: Gesundheit. Ich wünsche dir gute und lange Gesundheit. Danke für deinen grenzenlosen Einsatz für die Confrérie du Gruyère.

**Grégoire Raboud,**
Gouverneur der Confrérie du Gruyère

## EINE TOLLE ZEIT

Philippe Bardet, ein Mann, der sich kein Blatt vor den Mund nimmt, im Dienste des Gruyère! Wie soll ich dir in ein paar Zeilen meine Bewunderung ausdrücken, Philippe? Ich hatte das Vergnügen, mit dir die aufregende Zeit der ersten GUB-Eintragungen in der Schweiz zu erleben, die Kämpfe gegen nationale Organisationen, Gegner und ihre Anwälte, die Einsprachen bei den Gerichten und schliesslich die Siege. Aber dann hiess es durchhalten, wir mussten die Verkäufe beträchtlich steigern. Immer wieder erklären, was eine Ursprungsbezeichnung, ein GUB-Pflichtenheft, eine Branche, eine Sortenorganisation ist. Die GUB ist ein eigenartiges Konzept, sie ist Rechtsschutz, Gütesiegel und kollektives Erbe zugleich. Diese Aufgabe erforderte einen Typ mit Charakter. Du hast alle Eigenschaften für diesen anspruchsvollen Job im Dienste des Gruyère perfekt vereint.

**Jean-Marc Chappuis,**
Stellvertretender Direktor des Bundesamtes für Landwirtschaft (BLW)

## BEZIEHUNGSSTIFTERIN

Lieber Philippe

Vielen Dank für deine Unterstützung bei der Gründung der Vereinigung der AOP-IGP im Jahr 1999. Als Direktor des Gruyère AOP hast du dich für die Entwicklung von Werbematerial eingesetzt, das alle AOP-IGP-Produkte aufwertet, damit diese Zeichen in jeder Region verankert werden. Als ich mit Kollegen aus Brüssel und Paris ORIGIN mitbegründete, warst du ebenfalls dabei. Du hast geahnt, wie wichtig eine internationale Organisation zur Verteidigung der geografischen Angaben ist.

Was mir jedoch vor allem in Erinnerung bleibt, ist deine tiefe Menschlichkeit, die du manchmal hinter berechtigten Schimpftiraden versteckst, dein unermüdliches Engagement, dein Lachen und deine wertvolle Freundschaft. Wenn du im Wallis bist und mit einem Glas Fendant in der Hand Walliser Raclette AOP schabst, sage ich mir, dass es kein anderer besser versteht, Beziehungen in der Familie der symbolischsten Schweizer Spezialitäten zu knüpfen. Bis bald!

**Martine Jaques-Dufour,**
Koordinatorin des regionalen Entwicklungsprojekts Grand Entremont

# GESPRÄCH MIT OLIVIER ISLER, ZUKÜNFTIGER DIREKTOR DER IPG

**Der 1. Juni 2025 ist ein historischer Wendepunkt: Olivier Isler wird die Nachfolge von Philippe Bardet als Leiter der IPG antreten. Erfahren Sie in einem ersten Gespräch mehr über den neuen Steuermann der Organisation.**

*Olivier Isler, Sie stehen an der Schwelle zu einer neuen beruflichen Herausforderung. Was wird Sie bei der IPG besonders motivieren?*

Es ist eine riesige und spannende Herausforderung, für eine so beispielhafte Branche wie die des Gruyère AOP tätig zu werden. In der Vergangenheit leitete ich 23 Jahre lang die Sortenorganisation Tête de Moine. Danach war ich vier Jahre für das Register der Ursprungsbezeichnungen (GUB/AOP) und geografischen Angaben (GGA/IGP) im Bundesamt für Landwirtschaft verantwortlich. Das zeigt, wie sehr ich an den Wert des Systems der geografischen Angaben glaube, um ein jahrhundertealtes Erbe zu bewahren. Es vereint Produzenten, Verarbeiter und Affineure, um die Interessen des Gruyère AOP zu vertreten, seine Qualität zu garantieren, die Bezeichnung zu verwalten und zu fördern, das Angebot zu managen und Lösungen zu finden, um weiterhin Fortschritte zu erzielen. All das innerhalb einer demokratischen Organisation: Das ist eine grosse Chance für alle Beteiligten.

*Schlägt Ihr Herz für den Gruyère AOP genauso stark wie für den Tête de Moine AOP?*
Selbstverständlich! Beide sind Aushängeschilder unserer Käsewirtschaft, mit deutlichen Unterschieden! Die Originalität des Tête de Moine AOP liegt in der Art, wie er verzehrt wird. Der Gruyère AOP gilt in zahlreichen Wettbewerben schlichtweg als bester Käse der Welt. Ich bin mit beiden verbunden: Mein Grossvater war Milchbauer im Berner Jura; meine Familie erinnert sich gerne daran, wie begeistert ich war, als ich mit etwa 4 oder 5 Jahren auf einer Pachtkäserei ein Stück Gruyère d'Alpage AOP probiert habe. «Ah, das ist ein guter Käse», befand ich damals. Vielleicht hat dieser Moment die Weichen für meinen beruflichen Werdegang gestellt? (lacht). Später, während meiner Ausbildung, machte es mir Spass, beide Käsesorten herzustellen. Im Grunde habe ich fast meine gesamte Karriere in den Dienst dieser Produkte gestellt und kann es kaum erwarten, dies auch weiterhin zu tun!

*Als Sprecher der Käser im Vorstand der IPG kennen Sie die Organisation gut. Welche Projekte haben für Sie Priorität?*
Meine Priorität wird sein, die positive Dynamik im Sektor aufrechtzuerhalten. Ich werde die möglichen Auswirkungen der geopolitischen Instabilität auf den Konsum von Produkten mit hohem Mehrwert wie dem Gruyère AOP sehr aufmerksam verfolgen. Ganz zu schweigen davon, dass sich der Schweizer Franken gegenüber anderen starken Währungen tendenziell weiter aufwerten wird. In den unvorhersehbaren, volatilen und komplexen Zeiten, in denen wir leben, wird es darum gehen, den «Premium»-Status des Gruyère AOP zu

*«Ich freue mich darauf, die Zukunft gemeinsam mit allen Akteuren der Branche zu gestalten». Olivier Isler, Direktor der IPG seit dem 1. Juni 2025*

erhalten. Dazu müssen wir unter anderem an den Werten und der Klarheit der Markenpositionierung arbeiten. Nachhaltigkeit ist eine weitere wichtige Herausforderung, Herkunft und Qualität werden für die Konsumenten immer wichtiger. Die IPG wird sich zudem weiterhin an den Bemühungen beteiligen müssen, die Umweltauswirkungen zu begrenzen, zumal ihre eigenen Aktivitäten vom Klimawandel betroffen sind. Ich werde mich auch dafür einsetzen, dass der Mehrwert im Sektor unter den verschiedenen Akteuren der Branche gerecht verteilt wird. Alle betroffenen Berufe müssen attraktiv bleiben. Sie müssen interessante Arbeitsbedingungen und eine angemessene Entlohnung bieten, da dies für die Zukunft der Berufszweige entscheidend ist. Schliesslich können wir je nach Gelegenheit vielleicht auch eine Weiterentwicklung des Angebots oder der Verpackung in Betracht ziehen, um das Produkt noch besser zur Geltung zu bringen.

*Welche Botschaften möchten Sie an die Gemeinschaft der IPG richten, die Sie noch nicht kennt?*
Ich freue mich darauf, meine Erfahrung in den Dienst des Gruyère AOP zu stellen, damit wir die Zukunft gemeinsam gestalten können. Die Mitglieder der IPG können stolz sein: Erst kürzlich hat eine Studie der ETH Zürich die Effizienz und den Erfolg der Organisation im Vergleich zu anderen Branchenverbänden hervorgehoben[1]. Ich bringe solide Kompetenzen mit, die ich insbesondere durch den Erfolg des Tête de Moine AOP erworben habe. Unser gemeinsames Ziel muss sein, die Erwartungen der Konsumenten weiterhin durch Unterscheidungsmerkmale und Exzellenz zu erfüllen und gleichzeitig angemessene Produktionsbedingungen zu fördern.

*Können Sie uns ein paar Worte zu Ihrem Führungsstil sagen?*
Ich bin ein Mann des Dialogs und werde mich bemühen, die Grundlagen für Entscheidungen zu schaffen, die alle wichtigen Parameter und ihre mittel- und langfristigen Auswirkungen berücksichtigen. Ob mit Partnern oder dem engeren Team: Klar definierte Herausforderungen und Ziele erleichtern immer die Zusammenarbeit. Wenn wir am selben Strang ziehen, werden wir weiterhin Berge erklimmen und vielleicht sogar auch versetzen, wer weiss? (lacht)

## KURZBIOGRAFIE

**1971** Geboren am 20. April in Saint-Imier.
**1987-1989** EFZ als Käser,
**1990-1991** École de Laiterie de Grangeneuve (IAG).
**1992-1995** Diplom als Ingenieur FH in Milchwirtschaft und Betriebswirtschaft an der Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften (HAFL) in Zollikofen.
**1995-1997** Produktionsleiter bei Milco SA.
**1997-2021**. Mandatsleiter und Vizedirektor von FROMARTE, Geschäftsführer der Interprofession Tête de Moine.
**2021-2025** Verantwortlicher für das Register der Ursprungsbezeichnungen und geografischen Angaben (GUB/GGA) im Bundesamt für Landwirtschaft (BLW).
**Juni 2025** Direktor der IPG.

[1]. Links zum Artikel im Internet: www.agrarforschungschweiz.ch

# IM VALLÉE DE LA BRÉVINE BILDEN KLIRRENDE KÄLTE UND AROMATISCHER KÄSE EIN GUTES TEAM!

Olivier Baudois neben Philippe Pochon (Präsident der Käsereigesellschaft von Le Cerneux-Péquignot)

**In Zahlen:**
**2'220'000** kg verarbeitete Milch pro Jahr
**5'200** Laibe Gruyère AOP
**2** Mitarbeitende
**11** Milchproduzenten
Geplante Renovation der Molkerei im Jahr 2025

Der Kanton Neuenburg hat seinen Gruyère 2025 gewählt. Er wird von Olivier Baudois in Le Cerneux-Péquignot hergestellt. «Das freut mich sehr, obwohl die acht anderen ausgewählten Gruyère AOP, die mit 19 Punkten und mehr taxiert wurden, selbstverständlich ebenfalls ausgezeichnet waren», betont der bescheidene Käser. Philippe Pochon, der Präsident der Milchgenossenschaft, fügt hinzu: «Unser Unternehmen ist klein und hat 2019 eine grosse Summe in den Keller investiert. Dieses Ergebnis würdigt unsere Teamarbeit, denn ein guter Käser braucht einen guten Rohstoff, es ist aber auch eine Anerkennung für unsere Infrastrukturen.»

Bei der Frage, was die Jury überzeugt hat, hat Olivier Baudois eine Vermutung: «Die Wiesen in unseren Bergen sind sehr blumenreich. Der zartschmelzende Teig meines Gruyère AOP verstärkt diese Aromen wie ein Geschmacksverstärker.»

*«Der Wettbewerb, der den 'besten Gruyère des Kantons' kürt, ist eine Gelegenheit, die Marke und das Produkt in den Vordergrund zu rücken», Olivier Baudois, Käser in Le Cerneux-Péquignot (NE)*

Nach der Bekanntgabe seines Sieges im Oktober 2024 berichteten unterschiedliche Medien darüber und luden Kenner und Neugierige ein, seinen Laden zu besuchen. Laut Olivier Baudois bietet die Wahl des Gruyère des Kantons eine schöne Möglichkeit, die Marke und das Produkt in den Vordergrund zu rücken: «Positive Schlagzeilen über den Gruyère AOP wirken sich positiv auf die gesamte Branche aus», so der Käser.

# WAADTLÄNDER STAATS-GRUYÈRE: ERNEUTER SIEG FÜR JEAN-DANIEL JÄGGI!

Jean-Daniel Jäggi und Mathias Mayor (Präsident der Molkereigesellschaft von Grandcour)

Die Auszeichnungen von Jean-Daniel Jäggi, Käser in Grandcour (VD), häufen sich: Nach einem Diplom bei den Swiss Cheese Awards, einer Silbermedaille bei den Auszeichnungen der IPG und Gold bei den World Cheese Awards wurde sein Gruyère AOP nun zum zweiten Mal zum Gruyère d'État gekürt. Ein Grund zur Freude für die Mitglieder der Käsereigenossenschaft von Grandcour und Umgebung, die von Mathias Mayor präsidiert wird.

Was ist der Schlüssel zum Erfolg? «Leidenschaft», antwortet Jean-Daniel Jäggi, der sich vor genau 28 Jahren in Grandcour niedergelassen hat. Auch die Technik und das Gefühl sind wichtig: «Wenn ich den Käsebruch sehe und berühre, erkenne ich die Unterschiede von einer Charge zur anderen und passe meine Handgriffe an». Mathias Mayor fügt hinzu: «Wir sind alle stolz auf Jean-Daniels Erfolge. Sie sind eine Anerkennung für die hervorragende Qualität des Rohstoffs und den reibungslosen Betrieb unseres Unternehmens, das sich in den letzten Jahren gewandelt hat.»

*«Wir stellen ein AOP-Produkt her, also einen Käse mit hohem Mehrwert, auf den wir stolz sein können.» Jean-Daniel Jäggi, Käsermeister in Grandcour (VD)*

Der Gruyère d'État vaudois wurde bei einem offiziellen Empfang in Anwesenheit von Staatsrätin Dittli und den Produzenten der Ehrenweine 2025 geehrt. Anschliessend trafen sich die Mitglieder der Käsereigesellschaft und das Personal der Käserei und seinen Begleitpersonen zu einem «Apéro coulage» mit anschliessendem Fondue. Bei dieser Gelegenheit erhielten die Milchproduzenten die symbolischen IPG-Plaketten für die Silbermedaille, die sie bei den alle fünf Jahre stattfindenden Auszeichnungen im Oktober 2024 erhalten hatten.

**In Zahlen:**

**3** Mio. **200.000** kg Milch werden jährlich verarbeitet
**300** Tonnen Gruyère AOP reifen bei Fromco SA
Kapazität des Kellers: **4750** Laibe
**17** Mitarbeitende, davon **4** in der Produktion

# BESCHEIDEN, ABER ÜBERZEUGT: FRANCK LIAUDAT STELLT DEN GRUYÈRE AOP DES STAATES FREIBURG HER

Franck Liaudat und Serge Ayer (Präsident der Molkereigesellschaft von Le Crêt)

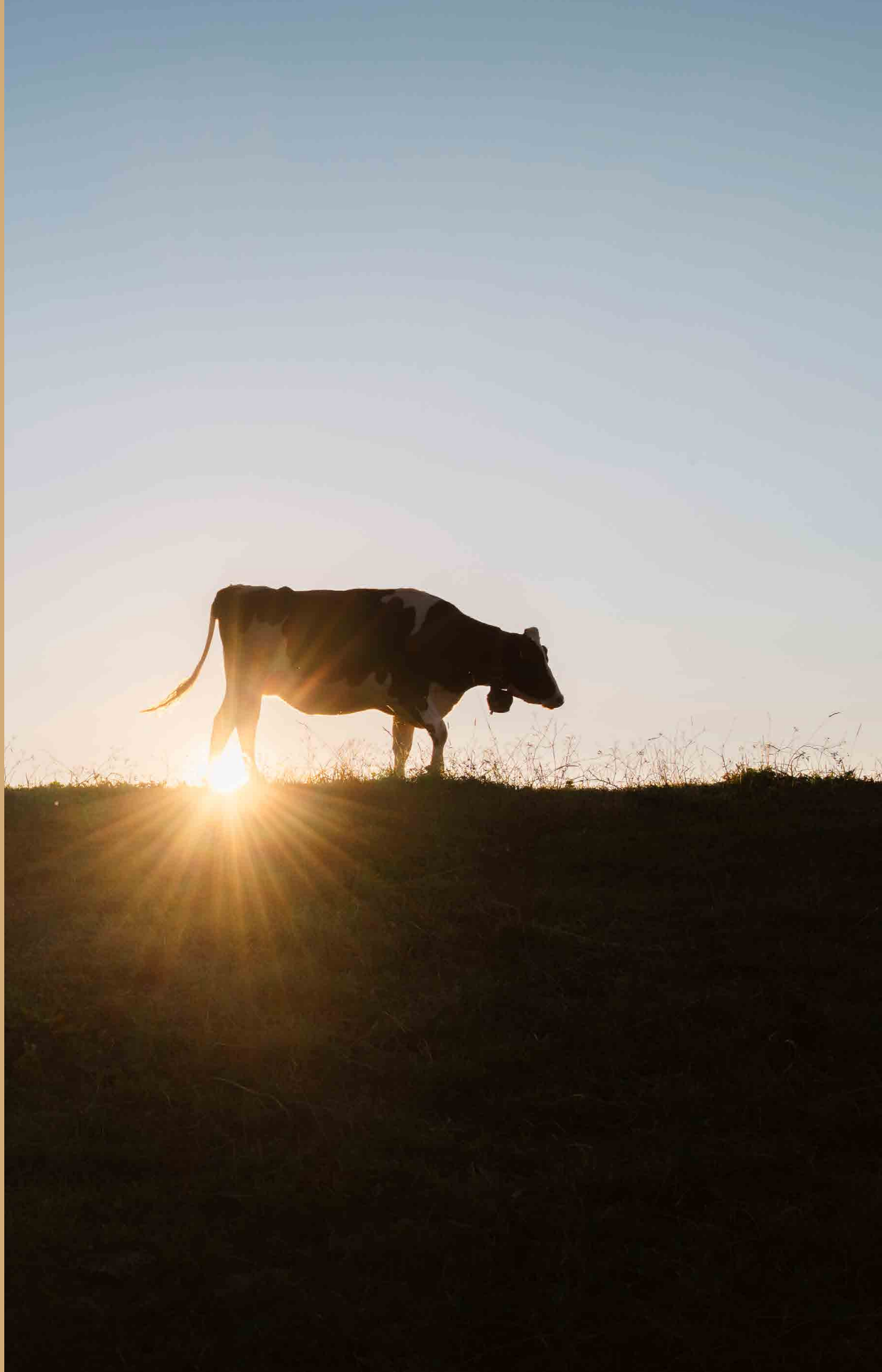
**In Zahlen:**

Jährliche Verarbeitung von **2.9** Mio. kg Milch zu Gruyère AOP
Oberirdischer Reifekeller mit **4050** Plätzen, Baujahr 2002
Milchgenossenschaft mit **20** Genossenschaftsmitgliedern
Affineur: Fromage Gruyère SA
Personal: **3** Käser, ein Lernender, **3** Produktionsaushilfen, **2** Verkäuferinnen

**Die Stimme des eher unauffälligen Mannes ist klangvoll. Aber Franck Liaudat hält nichts von Pomp und Prahlerei, obwohl er guten Grund dazu hätte: Sein Gruyère wurde zum Gruyère d'État 2025 des Kantons Freiburg gewählt.**

Im November 2024 überreichte Staatsrat Steiert im Beisein des Vorstands der Milchgenossenschaft das Diplom an Franck Liaudat. Kurz nachdem er bei den fünfjährigen Auszeichnungen der IPG eine Goldmedaille erhalten hatte, erfuhren sein Team und die Genossenschaftsmitglieder von diesem weiteren Erfolg. «Diese Anerkennung tut gut, weil sie unsere Arbeit und die gute Zusammenarbeit mit den Milchproduzenten wertschätzt. Ich denke daran zurück, wenn ich mich wegen eines beschädigten Laibs oder eines Kompressorschadens ärgere», scherzt Franck Liaudat.

Im Alter von 33 Jahren kann der Käser bereits 17 Jahre Berufserfahrung vorweisen, 15 davon arbeitete er in Le Crêt. Im Jahr 2022 übernahm er die Käserei, die damals von Jean-Marie Dunand betrieben wurde. Die gute Nachricht? «Der Gruyère AOP von Le Crêt schmeckt immer noch genauso gut», freut sich Serge Ayer, Präsident der Société de la laiterie du Crêt.



# ERWARTUNGEN DER SCHWEIZER KONSUMENTEN AN QUALITÄT, TRADITION UND NACHHALTIGKEIT

**Zum 6. Mal in ihrer Geschichte hat die IPG das Markt- und Meinungsforschungsinstitut MIS Trend mit einer Verbrauchs- und Imagebilanz für den Schweizer Markt beauftragt. Wir beleuchten ein paar signifikante Ergebnisse, die mal aufhorchen lassen, mal ein Grund zur Freude zu sind.**

## BEKANNTHEIT TOP, ABER SEHR LÜCKENHAFTES WISSEN ÜBER DAS SORTIMENT

99 % der Befragten kennen Le Gruyère AOP Switzerland, sei es auch nur dem Namen nach. Ihre Majestät sitzt also fest auf dem Thron: Kein Schweizer Käse erfreut sich einer derart grossen Bekanntheit. 3 Befragte von 4 nennen ihn sogar spontan als bekannten Hartkäse oder Halbhartkäse. Das ist ein erfreulicher Status Quo im Vergleich zur letzten Studie aus 2018. Bei den Sorten des Gruyère AOP sind die Antworten eher vage: Mehr als die Hälfte der befragten Personen kennt keine einzige. Die übrigen 48 % nennen überwiegend die Sorten mild und reif. Anscheinend ist die Vielfalt des Produktangebots mit den unterschiedlichen Bezeichnungen, die im Handel verwendet werden, zum Grossteil unbekannt. Beim Geschmack, entscheidendes Kriterium für die Auswahl eines Gruyère AOP, ist die Reifedauer bei weitem der am häufigsten genannte Einflussfaktor. Um die Verständlichkeit der unterschiedlichen Sorten zu verbessern, stehen 65 % der Befragten der Einführung eines Farbcodes, der die Reifedauer angibt und somit die Einschätzung des Geschmacks von jedem Stück erleichtert, positiv gegenüber.

*«Die befragten Personen halten die Einführung eines Farbcodes je nach Reifedauer für eine gute Idee.» Studie MIS Trend 2024*

## WELCHEN EINFLUSS HAT DIE AUSZEICHNUNG ALS AOP AUF DAS IMAGE DES GRUYÈRE AOP?

Schweizweit verbinden 52 % der Befragten die AOP mit dem Gruyère; in der Westschweiz steigt dieser Anteil auf 74 %. Muss man darin ein Potenzial sehen, das es in den anderen Sprachregionen auszuschöpfen gilt, oder einfach eine geringere Sensibilität für Auszeichnungen ausserhalb der Westschweiz? Die Frage bleibt offen. Eines ist hingegen sicher: Bei einer Auswahl an Schweizer Käse ist die Bezeichnung Gruyère AOP am bekanntesten.

*«70 % der Befragten wissen, dass der Gruyère über eine Auszeichnung als AOP verfügt. Es ist die bekannteste AOP für Käse in der Schweiz.» Studie MIS Trend 2024*

Aber welchen Einfluss hat das auf sein Image? Für 56 % der Befragten verleiht die AOP dem Gruyère eine «ziemlich» oder «sehr» positive Wahrnehmung, ein Prozentsatz der stetig zunimmt: Zum Vergleich lag er 2018 bei 48 % und 2010 bei 43 %. Vielleicht ein Zeichen, dass das Verständnis der AOP und ihrer Verbindung mit der Qualität des Produkts im Bewusstsein der Verbraucher im Laufe der Zeit stärker wird.

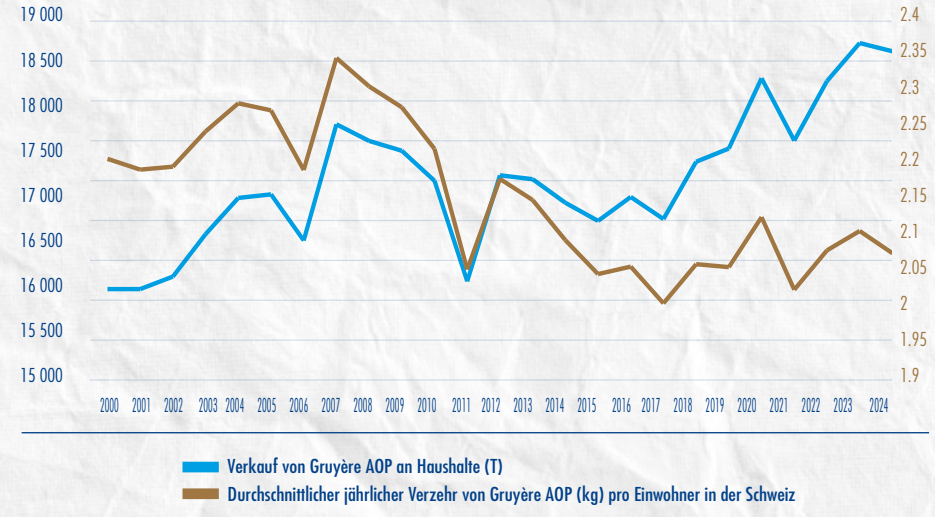
## DIE KONSUMGEWOHNHEITEN ÄNDERN SICH: EIN TREND, DEN ES ZU BEOBACHTEN GILT!

Auch wenn Gruyère AOP zu jeder Tageszeit und unter allen Umständen geschätzt wird, verliert er beim Konsumverhalten dennoch an Bedeutung: 37 % der befragten Personen essen ihn einmal bis mehrmals pro Woche, gegenüber 46 % im Jahr 2018 und 51 % im Jahr 2010. Der Grund hierfür: Der Anstieg der Anteil derjenigen, bei denen nur etwa alle 2-3 Monate oder sogar noch seltener Gruyère AOP auf den Tisch kommt. Diese Entwicklung ist auf neue Ernährungsgewohnheiten und eine steigende Lust auf Abwechslung zurückzuführen. Ob es darum

*«37 % der befragten Personen essen ihn einmal bis mehrmals pro Woche.» Studie MIS Trend 2024*

geht, den Geschmack, die Herkunft oder die Art der Präsentation zu verändern – auf einem immer stärker umkämpften Markt fehlt es nicht an Alternativen. Wie kann man angesichts dieser Feststellungen den kontinuierlichen Anstieg des Verbrauchs in den letzten zwanzig Jahren erklären? Die Antwort ist einfach: das Bevölkerungswachstum. Anders gesagt: Die Leute essen nicht mehr Gruyère AOP, sondern es gibt mehr Leute, die ihn essen.

**VERKAUF VON GRUYÈRE AOP IN DER SCHWEIZ VS. VERBRAUCH PRO EINWOHNER**




Im Jahr 2000 wurden 16'000 Tonnen Gruyère AOP in der Schweiz bei einer Bevölkerung von 7'249'000 Einwohnern verkauft; 2024 wurden 18'661 Tonnen bei 8'992'200 Einwohnern verkauft.

## EINKÄUFE: SPÜRBARE AUSWIRKUNGEN DER INFLATION?

Der Geschmack steht an erster Stelle bei den Auswahlkriterien für Käse: Er ist für 96 % der Befragten wichtig, sogar sehr wichtig. Danach folgt das Fehlen von Zusatzstoffen, wichtig für 41 % und sehr wichtig für 32 % der Befragten. Die handwerkliche Herstellung wird von 22 bzw. 45 % der befragten Personen als sehr wichtig bzw. wichtig erachtet. Zu guter Letzt sind die ethische Herstellung und die Haltbarkeit für 1 von 5 Personen essenzielle Aspekte.

Der Grossteil der Einkäufe erfolgt im Supermarkt und somit vakuumverpackt; der Anteil der Verbraucher, die zwischen vakuumverpacktem und offenem Käse abwechseln, ist seit der letzten Umfrage von 44 % im Jahr 2018 um 15 Prozentpunkte

*«41 % der Verbrauchen warten eher auf ein Angebot, um Gruyère AOP zu kaufen, gegenüber 28 % im Jahr 2018.» Studie MIS Trend 2024*

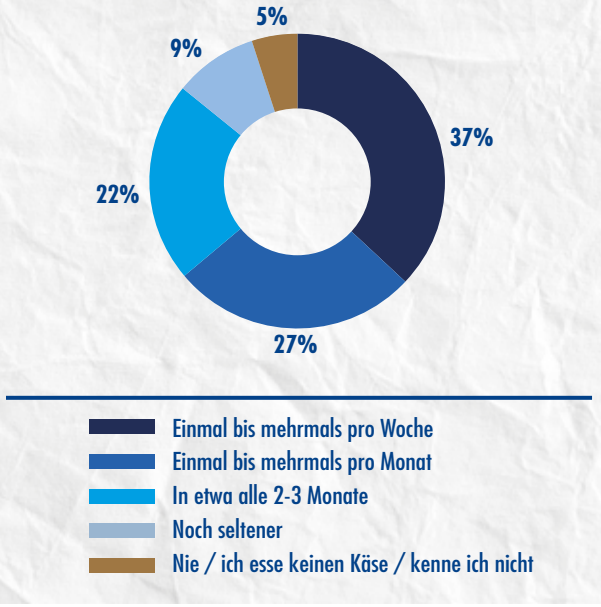
auf 29 % im Jahr 2024 zurückgegangen. Die Einkäufe erscheinen also immer «automatisierter» und regelmässiger im Supermarkt. Weitere Information: Während 28 % der Konsumenten von Gruyère AOP im Jahr 2018 eher auf ein Angebot warteten, um zu kaufen, sind es heute 41 %, die eine Aktion abwarten. Sie wünschen sich hochwertige Verpackungen, die einen Blick auf das Produkt freigeben und eine gute Haltbarkeit gewährleisten, während gleichzeitig die Gerüche eingedämmt werden. Zu guter Letzt sind bei der Etikettierung der Preis pro Kilo, der Ort der Herstellung und der Name der Erzeugungskäserei 3 wichtige Angaben, dicht gefolgt von der Reifedauer und den Nährwertangaben.

## TIERE, LABELS UND NACHHALTIGKEIT: VERBRAUCHER STELLEN FRAGEN

Die Auszeichnung als AOP wird als Garant für Qualität und lokales Know-how wahrgenommen. Gleichzeitig äußern die Befragten sowohl Vertrauen als auch Bedenken hinsichtlich des Tierwohls: Die Schweizer Regularien beruhigen sie, aber

### WIE OFT ESSEN SIE GRUYÈRE AOP?

Basis: 1'076 Befragte, im Alter ab 18 Jahren




sie fragen sich, in welchem Ausmass sie auf die Produktionsanforderungen angewendet werden können. Und die Nachhaltigkeit? Die Befragten schätzen kurze Lieferketten, aber auch hier werfen die Produktionsvolumen Fragen auf. Nur in einem gewissen Ausmass, denn ihren Angaben

*«Wie lassen sich kurze Lieferketten, Nachhaltigkeit und Produktionsvolumen miteinander vereinbaren? Das fragen sich die Verbraucher.» Studie MIS Trend 2024*

zufolge haben diese Überlegungen keinen Einfluss auf ihr Einkaufsverhalten. Labels wie den Nutri-Score nutzen die Verbraucher vor allem für verarbeitete Produkte. Sie haben nur eine geringe Auswirkung auf die Entscheidungen der Verbraucher, insbesondere bei der Kategorie von Käse.

### KAUFEN SIE (ODER JEMAND ANDERS) GRUYÈRE AOP EHER, WENN ER IM ANGEBOT IST ODER IST ES IHNEN EGAL, OB ER IM ANGEBOT IST ODER NICHT?

Basis: 1'064 (im Jahr 2024) und 1'079 (im Jahr 2018) Befragte, die diesen Käse kennen

## DAS WUNSCHBILD DES GRUYÈRE AOP: WELCHES IMAGE FÜR DAS PRODUKT?

Feste Grösse, regional, unverzichtbar, bei allen beliebt, unter allen Umständen. Gegenüber seinen Mitbewerbern gilt der Gruyère AOP als «Käse mit einzigartigem Geschmack, besser als andere Käsesorten».

Einzig der Preis sowie sein Fett- und Salzgehalt rufen vereinzelt Vorbehalte hervor. Die Tradition bleibt einer der grössten Trümpfe des Gruyère AOP und verstärkt sein Image als authentisches Produkt mit jahrhundertealtem Know-how. Sein unnachahmlicher Geschmack, seine Qualität und sein geselliger Charakter verführen auch weiterhin alle Generationen. Kurz gesagt, ein Stück Gruyère AOP zu kaufen, heisst mehr als nur einen Käse zu geniessen: Es bedeutet, ein Stück Schweizer Tradition, ein Vermächtnis voller zeitloser Aromen und Traditionen zu kosten.

## DIE UMFRAGE: WIE WURDE SIE DURCHGEFÜHRT?

- Eine repräsentative Auswahl aus 1'076 Personen wurde befragt.
- Diese Personen haben etwa dreissig Multiple-Choice- und offene Fragen im Zusammenhang mit dem Verzehr und dem Image des Gruyère AOP beantwortet.
- Ergänzend dazu hat MIS Trend 6 Gruppen von regelmässigen Käsekonsumentinnen und -konsumenten gebildet - je 2 in Lausanne, 2 in Zürich und 2 in Luzern.
- Ziel dieser «Fokusgruppen» war es, in 2,5-stündigen Gesprächen präzise und differenzierte Antworten auf Fragen zur Positionierung zu erhalten.
- Die Ergebnisse wurden so gewichtet, dass sie die demografische Realität des Landes im Hinblick auf Regionen, Geschlechter und Altersstruktur der Befragten widerspiegeln.

Alpage des Morteys, am Fusse des Vanil Noir, in den Freiburger Voralpen

© Gabriel Monnet

# IST DER STEIGENDE GRUYÈRE AOP-ABSATZ EINE GUTE NACHRICHT? JA, ABER ...

Kevin Vonlanthen, Direktor der Fromage Gruyère SA

**Kevin Vonlanthen, Direktor der Fromage Gruyère SA und Vorstandsmitglied der IPG, hat die Verkaufszahlen für den Gruyère AOP analysiert. Als Grundlage dienten ihm die Daten der Nielsen Holding, die diese bei den grossen Schweizer Detailhändlern erhoben hat. Die Umsätze steigen, aber der Autor der Studie mahnt zur Vorsicht. Wir klären auf ...**

*Kevin Vonlanthen, was unterscheidet die MIS Trend-Umfrage, die auf den vorherigen Seiten erwähnt wurde, von der Umfrage, die Sie bei Nielsen Holding in Auftrag gegeben haben?*

MIS Trend befragt ein ausgewähltes Panel von Personen: was sie denken, fühlen oder behaupten, zu tun. Nielsen sammelt die Daten über die Kassenbons der grossen Detailhandelsketten, d. h. Informationen über die tatsächlichen Einkäufe aller Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten. Man könnte auch sagen: Während MIS Trend die Stärke der Marke widerspiegelt, liefert Nielsen Indikatoren für die Produktleistung.

*Wozu dienen Ihnen als Affineur diese Daten?*

Um mit unseren Kunden aus dem Detailhandel verhandeln zu können, müssen wir wissen, wie sich die Verkäufe nach Volumen, Umsatz, Region, Kunde, Produkt usw. entwickeln. Durch diese wertvollen Informationen können wir uns mit Konkurrenzprodukten vergleichen, um dem Kunden dann Massnahmen vorzuschlagen und Fortschritte zu erzielen. Und die gute Nachricht ist, dass in den Schweizer Supermärkten mehr Gruyère AOP verkauft wird!

*Sind steigende Umsätze zwangsläufig eine gute Nachricht für die Branche?*

Meine Antwort mag Sie vielleicht überraschen: Ja und nein, es ist subtiler. Es ist natürlich gut, mehr zu verkaufen, aber wenn dies nur über Aktionen geschieht, birgt es Gefahren: Ab einer bestimmten Schwelle, die nicht absolut beziffert werden kann, beginnt ein Teufelskreis, der sich nur schwer umkehren lässt. Das heisst, die Konsumenten gewöhnen sich an Aktionspreise und erkennen den Grundwert des Produkts nicht mehr. Sie halten es für normal, dass sie es zu einem niedrigen Preis bekommen. Dieser Indikator ist für die Branche sehr wichtig. Wir stellen fest, dass der Aktionsrabatt von rund 20 % vor der Coronapandemie auf über 40 % im Jahr 2024 gestiegen ist. Das ist das Paradoxe daran:

> *«Zu viele Preisaktionen steigern zwar den Umsatz, schaden aber dem Markenimage des Produkts», Kevin Vonlanthen, Vorstandsmitglied der IPG*

Sowohl Verkäufer als auch Käufer wollen mehr Aktionsangebote, weil sie die Konsumenten in die Geschäfte locken. Aber genau diese Aktionen schaden dem Markenimage des Produkts. Als Premiumprodukt muss der Gruyère AOP diese Falle vermeiden. Daher hat die IPG ein Interesse daran, dies genau zu beobachten. Vor allem, da wir wissen, dass Aktionsangebote für den Gruyère AOP Kunden anlocken und Detailhändlern die Möglichkeit geben, viele andere Produkte zu verkaufen. Ein Glücksfall für sie in Zeiten der Inflation, aber nicht zwangsläufig für uns.

*Sind Aktionen nicht auch eine Antwort auf die sinkende Kaufkraft?*
Natürlich, sie sind eine Folge des allgemein ungünstigeren wirtschaftlichen Umfelds. In meinen Analysen habe ich festgestellt, dass praktisch alle grossen Detailhändler einen Durchschnittspreis pro kg Gruyère ausweisen, der unter dem Preis von 2023 liegt. Dieser Rückgang würde tendenziell darauf hindeuten, dass im Jahr 2023 eine Preisobergrenze erreicht wurde. Derzeit wächst der Gruyère AOP stärker beim Volumen als beim Wert (Umsatz). Das deutet darauf hin, dass der Preis des Produkts unter Druck ist.

*Mit anderen Worten: Wachstum ja, aber nicht um jeden Preis?*
Genau! Dank seines starken Images und seiner hohen Qualität trotzt der Gruyère AOP allen Widrigkeiten. Heute haben wir ein Gleichgewicht zwischen dem hohen Preis, der garantierten Qualität und der Menge, die der Markt aufnehmen kann. Dieses Gleichgewicht ist empfindlich und wir müssen alles tun, um es zu kontrollieren. Wir haben es in der letzten Krise gesehen: Wenn ein Parameter nicht mehr mit der Marktrealität übereinstimmt, entgleisen die beiden anderen Parameter. Und das gilt für alle drei: Aller Wahrscheinlichkeit nach wird es sich auf die Mengen oder den Preis auswirken, wenn z. B. die Qualität angetastet wird.

*Heisst das also, dass der Status quo in allen Bereichen aufrechterhalten werden sollte?*
Nein, ich glaube, ich kann im Namen des Vorstands sagen, dass wir die Probleme der Mitglieder der Branche hören, einige von uns erleben sie sogar selbst: Preisdruck, komplizierte Verwaltungsverfahren, unsichere Märkte, Schwierigkeiten bei der Personaleinstellung. Wir wissen, dass der Nachwuchs in einer Welt, die sich regelmässig im Turbogang wandelt, Perspektiven braucht. Wir müssen den Markt und die neuen Technologien im Auge behalten. Wir sind aber auch überzeugt, dass die Aufrechterhaltung der Qualität ein Schlüssel für unser Fortbestehen ist.

*«Dank seines starken Images und seiner hohen Qualität trotzt der Gruyère AOP allen Widrigkeiten.» Kevin Vonlanthen, Vorstandsmitglied der IPG*

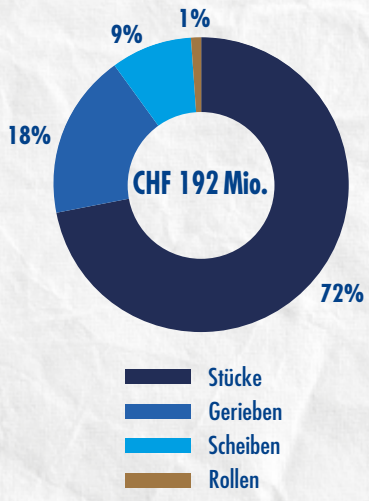
## DIE MARKTSTUDIEN VON NIELSEN IM ÜBERBLICK

Die Kenntnis des Marktes und des Verbraucherverhaltens macht eine Verkaufsstrategie effektiver. Aber wie kommt man an diese Informationen? Das weltweit bekannte Unternehmen Nielsen Holding sammelt die Scannerdaten der grossen Detailhändler. Zudem sammelt es Schlüsselinformationen von repräsentativen Konsumentenpanels: wo sie einkaufen, wie oft, welche Mengen usw. Die Umfragen geben also Auskunft darüber, wie gut ein Produkt in den Supermärkten einer Region oder eines Landes abschneidet. Unternehmen nutzen sie, um wichtige Trends zu verfolgen und ihre Verkaufsstrategie anzupassen oder sogar zu ändern.

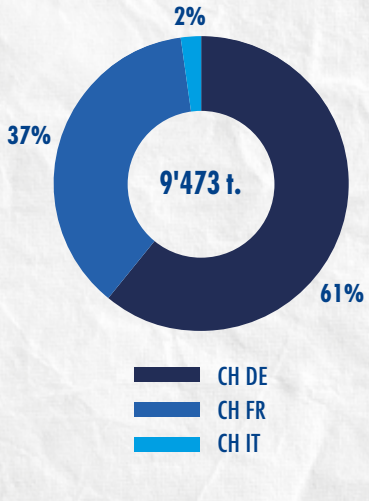
## DER GRUYÈRE AOP BEI DEN GROSSEN DETAILHÄNDLERN

- Im Jahr 2024 wurden in der Schweiz 18'661 Tonnen Gruyère AOP konsumiert, was 60 % der Gesamtproduktion entspricht. Davon wurden 9'500 Tonnen (ohne Fondue) von den Grossverteilern abgesetzt.
- 192 Mio. Umsatz
- Die Verkäufe verteilen sich wie folgt: 61 % in der Deutschschweiz, 37 % in der Westschweiz und 2 % im Tessin.
- 86 % des für den Grosshandel bestimmten Gruyère AOP werden von Coop und von der Migros verkauft.
- Bei 90 % der Verkäufe handelt es sich um Stücke oder geriebenen Gruyère AOP in Beuteln.

**VERTEILUNG DER VERSCHIEDENEN VERPACKUNGSFORMEN VON GRUYÈRE AOP DURCH DIE SCHWEIZER GROSSVERTEILER**




**VERTEILUNG DER VERKÄUFE VON GRUYÈRE AOP DURCH DIE SCHWEIZER GROSSVERTEILER NACH SPRACHREGION (IN TONNEN)**



# «DER GRUYÈRE AOP? AUF JEDER ETAPPE EIN ERLEBNIS!»

**Hier kommt ein kleines Rätsel: Teil eins ist ein Hartkäse, der seit über 900 Jahren aus weissem Gold hergestellt wird. Teil zwei erfordert Ausdauer und wird angeblich seit der Antike auf weissen Gold ausgeübt! Zusammen machen sie den Langlauf-Weltcup zu einem besonderen Ereignis. Fokus auf die symbolische Etappe Les Rousses im französischen Jura.**

Strahlender Sonnenschein, perfekter Schnee, gute Stimmung beim Publikum: An diesem Januarmorgen scheinen alle Zutaten für eine Premium-Etappe des Langlauf-Weltcups vereint zu sein. Le Gruyère AOP Switzerland, im Fachjargon der «Presenting Partner», hat die idyllische Landschaft mit goldgelben Akzenten geschmückt: Banner, Zielbogen, Schilder, aufblasbare Laibe, Hot Fondue-Verkaufsstand – das Logo ist allgegenwärtig und somit in den verschiedenen Übertragungskanälen der Länder zu sehen, die über das Sportereignis berichten. Auch das Produkt kann man überall kosten: im Partnerdorf, im VIP-Bereich und sogar auf dem Siegertreppchen, denn die besten Athletinnen und Athleten wurden mit einem Achtel Laib Gruyère AOP belohnt.

## EINE EINZIGARTIGE FONDUEMISCHUNG

Im Stade des Tuffes empfängt das Team der IPG einige Vorstandsmitglieder, die sich vor Ort ein Bild machen wollen. Einer von ihnen, ein Käser, hat die Gelegenheit genutzt, um einige seiner besten Kunden einzuladen. Am Stand des Gruyère AOP drängen sich französische Kunden, die dem Comté AOP – der regionalen Käsehoheit – ausnahmsweise einmal abtrünnig werden. Die Atmosphäre ist gesellig. Mit einer Mischung, die halb aus Gruyère AOP und halb aus Comté besteht, wurde das Fondue neu erfunden. Die neue Kreation «Mélange les Rousses» zeigt, was Diplomatie bewirken kann: eine Verbindung zwischen dem Gruyère AOP, der das Exklusivrecht für die anderen Etappen geniesst, und dem Comté AOP, der die französischen Langlaufteams sponsert. Die positiven Kommentare überschlagen sich: «Lecker!», «Wunderbar cremig!», «Welche Hälfte macht die Fäden?», «Fehlt nur ein Schuss Neuenburger!». Die Zusammenarbeit kommt gut an: «Ein schönes und starkes Signal, das heutzutage nicht alltäglich ist», freut sich Sébastien Damnon, Landwirt in Pontarlier und Mitglied des Vorstands des Comté AOP.

## DER GRUYÈRE AOP ALS INSPIRATIONSQUELLE

Even Berck, der Verantwortliche für die Partnerschaften des Internationalen Skiverbands (FIS) auf den 12 Etappen des Weltcups 2025, macht keinen Hehl aus seiner Liebe für Les Rousses. Er verweist auch auf die Rolle des Gruyère AOP, der der Etappe einen echten Mehrwert verleiht: «Der Gruyère AOP ist ein Beispiel dafür, wie man kommuniziert, das Publikum aktiviert, ein Produkt bekannt macht und überrascht». Die Überraschung ist definitiv

gelungen: Am Abend wird erstmals Mal ein XXL-Fondue mit der «Mélange des Rousses» für die Zuschauer zubereitet.

## AUCH DIE ORGANISATOREN SCHMELZEN DAHIN

Obwohl die Etappe Les Tuffes für ihre mobilisierende Wirkung bekannt ist, ist sie für Experten vor allem eine technisch sehr anspruchsvolle Strecke. Tatsächlich merkt man den Athleten, die die Ziellinie überqueren, an, dass sie an ihre Grenzen gegangen sind. Der Gruyère AOP gehört auch für sie fest zu jeder Weltcup-Etappe dazu. Der amerikanische Langläufer Zak Ketterson, der es bis ins Viertelfinale des Sprintwettbewerbs geschafft hat, kann das

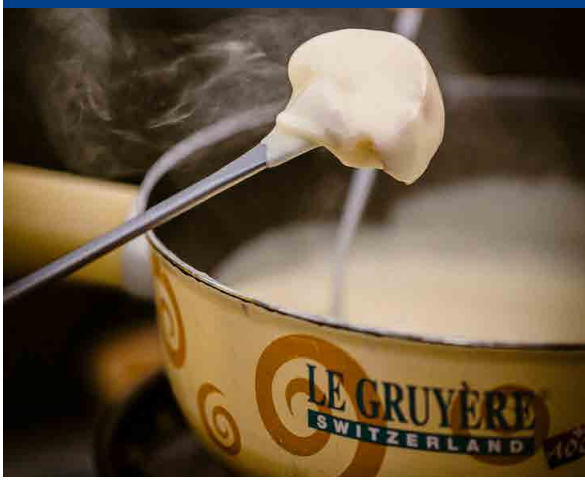
*Even Berck, Partnerschaftsbeauftragter der FIS: «Der Gruyère AOP bietet ein echtes Erlebnis, dadurch schafft er einen echten Mehrwert für die Etappe.»*

bezeugen: «Ich habe den Gruyère AOP in Europa kennengelernt, vor allem dank unserer Championesse Jessie Diggins, die den Käse, den sie auf dem Podium erhält, regelmässig mit dem Team und dem technischen Personal teilt. Er ist immer noch sehr begehrt und geschätzt. Wenn ich am Gruyère-Zelt vorbeikomme, bekomme ich Appetit auf heute Abend», scherzt er.

## DIE ETAPPE VON LES ROUSSES IM ÜBERBLICK

- 240 Langläuferinnen und Langläufer am Start
- 17 000 Zuschauende aus Frankreich und anderen Ländern
- Übertragung der Wettbewerbe in 52 europäischen und nordamerikanischen Medien
- Anwesenheit von 110 Journalisten pro Wettkampftag
- Verkostung von 170 kg Gruyère AOP an den drei Wettkampftagen

Mitglieder des IPG-Vorstands und Sébastien Damnon, Milchproduzent in Pontarlier beim geselligen Austausch um das berühmte Fondues Gruyère AOP – Comté.




## DAS FORT DES ROUSSES, EINE HOCHBURG DES COMTÉ AOP

Nur wenige Kilometer vom Stade Nordique entfernt, auf einem Gelände von über 21 Hektaren – das Dreifache der Grösse des Stades de France – thront das 1868 fertiggestellte Militärfort von Les Rousses. Ein Höhepunkt für Käseliebhaber, denn seit 1998 reifen in der zweitgrössten Festung Frankreichs die Comté-Laibe der Fromageries Arnaud. Jean-Charles Arnaud, der Geschäftsführer des Unternehmens, hatte die glorreiche Idee, die Räumlichkeiten in einen riesigen Keller umzuwandeln, d. h. in 37 Gewölberäume auf 7 Etagen mit Affinage-Galerien. Ein Geniestreich: Temperatur und Luftfeuchtigkeit bleiben stabil, die Bewegung der warmen Luft, die in der Mitte des Raumes aufsteigt und auf beiden Seiten der Gewölbe wieder absinkt, verteilt Kohlendioxid und Ammoniak ideal. «Innen und aussen gedeiht das Leben», erklärte Jean-Charles Arnaud, der gekommen war, um Philippe Bardet, der in den Ruhestand geht, Adieu zu sagen.

Die im Fort des Rousses gereiften Comtés haben seit 1996 eine AOP/GUB und stammen aus etwa 30 sogenannten «Fruitières». Die Bezeichnung dieser traditionellen Bergkäsereien ist an die Früchte der landwirtschaftlichen Feldarbeit angelehnt. Bei ihrer Ankunft sind die Laibe zwischen 8 Tagen und 3 Wochen alt und reifen zwischen 4 und 36 Monaten, wobei sie je nach ihrer Reise durch die Galerien verschiedene Aromen entwickeln. Die Hallen sind ständig gefüllt und enthalten 190 000 Laibe. Ein Traum für Käseliebhaber …

Die Besuchergalerie im Fort des Rousses ermöglicht spannende Einblicke in das historische Erbe dieses symbolträchtigen Ortes und das Know-how der Comté-Affinage.

coop
LE GRUYÈRE
SWITZERLAND

Der amerikanische Skilangläufer Zak Ketterson vor dem Stand des Gruyère AOP

## ENTDECKEN SIE DIESE FIS WORLDCUP IN VIDEO

Erleben Sie die Höhepunkte des Weltcups in Les Rousses mit exklusiven Bildern vom Besuch im Fort des Rousses, dem XXL-Fondue und den Wettkämpfen. Scannen Sie den QR-Code, um in die Veranstaltung einzutauchen.

FIS CROSS COUNTRY WORLD CUP

# LE GRUYÈRE AOP – PARTNER GROSSER VERANSTALTUNGEN

**VON MAI BIS SEPTEMBER 2025**

## MILLE GRUYÈRE

Le Gruyère AOP unterstützt junge Athletinnen und Athleten durch den Mille Gruyère. Das Regionalfinale dieses Jugendprojekts findet zwischen April und August 2025 statt. Jugendliche bis 15 Jahre können sich für das nationale Finale am Samstag, den 20. September, in Lausanne qualifizieren.

mille-gruyere.ch

## BCN TOUR

Die sechs Etappen der BCN Tour finden im April und Mai im Kanton Neuenburg statt. Die Laufevents stehen allen Läuferinnen und Läufern offen.

bcn-tour.ch

## BEA

Vom 25. April bis zum 4. Mai ist Le Gruyère AOP mit einem Stand an der BEA, der Schweizer Ausstellung für Gewerbe, Landwirtschaft und Industrie, vertreten.

bea-messe.ch

## THE GOOD FOOD & WINE SHOW

Vom 30. Mai bis zum 1. Juni nimmt Le Gruyère AOP erneut an der Good Food & Wine Show im australischen Melbourne teil. Die Besucher dieser gastronomischen Veranstaltung können Gruyère AOP in unterschiedlichen Reifegraden entdecken und geniessen. Nach Melbourne macht die Messe vom 20. bis zum 22. Juni in Sydney Station, wo Le Gruyère AOP ebenfalls mit einem eigenen Stand vertreten sein wird. Auch vom 18. bis zum 20. Juli in Perth und bei der letzten Ausgabe der Good Food & Wine Show vom 20. bis zum 26. Oktober in Brisbane ist Le Gruyère AOP dabei.

goodfoodshow.com.au

## SIERRE BLUES FESTIVAL

Le Gruyère AOP unterstützt das Sierre Blues Festival, das dieses Jahr vom 12. bis zum 14. Juni stattfindet. Das Festival bietet Open-Air-Konzerte und Veranstaltungen an verschiedenen Orten in der Walliser Stadt.

sierreblues.ch

## LEICHTATHLETIK-TEAM-EUROPAMEISTERSCHAFTEN

Le Gruyère AOP wird vom 27. bis zum 29. Juni in Madrid (ESP) bei den Leichtathletik-Team-Europameisterschaften vertreten sein.

european-athletics.com/wettbewerbe/european-athletics-team-championships-division-1/overview

## SUMMER FANCY FOOD SHOW

Vom 29. Juni bis zum 1. Juli hat Le Gruyère AOP einen Stand an der grossen New Yorker Lebensmittelmesse Summer Fancy Food Show. An dieser Veranstaltung können Lebensmittelfachleute Gruyère AOP in verschiedenen Reifegraden probieren.

specialtyfood.com/fancy-food-shows/summer

## MONTREUX JAZZ FESTIVAL

Le Gruyère AOP ist Partner des Montreux Jazz Festivals, das vom 4. bis zum 19. Juli stattfindet. Diese symbolische Veranstaltung bringt international bekannte Künstler an den Ufern des Genfersees zusammen. An diesem Anlass werden Gruyère AOP-Sticks an das Publikum verteilt.

montreuxjazzfestival.com

## LEICHTATHLETIK-U23-EUROPAMEISTERSCHAFTEN

Dieses Jahr finden die Europäischen Leichtathletikmeisterschaften für junge Athletinnen und Athleten unter 23 Jahre vom 17. bis zum 20. Juli im norwegischen Bergen statt. Le Gruyère AOP unterstützt die jungen Sportlerinnen und Sportler.

european-athletics.com/wettbewerbe/european-athletics-u23-championships/overview

## LEICHTATHLETIK-U20-EUROPAMEISTERSCHAFTEN

Im Rahmen seines Engagements an der Seite des europäischen Leichtathletikverbands ist Le Gruyère AOP Sponsor der U20-Europameisterschaften, die vom 7. bis 10. August in Tampere (FIN) stattfinden.

european-athletics.com/wettbewerbe/european-athletics-u20-championships/overview

## ATHLETISSIMA

Das internationale Leichtathletikmeeting in Lausanne findet am Mittwoch, den 20. August, statt. Es gehört zur Diamond League, die von der International Association of Athletics Federations (IAAF) organisiert wird.

lausanne.diamondleague.com

## SCHWEIZER LEICHTATHLETIK-MEISTERSCHAFTEN DER ELITE

Le Gruyère AOP ist Partner dieses nationalen Leichtathletikmeetings, das vom 23. bis 24. August in Frauenfeld stattfindet.

https://swiss-athletics.ch/de/campionati-svizzeri

## WELTKLASSE ZÜRICH

Le Gruyère AOP unterstützt das internationale Leichtathletikmeeting Weltklasse, das am 28. August im Zürcher Letzigrund-Stadion stattfindet. Dieser Wettbewerb ist ebenfalls Teil der renommierten Diamond League, in der die besten Athletinnen und Athleten der Welt in verschiedenen Disziplinen gegeneinander antreten.

weltklassezuerich.ch

## GROUPE E TOUR

Die Etappen der Groupe E Tour finden von Mitte August bis Mitte September im Kanton Freiburg statt und stehen allen Läuferinnen und Läufern offen.

gruppe-e-tour.ch

## MONDIAL DU FROMAGE

Le Gruyère AOP ist vom 14. bis zum 16. September am Mondial du Fromage in Tours vertreten. Bei dieser internationalen Veranstaltung treffen sich die Branchenfachleute zu einem Käsewettbewerb und tauschen sich über Innovation, handwerkliches Können und Markttrends aus.

mondialdufromage.com

## UCI MOUNTAIN WORLD CUP – LENZERHEIDE

Le Gruyère AOP ist ausnahmsweise Sponsor des UCI Mountain Bike World Cup in Lenzerheide, einer Etappe des UCI-Mountainbike- und Downhill-Weltcups. Vom 19. bis zum 21. September trifft sich die Weltelite der Mountainbiker im Herzen der Schweizer Alpen zu adrenalingeladenen Wettkämpfen, bei denen Leistung und technisches Können gefragt sind.

https://www.mtbworldcup.ch/de

## BROT CHEF

Der Fachwettbewerb des Berufsverbands Bäckerei und Confiserie, der das Ansehen der Bäckerei- und Konditoreiberufe fördert, findet diesen Herbst mit Unterstützung von Le Gruyère AOP statt.

hotelgastrounion.ch/de/sbkpv/brot-chef

# LE GRUYÈRE AOP KNUSPEREI

SNACK 4 30' 7'

## ZUTATEN

| | |
|---|---|
| **4** | Hühnereier |
| **100g** | Vollei |
| **50g** | Mehl |
| **100g** | Paniermehl |
| **50g** | Le Gruyère AOP |
| **400g** | Rapsöl (high oelic) |
| | Salz & Pfeffer |

Entdecken Sie jeden Monat ein neues Rezept mit Le Gruyère AOP

GRUYERE.COM/DE/KOCHREZEPTE

## ZUBEREITUNG

1. Die Eier für 5min kochen, direkt danach in Eiswasser geben.
2. Vorsichtig Schälen und abtrocknen.
3. Das Frittieröl aufwärmen (180°C)
4. Mehl und Vollei in getrennte Schüsseln geben, das Paniermehl zusammen mit Le Gruyère AOP gerieben in eine Schüssel geben.
5. Danach die Eier zuerst in Mehl, dann Vollei und schliesslich Paniermischung geben.
6. Die Eier im Frittieröl goldbaun ausbacken (1-2min).
7. Auf Küchenpapier abtropfen lassen und wahlweise mit Salat oder einem Relish (Rezept August Le Gruyère AOP) geniessen.

### TIPPS & TRICKS

Bevor man die Eier kocht sollte man das Wasser sprudelnd kochen lassen, vor dem Hinzufügen der Eier herunter schalten, damit die Eier nicht im Wasser «tanzen» und somit leicht zerbrechen. Damit das Schälen noch einfacher geht, kann man dies im Eiswasser direkt machen. Wichtig zu beachten dabei ist, dass das Ei komplett ausgekühlt ist, um dies gut schälen zu können.

## INFORMATIONEN

Le Gruyère AOP Knusperei ist eine köstliche Delikatesse, die durch ihre einfache Zubereitung und ihren intensiven Geschmack besticht. Bei diesem Gericht wird ein Ei auf raffinierte Weise mit Le Gruyère AOP kombiniert und paniert, um ein knuspriges und aromatisches Erlebnis zu bieten. Der traditionelle Schweizer Käse Le Gruyère AOP, bekannt für seine reichhaltige, nussige Note und seine feine Würze, verleiht dem Gericht eine besondere Tiefe. Dieses Knusperei eignet sich hervorragend als Vorspeise, Snack oder auch als Highlight eines Brunchs. Das Zusammenspiel von cremigem Ei und knuspriger Panade mit dem intensiven Käsegeschmack ist ein wahrer Genuss für den Gaumen. Lassen Sie sich von der Le Gruyère AOP Knusperei verführen und erleben Sie, wie einfach und doch raffiniert Genuss sein kann!

*Stéphanie Zosso*