

SCM-NEWS

www.switzerland-cheese.ch

SWITZERLAND CHEESE MARKETING

Für Fans:

Schweizer Käse
online, App

Ein Käse jubiliert:

10 Jahre AlpenTilsiter
in Deutschland

Internationale Grüne Woche:

Deutschlands grösste
Verbrauchermesse
in Berlin

Schweizer Käse- Messer:

Grosse
Nachfrage, viel
Begeisterung



Schweizer Käse
Garantiert schweizerisch

Schweiz. Natürlich



David Escher, CEO Switzerland Cheese Marketing AG

Liebe Leserinnen und Leser

Wir haben die SCM-News über den Jahreswechsel einem Facelifting unterzogen, doch die Grundidee bleibt die Gleiche. Wir möchten Ihnen zweimal jährlich aufzeigen, wie die SCM täglich mit auffallenden Aktionen die Konsumentinnen und Konsumenten auf die Vielfalt und die Qualität der Schweizer Käse aufmerksam macht und zum Kauf animiert. Im vergangenen Jahr zeigten die von den Niederlassungen und den Branchenakteuren entwickelten Ideen eine positive Wirkung, konnte sich der Schweizer Käse im Export trotz einigen wirtschaftlichen Turbulenzen behaupten. Insgesamt wurden 2.5% mehr Käse exportiert. Besonders der starke Schweizer Franken stellte die Exporteure vor einige Probleme. Während wir die Preise anheben mussten, senkten die ausländischen Konkurrenten die Preise. Damit die Konsumenten dennoch zum teureren Schweizer Käse griffen, liessen sich unsere Niederlassungsleiter einiges einfallen. Gerne blicke ich gemeinsam mit Ihnen auf die vergangenen Aktivitäten in den Ländern zurück. Zum Beispiel nach Deutschland, wo während der Grünen Woche über 10'000 Packungen Appenzeller Fondue durch die Besucher verkostet und gekauft wurden oder nach Belgien, wo im November in 415 Carrefour-Filialen eine Woche rund um das Thema Schweizer Käse veranstaltet wurde.

Die SCM setzt sich auch verstärkt in der Schweiz ein. Die Kampagne mit dem Schweizer-Käse-Messer übertraf ebenfalls unsere Erwartungen. So konnten wir bereits über 27 000 Schweizer-Käse-Messer an Schweizer Käse-Fans versenden. Unsere Käseshows in den Schweizer Einkaufszentren stiessen auf so reges Interesse der Konsumenten, dass wir in diesem Frühjahr auch eine Woche im Tessin eingeplant haben.

Ich wünsche Ihnen bei der Lektüre viel Spass.



Das Schweizer-Käse-Messer

Das Erfolgsmesser für Käsefans

«Endlich ein Messer, das es einem einfacher macht, die köstlichen Dinge des Lebens zu geniessen, egal wo man sich befindet.»

Dies ist eine der zahlreichen positiven Rückmeldungen auf die Schweizer-Käse-Messer-Promotion, welche seit September 2010 läuft. Mittlerweile konnten wir über 27 000 Messer an Schweizer Käsefans senden.

Aber nicht nur die Nachfrage, sondern auch die Freude am Schweizer-Käse-Messer ist sehr gross. Wir erhalten oft, gemeinsam mit der Bestellung oder per Telefon, kleine Nachrichten der Käsefans:

«Ich finde dieses Victorinoxmesser absolut genial!»

«Bitte schicken Sie das neue Käsemesser von Victorinox an meinen Mann. Jedesmal, wenn Ihre Werbesendung von Schweizer Käse im Fernsehen kam, hatte er strahlende Augen.»

«Da ich mir als leidenschaftlicher Schweizer Käseesser schon eine halbe Ewigkeit ein Sackmesser mit Käseklänge wünsche und in all den Jahren als Sammler nie eins gefunden habe, war ich entsprechend überrascht und glücklich zu erfahren, dass das Klappmesser aus der Fernsehwerbung wirklich existiert. Ich freue mich riesig auf mein bald neues Lieblingsackmesser.»

Neben der vielen Post von Käseliebhabern aus der Schweiz, erhielten wir auch Couverts mit 5 Strichcodes oder Kassabons von Schweizer Käse und 20 Franken aus dem Ausland. Das Schweizer-Käse-

Messer wird nun u.a. in Spanien, Holland, Schweden, Alaska, Florida und Sydney gebraucht.

Im März 2011 starteten wir nun erneut mit der Publikation der Inserate und im Mai folgen die TV-Spots. Wir freuen uns bereits wieder auf die vielen Bestellungen und Rückmeldungen der fleissigen Käseesser. Damit noch mehr «auf der nächsten Bergtour den feinen Alpkäse an Ort und Stelle artgerecht verzehren» können.

Branchenkodex:

Verzicht auf Zusatzstoffe verlängert bis Juni 2012

Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung. Bis heute hat 85% der Schweizer Käsebranche die freiwillige Verzichtserklärung unterschrieben. Dies ist ein deutliches Zeichen, dass die Branche gemeinsam für das Naturprodukt Schweizer Käse einsteht.

Agenda - Highlights Schweiz

29.4. bis 8.5
BEA Expo Bern

30. April
Buchvernissage von Mukka Emma.

Käsehows in Biel, San Antonino, Oftringen, Winterthur, etc.

Jimmy Flitz besucht verschiedene Schulklassen und bringt einen Käseznüni.

Woche 21
Start 2. Welle der Werbespots mit dem Schweizer-Käse-Messer

Danke für 4x Swisstop-Messer



Das Mukka Emma Buchcover

Endlich – Mukka Emma kommt in die Schweiz

Die Geschichten rund um Mukka Emma, der sympathischen Kuh aus dem Emmental, gehören in Italien zu den meistverkauften Kinderbüchern.

Peter Coolback beschreibt und zeichnet die Abenteuer von Emma und ihren Schwestern. Im lieblichen Emmental führt Mukka Emma einen Gasthof und kaum wird sie von jemandem gebraucht, ist Mukka Emma sofort zur Stelle – in ihrem Regenmantel, ihrem Glücksbringer! Kein Geheimnis kann der Detektivin Emma zu dunkel sein!

Gemeinsam mit Emmentaler Switzerland und Switzerland Cheese Marketing publiziert der Landverlag den ersten Band der Mukka-Emma-Serie.

Am 30. April 2011 um 14.00 Uhr findet die Vernissage des Buches in der blühenden Halle an der BEA in Bern statt. Sie sind herzlich dazu eingeladen, uns zu besuchen und an der Vernissage teilzunehmen.

Schweizer Käse auf Facebook

Weltweit hat der Schweizer Käse hunderttausende von Liebhabern.

Im sozialen Online-Netzwerk von Facebook wächst ihre Zahl erst seit kurzem. Auf unseren Seiten in Deutsch, Französisch, Englisch, Italienisch und Spanisch informieren wir die Fans über Neuigkeiten rund um das Thema Schweizer Käse. Ausserdem empfehlen wir Veranstaltungen, Bücher und Filme zu Schweizer Käse oder die Fans können ihre Beiträge hinzufügen. Werden Sie Fan!



Die Facebook-Seite für Schweizer Käse Fans

iPhone/Android APP

Nicht nur die Sozialen Medien sind in aller Munde, auch Applikationen für das iPhone oder andere Smartphones. Wir von Switzerland Cheese Marketing wollen mit unserer Kommunikation immer auf dem aktuellsten Stand sein. Daher sind wir dabei, eine Applikation mit dem Käsefinder zu programmieren, mit der wir im Juni auf den Markt kommen möchten. Damit auch die ganze Vielfalt der Schweizer Käse im Käsefinder vertreten ist, benötigen wir Ihre Mithilfe.

Sie werden in nächster Zeit einen Brief von uns mit einem Login erhalten, damit Sie Ihre Käse online stellen können oder Sie senden uns die Angaben an unser Büro in Bern.

Gesucht: Schaukäser für Thailand

Seit 80 Jahren bestehen diplomatische Beziehungen zwischen der Schweiz und Thailand. Dieses Jubiläum muss natürlich gefeiert werden.

Daher organisiert die Schweizer Botschaft in Bangkok eine grosse Ausstellung vom 28.-30. November 2011 im Siam Paragon, einem der bekanntesten Shopping-Center mitten in Bangkok. Es wird ein Nebeneinander von schweizerischen und thailändischen Ausstellern geben – Kunst, Literatur, Handwerk und Kulinarisches. Dabei entstand die Idee, die Zubereitung eines thailändischen Gerichts einem traditionellen Schweizer Handwerk, dem Käserhandwerk, gegenüber zu stellen.

Wir suchen einen Käser, der sich dieser Herausforderung gerne stellen möchte. Interessierten geben wir gerne Auskünfte unter info@switzerland-cheese.com oder 031 385 26 26.



Wendelin Rieser am Schaukäsen



SCM-Spanien



Der Tête de Moine AOC stösst bei Jung und Alt auf Begeisterung.

Emmentaler AOC-Aktion

Zwischen dem 5. Oktober und dem 14. Dezember organisierte die SCM in dreizehn Verkaufspunkten in Barcelona, Gironne und Tarragone POS-Aktivitäten rund um den Emmentaler AOC. Hauptattraktion dieser Animation waren die beiden ausgestellten Emmentaler AOC Laibe und die extra angefertigte «Guillotine» zum Zerkleinern der Laibe.

Die Promotion zog die Aufmerksamkeit der Kunden auf sich. So wurde während den 65 Promotions- sowie 39 Degustationstagen in den Super- und Grossmärkten der Kette Bon Preu/Esclat eine Gesamtmenge von 1400 kg Emmentaler AOC verkauft.

Auf Grund des grossen Erfolgs wird die Aktion von Februar bis Mai 2011 wiederholt.

Produktepräsentation in Valencia

Auch dieses Jahr wurde SCM Spanien von Foval (Untergruppe von TGT, wichtigster Importeur von Schweizer Käse in Spanien) nach Valencia eingeladen, um Einkäufern aus Handel und Gastronomie die Vielfalt der Schweizer Käse zu präsentieren. Die eintägige Ausstellung bietet den rund 400 geladenen Besuchern eine einmalige Möglichkeit, die ausgestellten Produkte in einer angenehmen Atmosphäre kennen zu lernen. SCM war mit Appenzeller®, Emmentaler AOC, Le Gruyère AOC, Sbrinz AOC und Tête de Moine AOC vor Ort. Die Vertreter aus Handel und Gastronomie haben mit Interesse alle Sorten degustiert und sich auch viel Zeit für die Information zu den Produkten genommen.



Agenda – Highlights Spanien

FITUR

Zusammenarbeit mit Schweizer Tourismus. Verkostung von Schweizer Käse.

Verkaufspromotionen

2300 Aktionen am Verkaufspunkt. Pressereise im Juni. Broschürenversand an 10 000 Verkaufspunkte.

TV Kampagne in Katalonien und Plakatkampagne in Barcelona und Madrid für Le Gruyère AOC.



Der SCM Stand in Valencia



Frederic Corbacho, SCM Spanien

SCM-Frankreich

«Master Swiss Cheese»

SCM Frankreich veranstaltete im Oktober und November 2010 ein grosses Online-Spiel.

Da die französischen Konsumenten oft nicht wissen, woher die verschiedenen Schweizer Käse genau kommen, war das Ziel des Online-Spieles «Master Swiss Cheese», die Herkunft der Schweizer Käse besser bekannt zu machen. Auf www.jeu-masterswisscheese.com gab es einen fünftägigen Aufenthalt in der Schweiz, sowie über 100 weitere schweizerische Preise zu gewinnen. Die Resonanz hat unsere Erwartungen übertroffen: nahezu 4,5 Millionen Ad-Impressions in einem Monat auf den Partnerseiten, über 12 000 Teilnehmer und 93 600 aufgerufene Seiten.

Bei den Besuchern der Seite fromages-desuisse.com konnte im Oktober ein Plus von 29 % verzeichnet werden. Zudem gibt es insgesamt 1'800 neue Abonnenten für den E-Newsletter «Saveurs de Suisse».

Veranstaltungen für den Emmentaler AOC

Seit Januar 2011 veranstaltet SCM Frankreich neue Sonderaktionen für den Emmentaler AOC. Mit Werbe- und Degustationsveranstaltungen in Hypermärkten, sollen die Unterschiede zwischen dem Schweizer Emmentaler AOC und dem französischen Emmentaler erläutert werden. Dies ist eine Massnahme am Verkaufspunkt und ausserhalb der Käsetheke, bei der ein Schneidetisch für einen 100 kg-Laib und ein Korb für die Selbstbedienungstheke, in den Farben des Emmentaler AOC mitgeliefert wird. Das Ergebnis: Im Rahmen der Degustationsveranstaltung konnten im Tagesdurchschnitt 100 kg Käse verkauft werden.



Die Internetseite www.jeu-masterswisscheese.com

Neuer E-Newsletter

«Passionnément Suisse» für die Käsedetailisten: Neue Form und neuer Inhalt für noch mehr Infos und Tipps!

Anfang 2011 haben wir den vierteljährlich erscheinenden Newsletter «Passionnément Suisse», der an 3500 Käsedetailisten in ganz Frankreich geht, grundlegend überarbeitet: auf neuem Papier (100% recycelt), in grösserem Format und mit mehr Seiten. Die 15. Auflage ist dem Schweizer Le Gruyère AOC gewidmet und stellt viele Aktionen rund um den Schweizer Käse für das Jahr 2011 vor.

Jedes Quartal wird ein Käse in besonderer Weise vorgestellt. Auf die Weise lernt der passionierte Käsedetailist den Reichtum und die Besonderheiten der grossen Schweizer Käse besser kennen. Am Ende des Newsletters besteht die Möglichkeit, kostenlos Dekoartikel und Werbematerial für das Geschäft zu bestellen. Eine Gelegenheit, die keiner versäumen sollte!



Agenda – Highlights Frankreich

1. Jahreshälfte
1000 Verkaufsförderungsaktionen für die Schweizer Käsesorten in den Verkaufspunkten

19. -17. Februar
Schweizer Präsenz mit Degustation/Verkauf sowie der unumgänglichen «Pinte à Fondue» am «Salon International de l'Agriculture», in Paris (650 000 Besucher)

18. bis 28. März
Foire de Lyon – Präsenz von Le Gruyère AOC und Vacherin Fribourgeois AOC mit einer «Pinte à fondue»

30. April bis 1. Mai
«Rencontres AOC de Cambremer» – Präsenz der Schweizer AOC-Käsesorten mit einem Verkaufs- und Degustationsstand in Cambremer in der Normandie

Event 2011: «Le Gruyère AOC débarque à Lyon» – im Mai 2011 kommt Le Gruyère AOC mit zahlreichen Veranstaltungen zu den Käsedetailisten sowie zu einer Auswahl von Lyoner Gastronomen des Verbands «Toques blanches»



Franck Lefèvre, SCM Frankreich

10 Jahre Alpen Tilsiter in Deutschland

Seit 2002 gibt es den besonderen Tilsiter für Deutschland: den AlpenTilsiter.

Eine Erfolgsgeschichte – so wurden in den vergangenen 10 Jahren 546 904 Laibe verkauft und über die verschiedenen Promotionen über 26,65 Mio Kontakte an der Käsetheke erzielt.

Nicht nur die Konsumenten sind überzeugt vom AlpenTilsiter, denn seit dem ersten Einreichen 2006 im Wettbewerb der Deutsche Lebensmittel-Gesellschaft (DLG) wurde er fünf Mal in Folge mit DLG-Gold ausgezeichnet.

Damit der Erfolg anhält, wird dem Handel 2011 ein Extra geboten. Statt wie bisher von zwei Verkaufspromotionen, kann der Handel insgesamt drei Mal von den Verkostungspromotionen profitieren. Das Ziel ist, den Absatz in den Sommermonaten zusätzlich anzuschieben.

Happy Birthday, liebe Sortenorganisation Tilsiter!



Grossandrang bei der Verkostung von Emmentaler AOC

Internationale Grüne Woche vom 21.-30.1.2011

Deutschlands grösste Verbrauchermesse in Berlin zählte im Januar weit über 415 000 Besucher. Und jeder, der durch die Halle 11 schlenderte, erkannte auf Anhieb unübersehbar das wichtigste Agrarprodukt der Schweiz: den Käse! Besonders stach der Appenzeller® heraus, der seiner Stellung als meist verkaufter Schweizer Käse in Deutschland alle Ehre machte:

mit einer grossen Fondue-Verkostung und dem Gewinnspiel, bei dem als Hauptpreis ein rotes Peugeot-Cabrio verlost wurde. Dabei wurden über 10 000 Packungen Appenzeller® Fondue durch die Besucher verkostet oder gekauft. Doch dies war noch nicht alles: Mit dem Kauf eines 500 g-Stückes Appenzeller® KRÄFTIG-WÜRZIG erhielt der Besucher eine auffällig rote Umhängetasche.

Auch die anderen Sorten glänzten mit einem eigenen Auftritt, wie z.B. Le Gruyère AOC und Emmentaler AOC oder die Mönche des Tête de Moine AOC. An zwei Theken hatten die Besucher die Gelegenheit, Käse aus der Schweiz zu kaufen. Trotz höherer Verkaufspreise konnte der Absatz nochmals gesteigert werden. Dank all den Attraktionen rund um den Schweizer Käse verweilte die Polit-Prominenz am Eröffnungstag länger als geplant am gelungenen Schweizer Stand. So konnte der SCM-Geschäftsführer Dr. David Escher der deutschen Bundesministerin Ilse Aigner, dem Berliner Bürgermeister Klaus Wowereit und dem deutschen Bauernpräsidenten Gerd Sonnleitner das Schweizer-Käse-Messer als Geschenk überreichen.



Manfred Bötsch, Direktor Bundesamt für Landwirtschaft.

Tête de Moine AOC Resèrve – Produkt des Jahres 2010/2011

Die Leser des Fachmagazins «Milchmarketing» haben aus allen Produkt-Neuvorstellungen des Jahres 2010/2011 in der Kategorie halbfester Schnittkäse an der Theke den neuen Tête de Moine AOC Resèrve als zweitbeste Produkt-Neuheit gewählt! Im September wurde er erstmals an der InterMopro in Düsseldorf der Fachwelt vorgestellt. Eine Auszeichnung innerhalb so kurzer Zeit ist eine sehr schöne Anerkennung, die die hohe Qualität und Beliebtheit unterstreicht.



Das Produkt des Jahres 2010/2011: der Tête de Moine AOC Resèrve.



Agenda – Highlights Deutschland

März bis Juni

POS-Degustationen für Appenzeller®, Emmentaler AOC direkt vom Schneidetisch, Le Gruyère AOC frisch vom Laib, AlpenTilsiter, Tête de Moine AOC, Sbrinz AOC, Vacherin Fribourgeois AOC und TV-Werbung für Appenzeller® und Emmentaler AOC

4. – 6. März

Gourmetmesse in Dresden

14. – 17. April

Slow Food in Stuttgart mit großem Schweizer Käsestand. Trade Marketing und individuelle Thekenaktionen mit grossen deutschen Verteilern.

15. April

Fachpressekonferenz in Stuttgart



David Escher überreicht der Bundesministerin Ilse Aigner das Schweizer-Käse-Messer (v.l. Manfred Bötsch, Ilse Aigner, Urs Schneider, David Escher)



Andreas Müller-Henze, SCM Deutschland



Swiss Cheese Lounge Bar

Im Oktober und November 2010 fand in Mailand die Aktion «Swiss Cheese at the restaurants» statt, im Rahmen derer reihum fünf Restaurants jeweils eine Woche lang ein Menü mit Rezepten auf der Grundlage von Schweizer Käse angeboten haben.

Nach einem Aperitif, zu dem die Gastronomen ausgewählte Schweizer Käsespezialitäten servierten, wurden den Gästen typische Schweizer Käsegerichte angeboten.

Vor dem Dessert hatten sie dann die Möglichkeit, aus dem reichhaltigen Angebot des Käsewagens auszuwählen.

Des Weiteren haben wir zwei Wochen lang auf das bewährte Konzept des «Il Cucchiaino di Legno» zurückgegriffen, bei dem das Restaurant mit typischen Schweizer Elementen dekoriert wird (Fahnen, Kühe etc.). Selbst das Servicepersonal war an seinen traditionellen roten T-Shirts und den kleinen Hüten mit dem weissem Kreuz zu erkennen. Während der gesamten Aktion standen unsere Käsespezialitäten auf der Speisekarte des jeweiligen Restaurants. An den Wochenenden gab es ferner Happy Hours und Brunches mit zu den Schweizer Spezialitäten passender Hintergrundmusik.



Die Swiss Cheese Lounge im Herzen von Mailand.

Tocati

In Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus hat die Schweiz im September als Ehrengast am Strassenspielfestival «Tocati» in Verona teilgenommen.

Auf einem der grössten Plätze der Stadt war sie mit Ständen (Ricola, Victorinox und Schweiz Tourismus) vertreten, bei denen natürlich auch die Schweizer Käse nicht fehlen durften. In der Mitte des Platzes fanden auf einer grossen Bühne diverse Veranstaltungen für Kinder statt; so erzählte Mukka Emma die Geschichte des Emmentaler AOC. Unmittelbar daneben war eine riesige Karte der Schweiz aufgestellt worden, auf der die Kinder die Regionen erraten durften, aus denen die Schweizer Käse stammen. Parallel hierzu wurden in elf im Zentrum gelegenen Bars ein Aperitif mit Käsespezialitäten aus der Schweiz und in zwölf Restaurants typisch schweizerische Gerichte angeboten. Diese Initiative fand beim Publikum in Verona grossen Anklang.



SCM am Tocati Festival



Verkostung von Schweizer Käse in der Swiss Cheese Lounge

Der Chef bringt Ihnen das Kochen bei...

Die Schweizer Käse haben mit drei renommierten Kochschulen aus dem Mailänder Raum zusammengearbeitet: La Cucina Italiana, Alto Palato und Con Gusto.

Dort fanden während eines dreiwöchigen Veranstaltungszeitraums einmal pro Woche Aktivitäten statt. So hielten die Schulleiter täglich Kurse über Schweizer Käse ab, im Rahmen derer sie die Zubereitung diverser Spezialitäten wie Raclette oder Fondue moitié-moitié erläuterten oder zeigten wie ein besonderer Aperitif mit Tête de Moine AOC-Rosetten oder Sbrinz AOC-Stückchen kreiert wird.



Ein Resultat der Zusammenarbeit mit den Mailänder Kochschulen

Agenda – Highlights Italien

1. Februar:

«Ochio alla Spesa». Zum zweiten Mal waren der Emmentaler AOC und Le Gruyère AOC die Protagonisten in einer Sendung von RAI 1.

26. und 27. März:

Zum dritten Mal nimmt Le Gruyère AOC mit einem eigenen Stand am Käsemarkt in Trient teil, an dem die Besucher Gelegenheit haben, Fondue zu degustieren oder Käse in allen Reifestadien zu kaufen.

März

«Swiss Bar at the station»: Veranstaltung, die nacheinander in den Bahnhöfen von Mailand, Rom, Turin und Neapel stattfindet. Dabei wird in der Mitte des jeweiligen Bahnhofs eine Schweizer Bar aufgestellt, an der Hot Fondue und eine Swiss Box mit einem Sortiment aus fünf unterschiedlichen Schweizer Käseproben erhältlich sind.

Degustationsabende für Schweizer Käse. Restaurants in Mailand und Rom bieten neben Käsespezialitäten Weine, Honig oder Champagner an.



Giovanna Frova, SCM Italien

Belebung der Käsetheken in den belgischen Supermärkten

Dank einer aussergewöhnlichen Werbeaktion in sämtlichen belgischen Filialen des Einzelhandelsunternehmens Carrefour (je nach Grösse «Hyper» oder «Market» genannt) ist es gelungen, den Absatz von Schweizer Käse bei Carrefour zu steigern.

SCM Benelux hat im vergangenen November in 415 Carrefour-Filialen (45 Hyper-Märkte und 370 Markets) eine Woche rund um das Thema Schweizer Käse veranstaltet. Erklärtes Ziel der Veranstaltung war es, den Konsumenten die breite Palette der Schweizer Käse näherzubringen und die Käsetheke («Traiteur») durch vermehrten Kundenbesuch zu beleben. So fanden in ausgewählten Carrefour-Filialen Degustationsveranstaltungen statt. Dabei setzte man auf neue Formen der Event-Werbung: Eine Hostess zog mit einem entsprechend hergerichteten Einkaufswagen durch die gesamte Lebensmittelabteilung und versuchte, die Kunden auf die Käsespezialitäten aufmerksam zu machen und sie für die Käsetheke zu interessieren. An anderer Stelle bereitete eine Mitarbeiterin in einem Kitchen Corner des Geschäfts vor den Augen der Kunden ein Nudelgericht mit Le Gruyère AOC vor.

Sämtliche Hyper- und Supermärkte wurden dekoriert, u. a. mit speziellem Werbematerial für die Käsetheken. Jedes Geschäft erhielt sein eigenes Dekorationskit, einen grossen Pappkarton, der leicht und schnell anzubringendes Werbematerial enthielt: grosse Pappaufsteller in den Farben der Schweizer Käse, Werbeplakate, Kochrezepte und kleine Geschenkartikel für die Kunden. Die Geschäfte konnten beim Installieren des Werbematerials die Hilfe eines Merchandisers in Anspruch nehmen. Weitere Neuheit: Auch in anderen Regalen, deren Produkte eindeutig mit Käse in Verbindung gebracht werden (Wein, Brot etc.), wurde Werbung für Schweizer Käse gemacht.



Marriage Schweizer Käse und Wein

Durch solche Werbemassnahmen an anderer Stelle ist es gelungen, das Sortiment der an der Käsetheke angebotenen Schweizer Käse auszuweiten. Zu den fünf an der Käsetheke verkauften Käsesorten (Le Gruyère AOC, Emmentaler AOC, Appenzeller®, Schweizer Raclette und Tête de Moine AOC) sind mehrere andere Sorten hinzugekommen: Le Gruyère AOC Reserve, Sbrinz AOC, Vacherin Fribourgeois AOC, L'Etivaz AOC...

Der Verkauf von Schweizer Käse an den Käsetheken stieg im November 2010 (im Vergleich zum Vorjahr) um mehr als 130 %. Darunter hat aber der Absatz aus dem Selbstbedienungsregal nicht gelitten. Ganz im Gegenteil, auch hier profitierte der Verkauf von Schweizer Käse von der Gesamtdynamik bei Carrefour und verzeichnete ein Plus von 14%.

Der Erfolg dieser Kampagne ist zum einen dem Engagement des Carrefour-Unternehmens selbst sowie der guten Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Abteilungsleitern, den Käsehändlern und den Ausbildnern, zum anderen der logistischen Unterstützung aller Mitwirkenden zu verdanken.

Alexis Wyngaerden, Category Manager bei Carrefour Belgium,

beschreibt die Aktion folgendermassen: «Dank der effizienten Zusammenarbeit mit Switzerland Cheese Marketing Benelux ist es uns gelungen, im November 2010 an den Käsetheken eine erfolgreiche Werbeaktion rund um die Schweizer Käse zu veranstalten. Insgesamt konnten wir 400 Filialen von Carrefour Belgium für eine verbesserte Promotion von Schweizer Käse in Belgien sensibilisieren.

In mehreren Geschäften gab es stimmige Eventveranstaltungen, welche in Form eines Themenabends belohnt werden sollen, bei denen die Teilnehmer die Möglichkeit haben, die ganze Welt der Schweizer Käse zu entdecken. Angesichts dieses schönen Erfolgs werden wir die Aktion im März dieses Jahres wiederholen, wobei wir uns zum Ziel gesetzt haben, noch mehr Menschen für dieses Projekt zu begeistern. Wenn man sieht mit welcher Freude unsere Käsehändlerinnen einige der weniger bekannten Schweizer Käsesorten für sich entdeckt haben, werden unsere Bemühungen sicher durch ein verstärktes Interesse der belgischen Konsumenten am Schweizer Käse belohnt werden.»



POS-Aktivität



Schaukochen im Einkaufszentrum

Agenda – Highlights Belgien

Februar

Wie in Gruyère – Event-Dinner für belgische Käsehändler in Zusammenarbeit mit dem Berufsverband der belgischen Käsehändler – Promotion von Le Gruyère AOC

Kleine Schweizer Köstlichkeiten

Neue Rezepte für Appetithäppchen auf der Grundlage von Schweizer Käse, von einem Küchenchef zur Verköstigung bei ausgewählten Events kreiert.

Culiperslunch

Kulinarischer Workshop für niederländische Journalisten.

Februar bis Mai

Degustationsveranstaltungen

in den Supermärkten in Benelux. Verkaufsstände und Informationsveranstaltungen für die Kunden. Veranstaltung von Schweizer Wochen in einigen Supermarktketten (Beispiel: Cactus im Februar, Carrefour im März).

April und Mai Swiss Recette

Kundenwettbewerb bei 150 Käsehändlern um das beste Rezept auf der Grundlage von Schweizer Käse.



Pascale Dedonker, SCM Belgien

à la carte

SWITZERLAND CHEESE MARKETING

Exportzahlen

Mit total 63'608 Tonnen Schweizer Käse konnte die Branche letztes Jahr 2.5 Prozent oder 1'560 Tonnen mehr Käse ausführen als 2009 Vorjahr. Die Exporte sind somit besser als erwartet.

Die europäische Wirtschaftslage und der damit verbundene starke Schweizer Franken machten den Exporteuren stark zu schaffen. Dennoch sind die Schweizer Käse weltweit auf Erfolgskurs. Während in den europäischen Hauptmärkten das hohe Exportniveau von 51'604 Tonnen trotz schwierigem Umfeld und hohem Preisdruck gehalten werden konnte, legten die weltweiten Exporte ausserhalb von Europa (+1498 Tonnen, +14.3%) überdurchschnittlich zu.

In Europa gehören Deutschland (+2415 Tonnen, +12.2%) und die Benelux Staaten (+270 Tonnen, +7.5%) zu den Gewinnern. Im Süden Europas hingegen war die Wirtschaftskrise ausserordentlich spürbar. So sind Italien (-1105 Tonnen, -7.2%) und Spanien/Portugal (-48 Tonnen, -10.7%) die europäischen Märkte, in denen die grössten Exportverluste zu verzeichnen waren. Sehr erfreulich war die Exportentwicklung in den USA mit einer Zunahme von rund einem Drittel (+1083 Tonnen, +30.4%). Die Sortenkäse Le Gruyère AOC

(+993 Tonnen, +9.1%), Appenzeller® (+383 Tonnen, +7.2%) und Raclette (+176 Tonnen, +15.2%) konnten die grössten Exportsteigerungen verbuchen. Der Emmentaler AOC konnte mit 19'227 Tonnen seinen Platz als meist exportierter Käse verteidigen, musste jedoch Einbussen hinnehmen (-513 Tonnen, -2.6%). Die sinkenden Exportzahlen konnten im Laufe des Jahres gebremst werden.

Die Frisch- und Weichkäse sind weiterhin auf Erfolgskurs. So konnte die ausgeführte Menge wieder stark gesteigert werden (+1696 Tonnen, +58.2% bzw. +315 Tonnen, +22%). Die gute Positionierung in diesen Kategorien ist für die Zukunft sehr wichtig, da diese unter dem stärksten Importdruck stehen.

Neben den Exporten legten auch die Importe 2010 zu, im Vergleich zur Vorjahresperiode um 2791 Tonnen (+6.3%); sie erreichten 46'892 Tonnen. Insbesondere haben die Kategorien Frischkäse (+1'628 Tonnen, +14.3%) und Mozzarella (+525 Tonnen, +19.1%) zugenommen.

Zusammenfassend kann auf ein gemischtes 2010 zurückgeblickt werden. Die Exporte konnten zwar ausgebaut werden, der Importdruck ist weiterhin gestiegen.

Um diesem Druck standzuhalten und weiterhin neue Marktanteile im Ausland hinzu zu gewinnen, ist die gesamte Schweizer Käsebranche gefordert.

Herzliche Gratulation:

10 Jahre Schaukäserei Kloster Engelberg: 1,8 Millionen Besucher in zehn Jahren.

Der Käse und seine Produktion hatte in Engelberg schon immer einen ganz besonderen Stellenwert. Der Käse war das Handelsgut schlechthin. Eigentlich wäre die jahrhunderte alte Tradition der Käseproduktion im Kloster Engelberg im Jahre 1999 zu Ende gewesen.

Für den Nidwaldner Käsermeister Ernst Odermatt war dies das Signal, eine schon lange gehegte Idee in die Tat umzusetzen. Gemeinsam mit seiner Tochter Judith entwickelte er in der Folge das Konzept einer Schaukäserei. Das vorgestellte Konzept überzeugte die Mönchsgemeinschaft des Benediktinerklosters Engelberg. Aus dem ehemaligen Pferdestall und späteren Magazin der klostereigenen Bauequipe entstand die Schaukäserei.

Am 15. Januar 2001 fand die Eröffnung statt. Kaum hatte die Schaukäserei im Ökonomiegebäude des Klosters Engelberg ihre Tore geöffnet, kamen die Besucher in Scharen. Seit der Eröffnung besuchten 1,8 Millionen Gäste die Schaukäserei. Das sind durchschnittlich 500 Gäste pro Tag, die den Käsern bei ihrer Arbeit zusehen.

Käseexporte* Januar bis Dezember *Käseexporte (in Tonnen)

	2009	2010	Differenz	%
Friskäse, Mozzarella, Quark	2'912.7	4'608.6	1'695.8	58.2
Weichkäse	1'432.0	1'747.3	315.3	22.0
Halbhartkäse	13'715.8	13'246.3	-469.5	-3.4
Hartkäse	34'784.5	35'136.8	352.3	1.0
Extra-Hartkäse	341.7	259.5	-82.2	-24.1
Schmelzkäse	3'627.4	2'898.5	-728.9	-20.1
Fertigfondue	4'988.5	5'476.2	487.7	9.8
Andere Käse	244.4	234.4	-10.0	-4.1
Total	62'047.2	63'607.6	1'560.4	2.5

Quelle: TSM Treuhand GmbH, Bern/OZD

Impressum

Herausgeber: Switzerland Cheese Marketing AG, Bern Text, Redaktion und Illustration: Manuela Sonderegger, Switzerland Cheese Marketing AG, Bern Konzept und Gestaltung: CULINEA AG, Zürich Oerlikon

Druck: Vögele Druckzentrum AG, Langnau