

Medienmitteilung

## **Käsereitagung ZMP: Ein Premium-Käse ohne Mengensteuerung ist eine Farce**

***Die alle zwei Jahre durchgeführte Käsereitagung der Genossenschaft Zentralschweizer Milchproduzenten ZMP richtet sich an die Akteure der Käsebranche. Am 19. November 2012 fand die fünfte Käsereitagung ZMP im Gersag Seminar- und Kongresszentrum in Emmenbrücke LU statt. Rund 130 Teilnehmende aus der Schweizer Käsebranche wohnten den hochkarätigen Referaten bei.***

### **Zukunft im Export von Schweizer Käse liegt im hochpreislichen Qualitätssegment**

Dr. Bernard Lehmann, Direktor Bundesamt für Landwirtschaft, zeigte in seinem Referat die Erfahrungen mit dem liberalisierten Käsesektor auf. Zusammenfassend habe sich der Schweizer Käsektor trotz der schwierigen Situation mit den Währungsturbulenzen sehr gut gehalten. Nicht mithalten mit diesem Trend konnte die Sorte Emmentaler AOC. Das System Emmentaler leide immer noch aufgrund der Käsepolitik, welche zu Zeiten der Käseunion gegolten hat. Er sehe die Zukunft für die Käsebranche aber zuversichtlich und sei überzeugt, dass der Aussenhandel in beide Richtungen weiter zunehmen werde (Exporte im hochpreislichen Qualitätssegment, die Importe im tiefpreislichen Segment). Der starke Schweizer Franken sei auch in Zukunft eine Herausforderung für die Branche.

Auf die Frage aus dem Publikum, weshalb der Bundesrat seinen Entscheid zur Allgemeinverbindlichkeit für eine Mengensteuerung beim Emmentaler herauszögere, antwortete Bernard Lehmann, dass der Bundesrat die Situation beim Emmentaler sehr ernst nehme. Bernard Lehmann befürchtet, dass mit der Erteilung der Allgemeinverbindlichkeit die Probleme beim Emmentaler noch nicht gelöst seien, allenfalls brauche es hier noch andere flankierende Massnahmen.

### **Eine Marke oder ein Premium-Produkt ohne Mengensteuerung ist eine Farce**

Matthias Kunz, Leiter Emmi International Ltd., sieht eine grosse Schwäche insbesondere im Export von Emmentaler, weil zu viele Händler mit austauschbaren Produkten in den gleichen Märkten vorwiegend nur über den Preis verkaufen. Zu glauben, dass ein Markenprodukt oder ein AOC-Käse ohne Mengensteuerung als Premium-Produkt positioniert werden könne, sei eine Farce. Der Emmentaler AOC brauche zwingend eine Mengensteuerung, wenn er im hochpreislichen Qualitätssegment angesiedelt bleiben (oder wieder werden) soll. So sei auf Stufe Handel der Konsolidierungsdruck sehr hoch, weil die heutigen Angebotsstrukturen einen nachhaltigen Markterfolg behindern. Trittbrettfahrer und Fälschungen müssten vehementer bekämpft werden (Nulltoleranz).

Erfolgreiche Sortenorganisationen mit starken Marken haben die Rahmenbedingungen für die ganze Wertschöpfungskette geregelt - vom Milchproduzenten bis zur Affinage/Händler (so zum Beispiel Affinage nur im Ursprungsgebiet möglich usw.).

### **Die beste Marketingstrategie nützt nichts, wenn Branche nicht am selben Strick zieht**

Franziska Borer, Direktorin Sortenorganisation Emmentaler Switzerland, präsentierte die neue Marketingstrategie für Emmentaler AOC. Bei der Evaluation neuer Märkte rückten Singapur und China ins Zentrum. In China werden 40'000 Tonnen Käse gegessen, nur ein Viertel davon wird in China selber produziert, drei Viertel werden importiert. Aktuell werden rund 1'000 Tonnen Emmentaler in China konsumiert, davon sind nur 5 Prozent Schweizer Emmentaler. Für die nächsten Jahre wird beim Emmentaler in China ein Konsumwachstum von 5 bis 10 Prozent prognostiziert. Primär sei es auch in Zukunft nicht der Chinese, welcher Käse konsumiert, sondern eher die Ausländer, welche im aufstrebenden China arbeiten oder Gäste und Touristen, welche China besuchen.

Der Appell von Franziska Borer an die Emmentaler Branche und den Bundesrat ist deutlich. Die professionellsten Marketingstrategien und die originellsten Marketingaktivitäten nützen nichts, wenn die Branche nicht am selben Strick zieht. Emmentaler AOC braucht wieder eine Mengensteuerung und einen Richtpreis.

### **Sbrinz bei den Konsumenten im Inland noch besser positionieren**

Markus Baumann, Geschäftsführer der Sbrinz Käse GmbH, zeigte in seinem Referat auf, welches die grossen Herausforderungen für die Innerschweizer Käsesorte Sbrinz AOC sind. Sbrinz gehört ebenfalls zu dem Sortenkäse, der im Export laufend verloren hat. Im Marketing konzentrierte man sich nun primär auf die Schweiz. Obwohl dieser Käse bereits seit 500 Jahren in der Innerschweiz hergestellt wird, habe der Durchschnittskonsument in der Schweiz praktisch keine Ahnung von der Unverwechselbarkeit des einzigartigen qualitativ unvergleichlichen Sbrinz.

Markus Baumann würde in seiner persönlichen Strategie die durchschnittliche Reifedauer für Sbrinz auf 36 Monate festlegen. Er sei überzeugt, dass sich das Produkt nicht nur im Aroma, sondern auch als Premium-Sorte noch deutlicher von der Konkurrenz abheben und dies der Konsument auch entsprechend mit höherem Preis honorieren würde.

### **Diskussionsrunde mit kritischen Fragen**

Daniel Etter, Redaktor Agrarpolitik, Schweizer Bauer, führte die Diskussionsrunde mit den Referenten und stellte ihnen auch die eine oder andere kritische Frage. Auch das Publikum brachte sich rege in die Fragerunde ein.

### **Fazit aus der Käsereitagung**

Der Trend geht weiter, dass im Export vor allem Käse im hochpreislichen Segment nachhaltig bestehen kann, jedoch steigt der Import im tiefpreislichen Segment weiter. Damit bleibt Käse wichtigstes Exportgut der Schweizer Milchwirtschaft. Emmentaler AOC will in neue sich noch im Wachstum befindende Märkte vorstossen, Sbrinz AOC konzentriert sich primär auf den Heimmarkt. Emmentaler AOC und Sbrinz AOC haben starke Argumente und Geschichten – diese Mehrwerte gegenüber von Konkurrenzprodukten müssen mit Nachdruck „verkauft“ werden. Dies geht nur, wenn die Branche am selben Strick zieht. Es braucht daher eine Konsolidierung beim Angebot/Handel, Mengensteuerungsmassnahmen der Branche und ein klares Rollenverständnis innerhalb der Wertschöpfungskette „Milchproduzent – Käser – Affineur – Verkäufer“. Trittbrettfahrer und Markenfälscher müssen vehementer angepackt werden (Nulltoleranz).

Genossenschaft  
Zentralschweizer Milchproduzenten ZMP

Präsentationen/Referate (mehr Informationen)

- Die Präsentationen zu den Referaten können auf [www.zmp.ch](http://www.zmp.ch) abgerufen werden (Käsereitagung ZMP)

Fragen beantwortet Ihnen:

- Carol Aschwanden, Leiterin Kommunikation ZMP, Telefon 041 429 39 17, Mobile 079 777 16 30, E-Mail [carol.aschwanden@zmp.ch](mailto:carol.aschwanden@zmp.ch)
- Pirmin Furrer, Geschäftsführer ZMP, Telefon 041 429 39 20, Mobile 079 341 99 35, E-Mail [pirmin.furrer@zmp.ch](mailto:pirmin.furrer@zmp.ch)

Luzern, 19. November 2012/CA