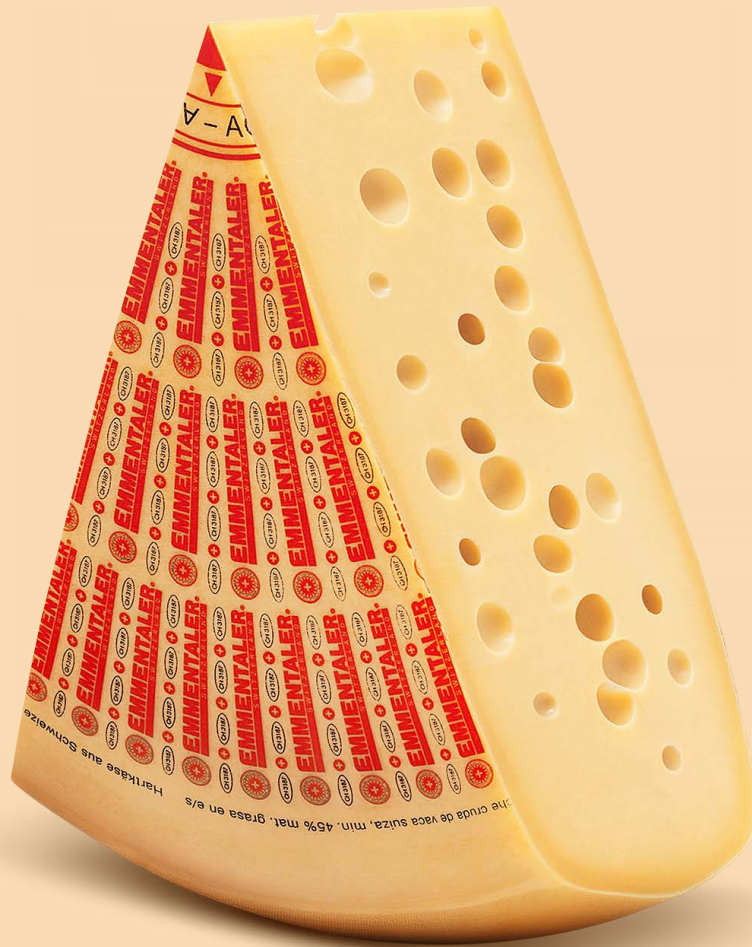


# Emmentaler Switzerland Geschäftsbericht 2022



**EMMENTALER.**  
SWITZERLAND

# INHALT

## *Emmentaler Switzerland* **Geschäftsbericht 2022**

1	<b>BERICHT DES PRÄSIDENTEN</b>
2	<b>BERICHT DER DIREKTION</b>
3	<b>MARKETING DER LÄNDER</b>
4	<b>QUALITÄT &amp; TECHNIK</b>
5	<b>ORGANISATION, SORTIMENT, KÄSEREIEN</b>



Der diesjährige Emmentaler Switzerland Geschäftsbericht wird neu digital als PDF für Sie bereitgestellt.

Möchten Sie den Geschäftsbericht lieber ausdrucken? Wir haben für Sie eine druckerfreundliche Version aufbereitet, welche über nachstehende Schaltfläche heruntergeladen und gedruckt werden kann:

[→ ZUR DRUCKVERSION](#)

# 1

## BERICHT DES PRÄSIDENTEN



# Mit gebündelten *Kräften* dem Jahr 2023 entgegentreten



**DANIEL ALAIN MEYER,  
PRÄSIDENT EMMENTALER SWITZERLAND**

**Nach zwei Jahren Pandemie sehnten sich alle nach einer Entspannung. Raus aus dem Krisenmodus zurück in die Normalität. Was anfangs Jahr zwar aus pandemischer Sicht zunehmend gut aussah, wurde vom Krieg von Russland gegen die Ukraine zunehmend überschattet. So gesehen war – nicht nur für Emmentaler Switzerland – 2022 das dritte aussergewöhnliche Jahr in Folge, durch welches wir unseren Emmentaler AOP besonders achtsam durchsteuern mussten.**

## **Marktlage 2022**

Unerwartet heftig wirkte sich die zunehmende Abschwächung der Pandemie auf den Absatz des Schweizer Käses und damit auch des Emmentaler AOP aus: Während das Wiederaufflammen des Einkaufstourismus sowie die Rückverlagerung vom Heimkonsum zurück in den Ausser-Haus-Konsum dem gesamten Schweizer Käse einen Absatzeinbruch bescherte, kamen im Ausland zu diesen Effekten noch Inflationsraten von über 10% und wegen der Kaufzurückhaltung der stark verunsicherten Konsument:innen ein rückläufiger Konsum von Premiumkäsen dazu.

Leider haben sich im ersten Halbjahr 2022 diese Effekte auch negativ auf den Absatz von Emmentaler AOP ausgewirkt, weshalb sich die Sortenorganisation speziell in der zweiten Jahreshälfte gezwungen sah, die Produktionsfreigaben zu drosseln, um die Lagerbestände von Emmentaler AOP bei den Käsehändlern wieder auf Normalniveau zurückzuführen. So schmerzlich notwendig diese Korrekturmassnahmen waren, so wichtig waren sie, um die Volumen- und Preisstabilität von Emmentaler AOP in der Balance zu halten. Die innerhalb von gut zwei Jahren zweite Preiserhöhung auf unserem Emmentaler AOP war aufgrund der gestiegenen Inputkosten undiskutabel notwendig, in einem angespannten Markt aber nur dank der professionellen Arbeit unserer Käsehändler erfolgreich durchzusetzen. Unterstützt worden ist diese Umsetzung dank der weiterhin steigenden Produktionsqualität unserer gewerblichen AOP-Käsereien und auch dank der sehr guten Qualität der eingelieferten Milch durch unsere Milchproduzenten, welche die Grundlage für die superiore Qualität des Emmentaler AOP ist.

Die kumulierten Auswirkungen auf den Absatz des Emmentaler AOP waren deutlich zu spüren: Während die Gesamtexporte von Schweizer Käse 2022 (TSM) um 6,7 % einbrachen, musste der Emmentaler im Export dank sehr guten Zahlen in Italien immerhin ein im Vergleich deutlich kleineres Minus von 4,4 % verzeichnen.

#### Neuer Direktor

Auch im Team von Emmentaler Switzerland gab es im Jahr 2022 Veränderungen: Weil sich unser langjähriger Direktor Stefan Gasser nach vielen Jahren überdurchschnittlichen Engagements dazu entschlossen hat, beruflich kürzer zu treten, durften wir nach einer intensiven Evaluationsphase Urs Schlüchter als neuen Direktor der Sortenorganisation Emmentaler AOP begrüßen. Urs hat speziell im Marketingbereich bereits starke Zeichen gesetzt, die in Form einer auf die Zielgruppe der Millennials neu ausgerichtete Kampagne in allen Exportmärkten ab 2023 zu sehen sein wird.

Damit setzt die Sortenorganisation ein klares Zeichen: Mit gebündelten Kräften und einem gemeinsamen Auftritt über alle Exportmärkte werden wir dem Jahr 2023 und seinen Überraschungen mit einer positiven Attitude entgegentreten und weiterhin alles daran setzen, den Emmentaler AOP maximal zu positionieren.

#### Dank

Es bleibt mir an dieser Stelle, mich für das anspruchsvolle Jahr 2022 bei meinen umsichtigen Kollegen vom Vorstand, beim motivierten Team von der Geschäftsstelle Emmentaler Switzerland und vor allem bei unseren geschätzten Mitgliedern aus der Milchproduktion, den Käsereien und beim Handel für die Unterstützung und das kollektive Mittragen der Gesamtverantwortung für unseren Emmentaler AOP ganz herzlich zu danken. ◀

” DIE KUMULIERTEN AUSWIRKUNGEN  
AUF DEN ABSATZ DES EMMENTALER AOP  
WAREN DEUTLICH ZU SPÜREN.



# 2

**BERICHT  
DER  
DIREKTION**

# Ein *Jahr* voller Herausforderungen und Überraschungen



**URS SCHLUECHTER,  
DIREKTOR EMMENTALER SWITZERLAND**

**Es freut mich, dass ich mich erstmals in meiner Funktion als Direktor der Sortenorganisation Emmentaler Switzerland im Geschäftsbericht an Sie wenden darf.**

## **Rückblick**

Das Jahr 2022 war für die Geschäftsstelle wie auch für seine Mitgliederfamilien ein schwieriges Jahr. Viele Herausforderungen konnten wir voraussehen, planen und in unsere Überlegungen miteinbeziehen, bis uns alle – völlig überraschend – die Nachricht des Ukraine Konfliktes erreichte. Ein Konflikt, von dem wir heute alle betroffen sind, sei dies aus menschlicher, sozialer oder wirtschaftlicher Sicht.

## **Erhöhung Milch- und Käsepreise**

Der Käsepreis ab Rampe Käserei, der Milchpreis und damit die Wertschöpfung der gesamten Kette konnte mit der Erhöhung des Richtpreises für Emmentaler AOP und Emmentaler AOP Bio ab Produktion 1. Mai 2022 nochmals erhöht werden. Zusätzlich wurde ab Produktion 1. Januar 2022 die Bioprämie erhöht. Unsere Mitglieder haben von der Erhöhung des Richtpreises profitieren können, auch wenn steigende Energiepreise und die Inflation wohl einen grossen Teil des Mehrerlöses dahinschmelzen liessen. Die Preiserhöhungen haben auch unsere Emmentaler AOP Konsument:innen im Laden zu spüren bekommen. Im Inland ist dies wohl kein grösseres Problem, da Emmentaler im Laden nach wie vor einer der günstigsten Sortenkäse ist. In unseren preissensitiven Exportmärkten jedoch wird sich der eine oder andere Käseliebhaber:in die Frage stellen, ob er sich Emmentaler AOP überhaupt noch leisten kann.

### Verkauf Inland/Ausland

Die stabile Umsatzentwicklung während der Coronajahre 2020 und 2021 war leider nicht nachhaltig, und so sind die Volumina sowohl im Inland wie auch im Ausland unter das Niveau der letzten Jahre zurückgefallen. Ein erfreulicher Lichtblick in dieser ganzen Entwicklung ist Italien. Als bedeutender Emmentaler AOP Markt konnte Italien gegenüber dem Vorjahr ein positives Wachstum ausweisen und auch das Niveau von 2019 fast halten, was zeigt, wie wichtig qualitativ hochwertige Lebensmittel für den italienischen Konsumenten sind. Diese positive Bilanz wurde aber leider mehr als neutralisiert durch den Umsatzeinbruch in der Schweiz, Deutschland, Frankreich und Benelux.

### Initiativen – Pflichtenheftanpassung, Qualität

Trotz vieler Herausforderungen ist 2022 ein äusserst interessantes und intensives Jahr für Emmentaler Switzerland. So wurde an der Delegiertenversammlung vom Juni 2022 beschlossen, beim Bundesamt für Landwirtschaft eine Pflichtenheftänderung zu beantragen. Die Anträge wurden eingereicht und die Verfahren laufen. Dabei dürfte die Verlängerung der Verarbeitungsfrist mehr Zeit in Anspruch nehmen als die drei weiteren Anträge. Bezüglich des Lobbyings für Automatische Melksysteme (AMS) und der Verlängerung der Verarbeitungsfrist war Emmentaler Switzerland sehr aktiv. Wir haben im Sommer einen AMS-Anlass mit den Medien durchgeführt. Wir zählen auch auf Ihre Unterstützung, wenn es darum geht, die Zweifler mit sach- und fachkundigen Argumenten zu überzeugen.

Hinsichtlich Qualität kann ich allen Beteiligten in der Wertschöpfungskette nur danken. Es ist eindrücklich zu sehen, dass selbst auf höchstem Niveau versucht wird, die Qualität noch weiter zu steigern. Herzblut, Passion und Leidenschaft machen da den klaren Unterschied zu einem industriell gefertigten «Substitut». Mit der neuen Markenkampagne versuchen wir, diese einmalige Qualität des Emmentaler AOP zu vermitteln, zu zeigen und zu teilen – Share a piece of you. Teilen Sie bitte diese Passion tagtäglich mit Ihrem Umfeld.

### Personelles

Die Geschäftsstelle erlebte personell ein turbulentes Jahr. Trotz vorübergehend weniger Personal konnten die anstehenden Aufgaben, inkl. der Entwicklung einer neuen Werbestrategie/-kampagne, ohne Qualitätseinbussen bewältigt werden. Heute dürfen wir sagen: Es hat funktioniert. Unser Team ist mit weniger Vollzeitstellen unterwegs, motiviert und bereit, die neuen Herausforderungen an den Hörnern zu packen.

### Dank

Gerne möchte ich mich für das entgegengebrachte Vertrauen bestens bedanken. Ich wurde in den vergangenen Monaten gut in die neue Stelle eingeführt, und daher ein grosses Merci dem Präsidenten, dem Vorstand und den Kommissionen sowie meinem Team auf der Geschäftsstelle in Bern. Ich freue mich auf weitere Herausforderungen und zahlreiche inspirierende Gespräche mit Ihnen, danke. ◀

” ES IST EINDRÜCKLICH ZU SEHEN,  
DASS SELBST AUF HÖCHSTEM NIVEAU  
VERSUCHT WIRD, DIE QUALITÄT NOCH  
WEITER ZU STEIGERN.



# MARKETING DER LÄNDER



# Marketing der Länder



## Bericht Schweiz

Das Marketing- und Kommunikationsjahr in der Schweiz stand unter den Hauptthemen «Handwerk» und «Genuss».

*Dass Menschen mit viel Erfahrung und Leidenschaft den Naturkäse tagtäglich in Dorfkäsereien von Hand herstellen, wurde in den Vordergrund gestellt. Auf verschiedenen Kommunikationsplattformen wurde über den Genuss die breite Palette an Reifegraden und Geschmacksrichtungen hervorgehoben. Weiter ist das Jahr von der Budgetreduktion im Frühjahr geprägt, die durch die tieferen Freigaben ausgelöst wurden. Aus diesem Grund liegt der Hauptfokus auf der Verkaufsförderung direkt bei den beiden grossen Vertriebskanälen Migros und Coop. Mit den Verkaufsförderungskampagnen wie z. B. der Glücksradpromotion und dem Gewinnspiel mit dem bekannten Käseloch-Design-Velo konnten die Absätze gefördert werden.*

*Ergänzend dazu wurde die Markenkampagne in reduziertem Rahmen publiziert. Ebenfalls wurde die Öffentlichkeitsarbeit und die Kooperation mit Journalisten gepflegt. Mit Messeauftritten an der BEA und der Olma sowie Degustationen wurde der Marketingaktivitätenplan komplettiert.*



[→ ZUR WEBSEITE](#)

### Neuer Auftritt [www.emmentaler.ch](http://www.emmentaler.ch)

Die wohl deutlichste Verlagerung von Produkt- zu mehr Kundenorientierung fand mit der Lancierung der neuen Emmentaler Webseite [www.emmentaler.ch](http://www.emmentaler.ch) statt. Sie schaffte für Konsument:innen einen grossen Mehrwert, indem das gesamte Emmentaler AOP Sortiment, die Rezepte, die Verkaufsstellen und die Menschen hinter dem Handwerk rasch gefunden werden können. Auch das Konsumentenbedürfnis, sich mit den Werten eines Produktes identifizieren zu können, wurden berücksichtigt.

Die ersten Auswertungen der Webseite zeigen die erfolgreiche Neuausrichtung. Bereits im ersten Jahr besuchten rund doppelt so viele Interessierte die [emmentaler.ch](http://emmentaler.ch)-Seiten.

### ESAF-Wettbewerb

Mit einer Promotionsaktion im Coop konnte beim Kauf eines Emmentaler AOP am ESAF-Gewinnspiel teilgenommen werden. Zu gewinnen gab es Eintrittskarten für das Eidgenössische Schwing- und Älplerfest (ESAF). Das rege Interesse an diesen Tickets generierte deutlich höhere Umsätze während der Wettbewerbszeit. Auch die Zugriffe auf die Webseite [emmentaler.ch](http://emmentaler.ch) und die Interaktionen auf den Emmentaler Switzerland Social-Media-Kanälen erreichten Rekordwerte.

### Genuss pur mit Emmentaler AOP

Auf dem Online-Portal und im Newsletter für Geniesser – gaultmillau.ch – stand der Emmentaler AOP im Zentrum von verschiedenen Beiträgen. Es wurde zum Beispiel die Sortimentsvielfalt durch den Affinage-Artikel zur «Schatzkammer im Militärstollen» besonders hervorgehoben. Weiter wurde auch über Heiko Nieders (19 GaultMillau Punkte) «Emmentaler AOP Genussmenü» berichtet, das «mit den Reisenden in der Singapore Airlines um die Welt fliegt». Ein weiterer Artikel ist das Porträt der «beiden unermüdlichen Chrapfer» in der Käserei im Hüpfenboden. Es beschreibt, wie viel Passion und Handwerk im Naturkäse steckt.

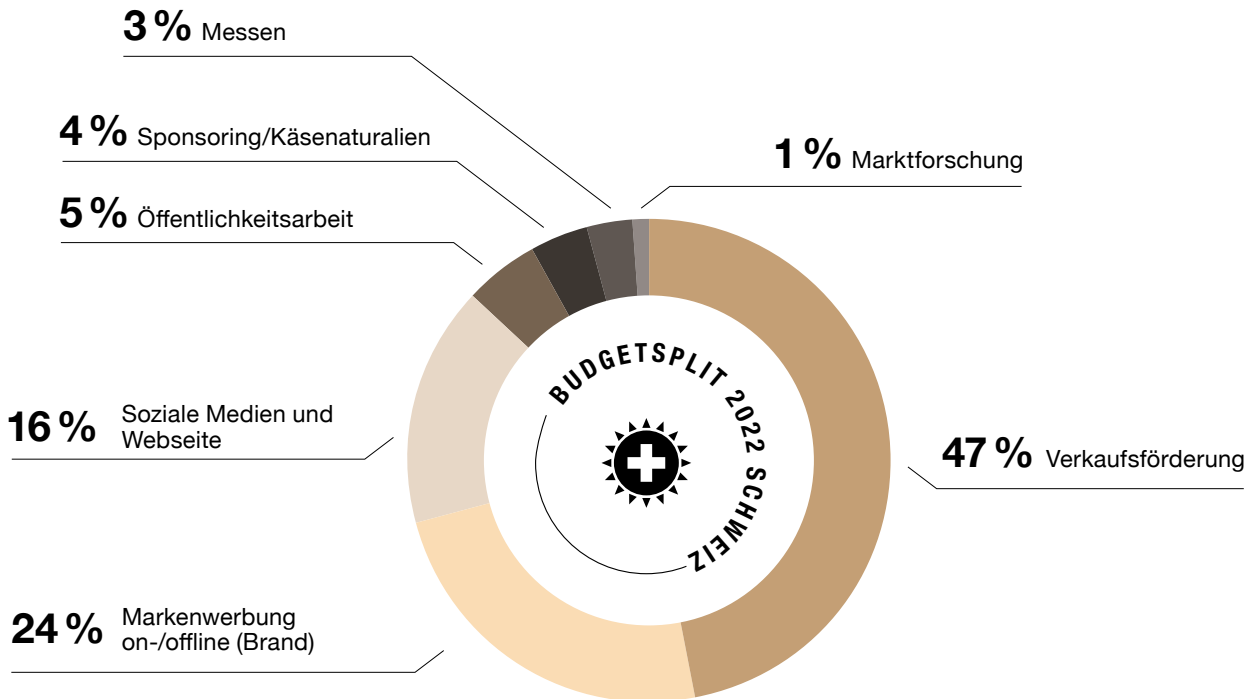
→ ZUM SORTIMENTSVIELFALT-ARTIKEL

### Käse harmoniert mit Wein

Eine Käsesommelière trifft den Weinsommelier von Flaschenpost. Mit dieser Kooperation wird die Sortimentsvielfalt von Emmentaler AOP auch jüngeren Konsument:innen über Newsletter, Facebook, Instagram, Flyer in Weinversänden und auf [www.flaschenpost.ch](http://www.flaschenpost.ch) nähergebracht. In Filmen und mit Fotos werden in Kurzartikeln zum Beispiel gezeigt, wie geschmacksintensiver, würziger Emmentaler AOP zu gehaltvollem Wein passt. In dieser Zusammenarbeit gewinnen beide Seiten durch Synergien und Budgetoptimierungen.



→ CHEESE & WINE





## Bericht Italien

Ein massiver Promotionsplan wurde 2022 aktiviert, mit klarem Fokus auf die gute Partnerschaft mit dem Detailhandel und Miteinbezug von zusätzlichen Handelspartnern wie Eurospin, die neu Käsetheken in vielen ihrer Läden führen. Grosse Markenvisibilität konnte dank der Präsenz an über 16'200 Verkaufspunkten generiert werden. Drei grosse nationale Emmentaler AOP Aktivitäten wurden mit attraktiven Zugabeartikeln zusätzlich unterstützt (Valentinstag, Back to School und Weihnachten). Um die Aktivitäten am Verkaufspunkt optimal zu unterstützen, wurde auch im Radio, auf sozialen Medien (Facebook, Instagram etc.), mit Foodblogs und mit Degustationsständen gearbeitet. Dank diesen massiven Unterstützungen bis zum Jahresende resultierte ein ausserordentlich positives Ergebnis von 3,8% gegenüber dem Vorjahr.

(Quelle: TSM)



## Bericht Deutschland

Nach zwei Jahren Pandemie-Ausnahmesituation folgte 2022 die nächste extreme Phase: Die Auswirkungen des Ukraine-Konfliktes führten in erster Linie zu einer Energiekrise unbekanntem Ausmasses. Stetig steigende Kosten von Artikeln des täglichen Lebens führten in der Spitze auf eine monatliche Inflationsrate von über 10%. Die Konsument:innen begannen bereits ab Februar, ihre Ausgaben stark einzugrenzen und zu sparen. Insgesamt wird Premiumkäse viel weniger verkauft, weil die Eigenmarken des Detailhandels und die vielen günstigen Käse mehr im Fokus der Verbraucher:innen stehen. Aus dieser schwierigen Marktsituation heraus wurden die Massnahmen am Verkaufspunkt nochmals weiter optimiert, um mit Promotionsvorteilen und werteorientierter Produktkommunikation die Konsument:innen vom Kauf zu überzeugen. Mit all diesen Marktumständen erreichte Emmentaler AOP ein Absatzergebnis von 1'892 Tonnen oder 14,8% unter Vorjahr. (Quelle: TSM)





## Bericht Frankreich

Frankreich hat 2022 zusätzlich zur Region Nord-Ost (nahe der deutsch-belgischen Grenze) auch in der Region Süd-West (Normandie, Pays de Loire und Grossraum Bordeaux) mit Emmentaler AOP Fuss gefasst. In der aktuellen Situation ein mutiger Schritt, aber zukunftsgerichtet mit Sicherheit die richtige Entscheidung. Zahlreiche Aktivitäten am Verkaufspunkt und Verkostungen an der Theke haben den Bekanntheitsgrad von Emmentaler AOP weiter geschärft. Die schwierige Situation 2022 hat zu einem Umsatzeinbruch von 18 % gegenüber Vorjahr geführt. (Quelle: TSM)



## Bericht Benelux

Trotz geopolitisch schwierigem Umfeld wurden zahlreiche verkaufswirksame Promotionen am Verkaufspunkt gefahren und die konsumstärksten Momente wie Valentinstag, Muttertag oder Weihnachten «gepusht». Trotz dieser Präsenz und einer zusätzlichen Cheese-Bike-Promotion im Juni konnte ein Umsatzeinbruch von fast 20 % leider nicht verhindert werden. Die Konsument:innen reagieren auch in Belgien, Luxemburg und Holland sehr preissensitiv und bevorzugen im Augenblick eher Eigen- und/oder Billigstmarken.



## Bericht Spanien

Auf aktuell noch kleinem Niveau und mit bescheidenen Mitteln wird in Spanien, wie übrigens in all den anderen SCM-Ländern, mit grossem Engagement und neuen Ideen auf den Emmentaler AOP aufmerksam gemacht. Nebst auffälliger Buswerbung in den Monaten Oktober/November in Barcelona wird 2022 auch erstmals im Skigebiet der Sierra Nevada ein Schweizer Chalet (El Chalet Suizo) mit Schweizer Käsespezialitäten, darunter auch sehr prominent der Emmentaler AOP, angepriesen.



# 4

## QUALITÄT & TECHNIK



# Hoher Anspruch an die Qualität

URS GILGEN,  
HANSUELI MESSERLI

## Qualität

Die Qualität im Jahr 2022 war sehr erfreulich. Der Anteil Spitzenware (19–20 Punkte) ist auf rund 84,5 % angestiegen. Im Vergleich dazu lag der Anteil Spitzenware 2021 bei rund 80,6 %. Der trockene Sommer 2022 hat hier im Vergleich zum nassen Sommer 2021 sicher geholfen. Im Vergleich Winter 2021/2022 mit dem Sommer 2022 ist der Anteil Spitzenware praktisch gleich. Die grössten Unterschiede sind bei den 19,5 und 20,0 Punkten und beim Anteil Klasse 2 feststellbar. Hier schneidet die Sommerproduktion deutlich besser ab.

Nachgärung, welche bei der Taxation nicht oder nur schwer feststellbar ist, ist gemäss den Angaben der Handelsfirmen und den Beratungsorganisationen bei einzelnen Käsereien ein grosses Problem und verursacht zum Teil massive Schäden. Die Beratungsorganisationen und die Käsereiberatung der Agroscope sind bei der Ursachensuche und der Bekämpfung der Qualitätsprobleme wichtige Partner und unterstützen die Fabrikanten.

**Entwicklung einer neuen Propionsäure-Kultur**  
Agroscope entwickelt, in Zusammenarbeit mit Emmentaler Switzerland, eine neue Propionsäure-Kultur. Das Ziel dieser neuen Kultur ist es, auf den Einsatz der fak-het-Kulturen zu verzichten und somit negative Einflüsse auf den Geschmack zu verringern. Im Juni 2022 wurden in drei Käsereien Praxisversuche mit der neuen Propionsäure-Kultur durchgeführt. Die Versuchskäse wurden im Alter von 4 Monaten und von 6 Monaten

Punkte	Winter 2021/2022 in %	Sommer 2022 in %
20,0	6,72	8,04
19,5	36,41	38,15
19,0	41,46	38,20
18,5	9,36	10,54
18,0	0,69	0,76
Ortsreserve <sup>1</sup>	2,59	2,78
Total Klasse 1	97,23	98,48
Total Klasse 2 und 3 <sup>2</sup>	2,77	1,52
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

<sup>1</sup> Die «Ortsreserve» entspricht ebenfalls der Qualität Klasse 1 und bleibt im Produktionsbetrieb, wo sie mehrheitlich im eigenen Verkaufsladen angeboten wird.

<sup>2</sup> Käse der Klasse 2 weisen Mängel auf und gelangen nicht als Tafelware in den Verkauf. Käse der Klasse 3 sind nicht als Konsumware zugelassen.

beurteilt. Eine weitere Beurteilung im Alter von 12 Monaten folgt im Juni 2023. Die bisherigen Ergebnisse sind vielversprechend.

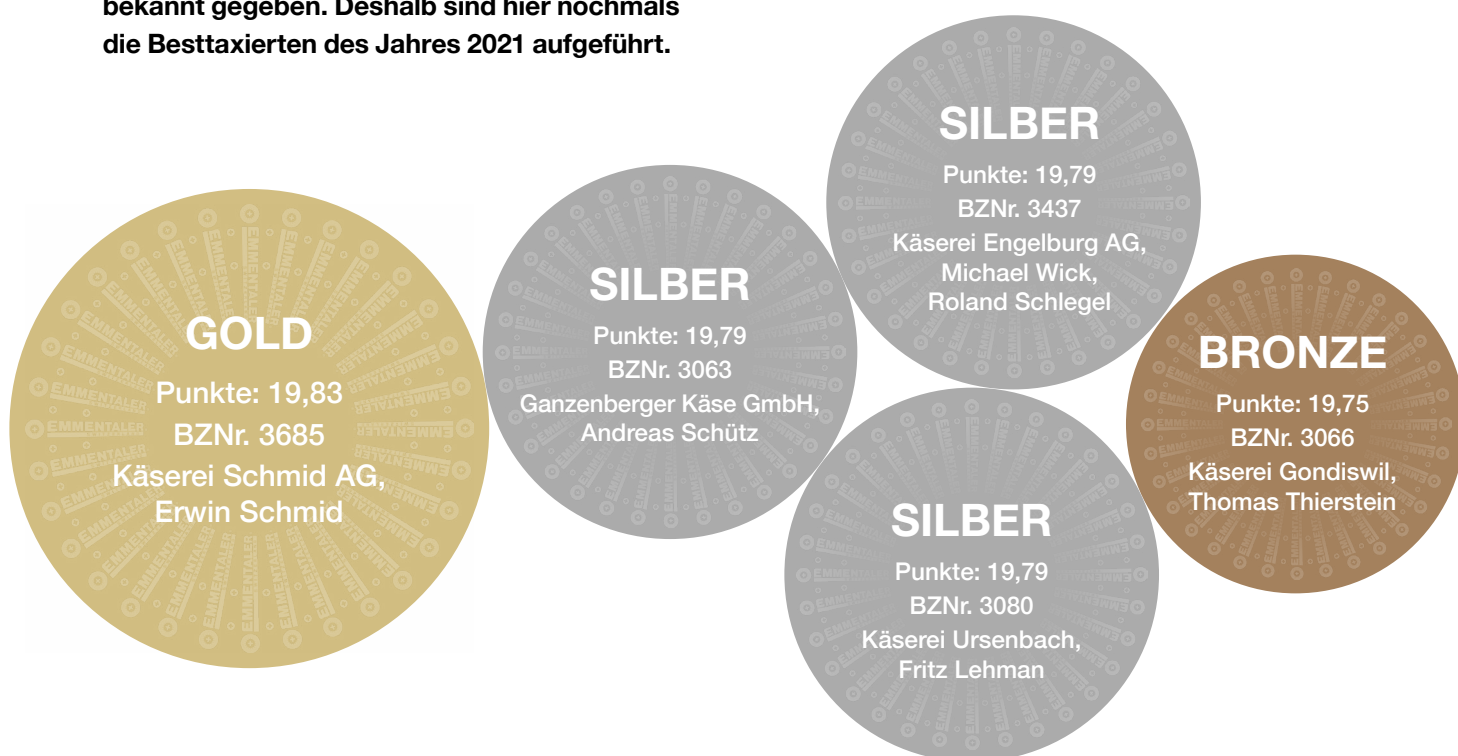
## Versuche mit verlängerter Verarbeitungsfrist mit und ohne AMS-Milch

An der Delegiertenversammlung 2022 von Emmentaler Switzerland wurde über vier Anträge für die Änderungen des Pflichtenheftes Emmentaler AOP abgestimmt. Die Gesuche beim Bundesamt für Landwirtschaft wurden im Anschluss eingereicht. Ein Antrag betrifft die Verlängerung der Verarbeitungsfrist von 24 Stunden auf 29 Stunden. Auch hier wurden im Oktober 2022 in vier Käsereien Versuche mit verschiedenen Varianten durchgeführt.

# Top 10 Käsereien 2021

## Die Gewinner

Welche Käsehersteller zu den Top 10 im Jahr 2022 gehören, wird erst anlässlich der Delegiertenversammlung vom April 2023 bekannt gegeben. Deshalb sind hier nochmals die Besttaxierten des Jahres 2021 aufgeführt.

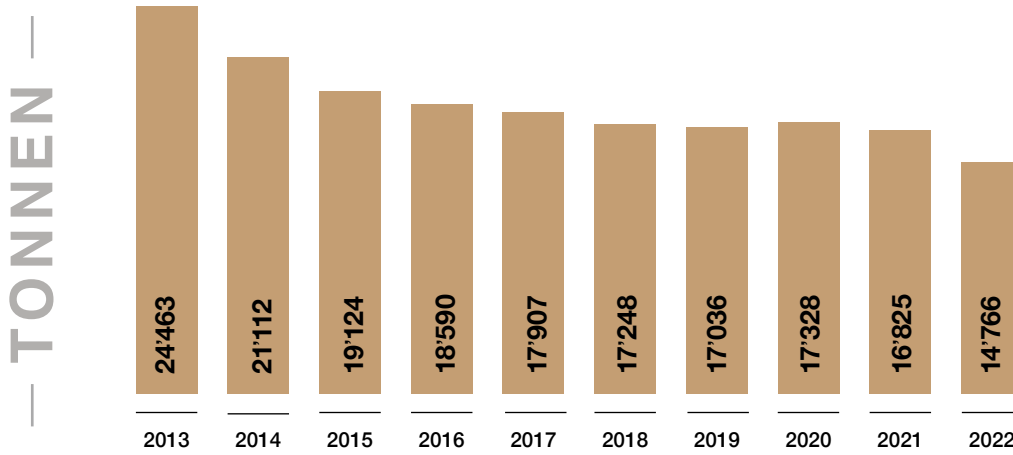


### DIPLOME 2021

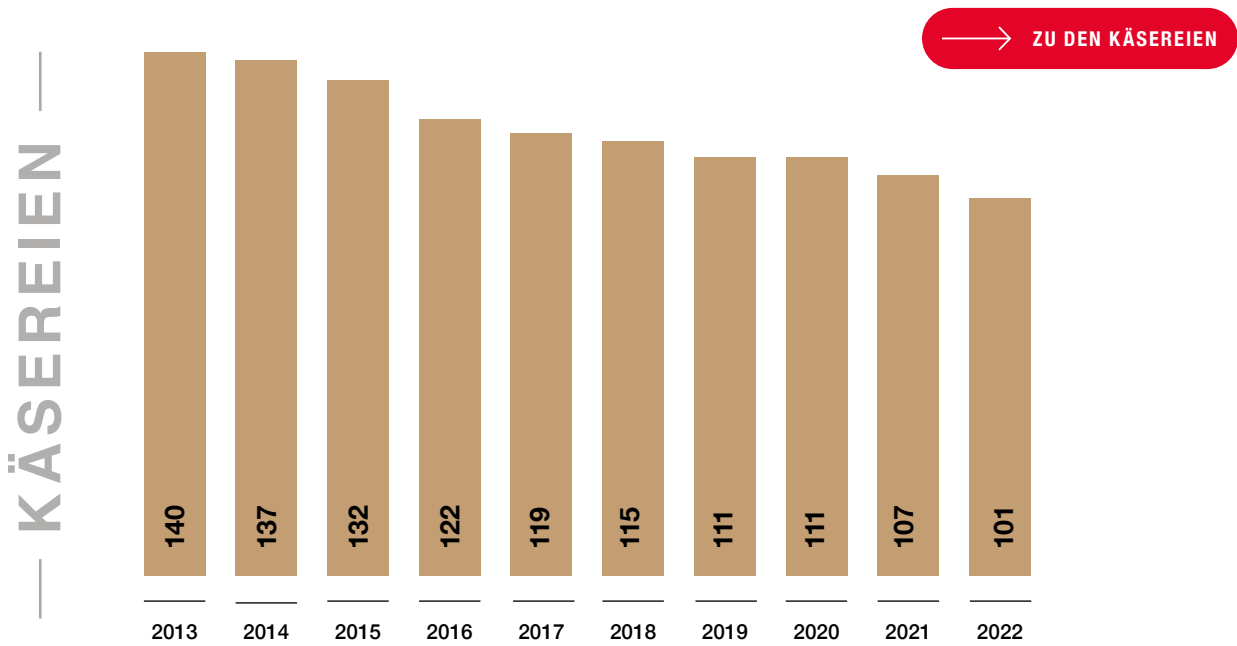
<b>19,71 Punkte:</b>	BZNr. 3258, Käserei Dürrenbühl, Urs Wüthrich
<b>19,67 Punkte:</b>	BZNr. 3193, REK AG, Käserei Oberbütschel, Theo Zbinden
<b>19,67 Punkte:</b>	BZNr. 3219, Käserei Röthenbach i. E., Jakob Leuenberger
<b>19,63 Punkte:</b>	BZNr. 3648, Käse vom Schöpfer AG, Albert und Silvio Schöpfer
<b>19,58 Punkte:</b>	BZNr. 3185, Käserei Kirchdorf, Roland Meier
<b>19,58 Punkte:</b>	BZNr. 3187, REK AG, Käserei Längacker, André Kohler
<b>19,58 Punkte:</b>	BZNr. 3191, Käse Noflen AG, Jürg Schwab
<b>19,58 Punkte:</b>	BZNr. 3452, Käserei Rohrenmoos AG, Marcel Züger / Robin Straub
<b>19,58 Punkte:</b>	BZNr. 3666, Käserei Seetal AG, Walter Lang
<b>19,58 Punkte:</b>	BZNr. 3730, Käserei Gritzenmoos-Trutigen, Bruno Dubach



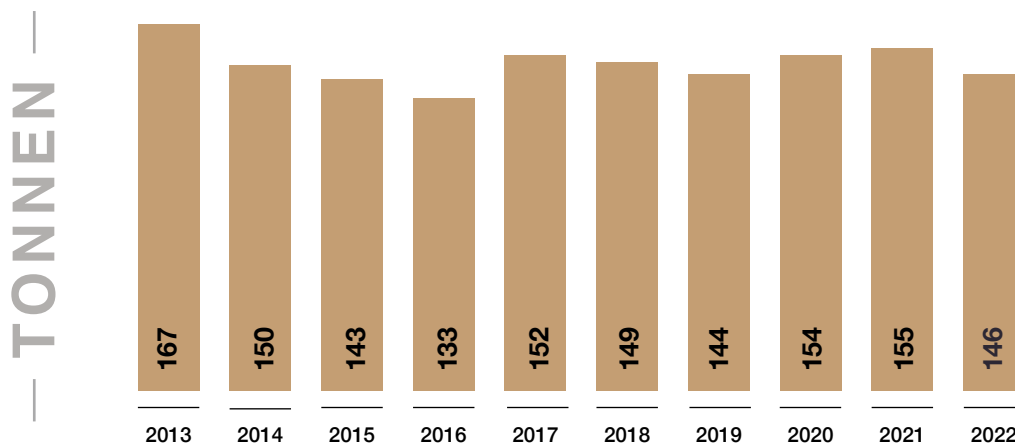
*Produktion Emmentaler AOP*  
**Mitglieder Emmentaler Switzerland**



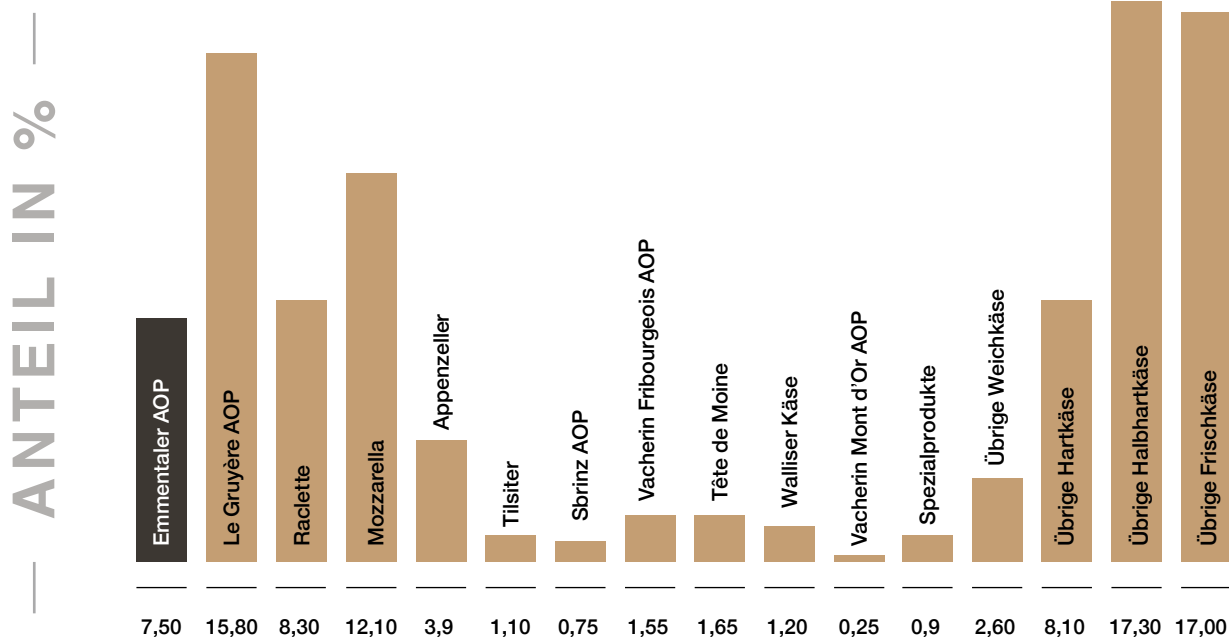
*Entwicklung Emmentaler AOP Käsereien*  
**Mitglieder Emmentaler Switzerland**



*Durchschnittliche jährliche Produktion*  
Emmentaler AOP pro Käserei



*Käseproduktion 2022 in der Schweiz*  
Quelle: TSM

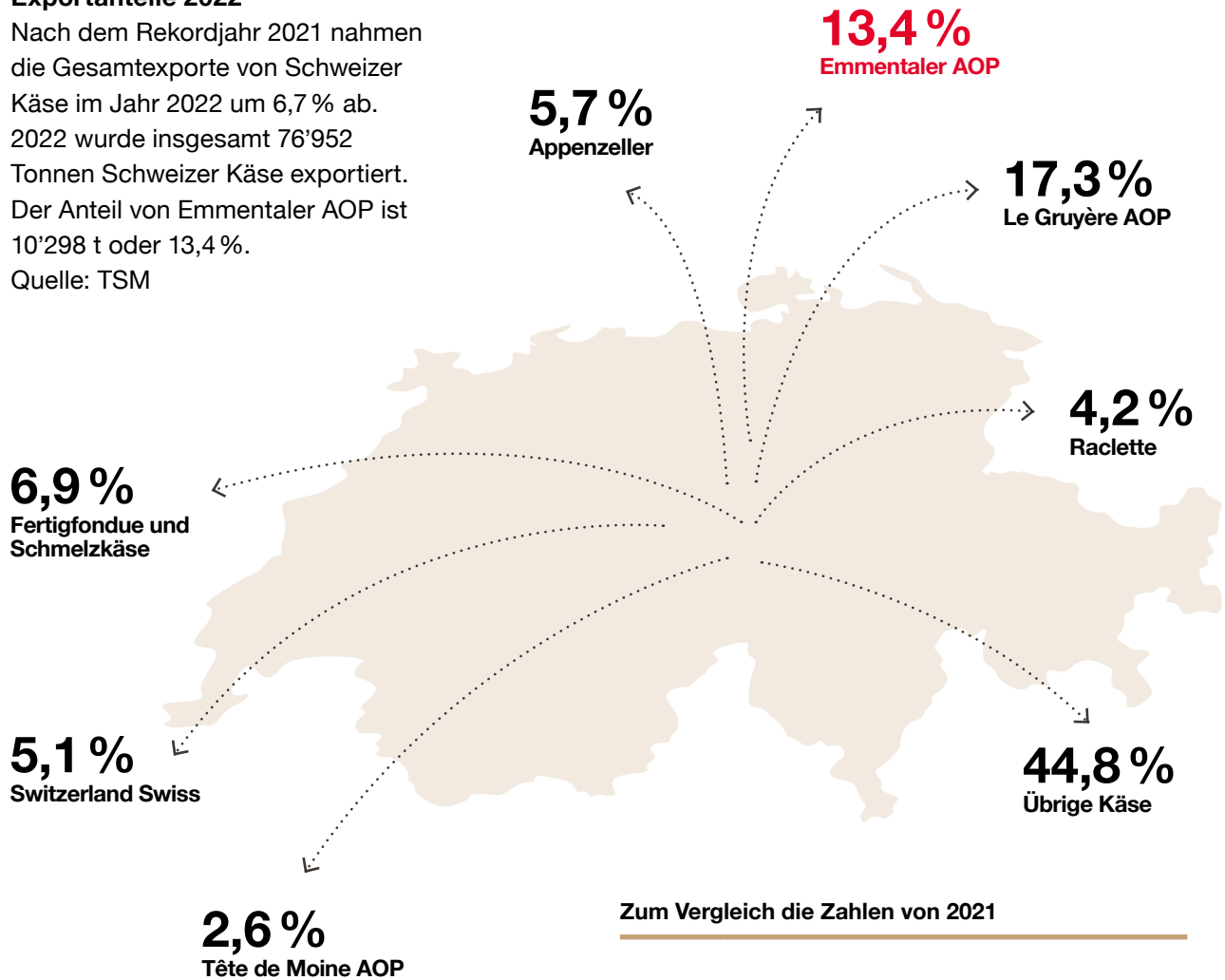


# Marktanteile Export

## Exportanteile 2022

Nach dem Rekordjahr 2021 nahmen die Gesamtexporte von Schweizer Käse im Jahr 2022 um 6,7 % ab. 2022 wurde insgesamt 76'952 Tonnen Schweizer Käse exportiert. Der Anteil von Emmentaler AOP ist 10'298 t oder 13,4 %.

Quelle: TSM



### Zum Vergleich die Zahlen von 2021

13,1 %	Emmentaler AOP
17,2 %	Le Gruyère AOP
6,2 %	Appenzeller
5,7 %	Fertigfondue und Schmelzkäse
5,9 %	Switzerland Swiss
2,4 %	Tête de Moine AOP
3,9 %	Raclette
45,6 %	Übrige Käse

# Gesamte Verkäufe pro Land

in Tonnen	2022	2021
Total Europa	9'166	9'667
Total andere Länder	1'130	1'106
Total Export	10'296	10'773
Davon Exporte Nichtmitglieder ES	1'186	2'046
Gesamte Verkäufe Tafelware	14'503	15'390
Total Schmelzware	1'563	1'658
<b>Total Verkäufe</b>	<b>16'066</b>	<b>17'048</b>

## Export 2022

Quelle: TSM

**5'709 t** – (2021: 5'498 t)  
*Italien*

**1'892 t** – (2021: 2'221 t)  
*Deutschland*

**628 t** – (2021: 768 t)  
*Frankreich*

**635 t** – (2021: 785 t)  
*Benelux-Staaten*

**44 t** – (2021: 51 t)  
*England*

**65 t** – (2021: 70 t)  
*Spanien/Portugal*

**193 t** – (2021: 274 t)  
*Übriges Europa*

## Export 2022

Quelle: TSM

**434 t** – (2021: 462 t)  
*USA*

**434 t** – (2021: 424 t)  
*Kanada*

**262 t** – (2021: 220 t)  
*Übrige Welt*

## Inland 2022

Quelle: ES

**4'207 t** – (2021: 4'617 t)  
*Tafelware*

**1'563 t** – (2021: 1'658 t)  
*Schmelzware*

# ORGANISATION SORTIMENT KÄSEREIEN

# 5



# Organisation

## Der Vorstand

### Präsidium

Daniel Alain Meyer

### Vertreter der Milchproduzenten

Christof Baumgartner, Märwil  
Pierre-André Pittet, SMP  
Fritz Wyss, Wengi b. Büren  
Adrian Zemp, Ebnet

### Vertreter der Käsehersteller

Jacques Gygax, Fromarte  
Markus Liechti, Ricken  
Christoph Rätz, Uettligen  
(Vizepräsident)  
Roman Zemp, Rengg

### Vertreter des Handels

Michael Mathier,  
Milka Käse AG  
Marc Neuenschwander,  
Käserei Neuenschwander AG  
Sandro Renz, Hardegger Käse AG  
Josef Wyss, Emmi Schweiz AG

## Mitarbeitende der Geschäftsstelle

### Direktion

Stefan Gasser, Direktor (bis Juni 2022)  
Urs Schluechter, Direktor (ab Juli 2022)  
Alfred Rufer, Kaufmännischer Leiter/Vize-Direktor

### Marketing & Kommunikation

Stefano Aronica, Int. Marketing & Brand Officer (bis Juli 2022)  
Annemarie Boos, Senior Manager Brand, Marketing & Kommunikation  
Luana Monopoli, Marketing & Communication Officer (bis Februar 2022)  
Sandra Wiedmer, Marketing & Communication Manager

### Qualität & Technik

Urs Gilgen, Leiter Qualität & Technik  
Hansueli Messerli, Bereichsleiter Qualität & Technik

### Sekretariat/Administration

Doris Gsponer, Buchhaltung (bis März 2022)  
Monika Meyer, Rechnungswesen & Administration (ab Juni 2022)  
Regina Miesch, Direktion/Sekretariat (bis November 2022)  
Sonia Renna, Qualität & Technik

## Handelsfirmen

Alibona AG, Alpenswiss AG, Cremo SA, Emmi Schweiz AG, Gourmino AG, Hardegger Käse AG, InterCheese AG, Käserei Laubbach AG, Käserei Neuenschwander AG, Lustenberger + Dürst SA, Käserei Riet-Wilen, Mifroma SA (ab Mai 2022), Milka Käse AG, Mooser Chäsi GmbH, Spirit Market GmbH

## Aufteilung und Anzahl der Mitglieder 2022

per 31.12.2022



\*Betriebsleiter, Verbände etc.

# Emmentaler AOP Sortimentsvielfalt

## Emmentaler AOP *Mild/Classic*

Mindestens 4 Monate Reifezeit.

## Emmentaler AOP *Bio*

Mindestens 4 Monate Reifezeit, aus Biomilch.

## Emmentaler AOP *Réserve/Surchoix*

Mindestens 8 Monate Reifezeit.

## Emmentaler AOP *Höhlengereift*

Mindestens 12 Monate Reifezeit, davon mindestens 6 Monate in einem natürlichen Felsenkeller.

## Emmentaler AOP *Eidgenoss*

Mindestens 14 Monate Reifezeit, davon 11 Monate feucht gelagert.



## Emmentaler AOP *Gotthelf*

Mindestens 12 Monate Reifezeit und hergestellt wie zu Gotthelfs Zeiten.

## Emmentaler AOP *URTYP®*

Mindestens 12 Monate Reifezeit, davon 7 Monate Affinage im Feuchtlager.

## Emmentaler AOP *Extra*

Mindestens 12 Monate Reifezeit.

# Käsereien

Aarwangen	3056	Heimenschwand	3240	Oberberg	3654
Affeltrangen	3547	Hellbühl	3700	Oberbütschel	3193
Affoltern	3254	Hergiswil	3754	Oberei	3218
Amsoldingen	3236	Herten	3529	Oberlangenegg	3246
Arni	3143	Höhe	3205	(Geschlossen per 31.10.2022)	
		Homberg	3241	Oberwil	3099
Binzikon	3393	Hüpfenboden	3206	Oschwand	3289
(Geschlossen per 31.12.2022)					
Birwinken	3579	Ilfis	3207	Räuchlisberg	3517
Bleienbach	3059	Illighausen	3542	Reutegraben	3158
Bramegg	3642	(Geschlossen per 31.12.2022)		Reuti	3597
Buttisholz	3685	Ins	3125	Ricken	3386
		(Geschlossen per 31.5.2022)		Riet-Wilen	3519
Dreien	3455			Riggisberg	3194
Dürrenbühl	3258	Jegenstorf	3133	Rohrenmoos	3452
Dürrenroth	3259			Röthenbach i. E.	3219
		Kirchdorf	3185	Schlierbach	3691
Ebersecken	3743	Kleinroth	3153	Schüpheim	3659
Eggethof	3539	Kleinstein	3648	Sommeri	3499
Engelburg	3437	Kottwil	3758	Steinebrunn	3501
Eschenbach	3663	Kreuzweg-			
Etzenerlen	3692	Oberlangenegg	3242	Thörigen	3293
				Thundorf	3535
Fehraltorf	3400	Längacker	3187	Trungen	3466
Fischbach	3569	Lanterswil	3588	Tschäppel	3281
Frieswil	3046	Laubbach	3439		
(Geschlossen per 31.12.2022)		Leimiswil	3070	Uebeschi	3252
		Lommis	3554	Unterfrittenbach	3228
Gambach	3232	Luthern	3760	Ursenbach	3080
(Geschlossen per 31.12.2022)				Utzenstorf	3139
Ganzenberg	3063	Meikirch	3049		
Gehrisberg	3262	Melchnau	3073	Vorderrinderbach	3282
Geiss	3750	Moos	3593		
Gohl	3201	Mosigen	3653	Waldegg	3174
Gondiswil	3066	Mosnang	3456	Wengi	3100
Gritzenmoos-Trutigen	3730	Mühlekehr	3214	Wildberg	3403
Grosswangen	3695	Mutten	3215	Windblösen	3734
Guntershausen	3528			Winon	3736
Güttingen	3540	Nesselgraben	3217		
Gyrstock	3753	Neudorf	3712	Zäziwil	3167
		Neukirch a. d.Thur	3513		
Hämikon	3666	Niedermuhlern	3190		
Heidbühl	3203	Noflen	3191		



