

DER EMMENTALER

Ausgabe 1 / 2020



S. 12
Zu Besuch bei Milchbauer
Armin Stalder in Grosswangen.

Das Original als Magazin



Mitgliederporträts

Ein Besuch in der Dorfkäserei Thundorf — 4
 Wie die Gourmino AG entstand — 8
 Ein Tag im Familienbetrieb Stalder — 12

Nachwuchs

Paula Moser ist Milchtechnologin mit Auszeichnung — 17

Mättus Corner

Das erste Jahr — 18

Entwicklungen

Vom Trend zu mehr Regionalität und mehr Bioprodukten — 20

On the Road

Marketingaktivitäten für den Emmentaler AOP im In- und Ausland — 22

Nachgefragt bei...

Pascal Berger, Eishockeyprofi und Captain bei den SCL Tigers — 28



World Wide Web

Witziges und Sonderbares zum Thema Käse aus dem Internet — 30

News, Fakten und Zahlen

Gut zu wissen — 32

Fortschritt im Stall

Automatische Melksysteme kommen immer häufiger zur Anwendung — 34

Aha-Erlebnisse

Käseliebhaber aus aller Welt entdecken den Emmentaler AOP — 36

Geschichten aus dem Emmental

Die erste Talkäserei — 38

Neues aus der ESK

Die Heimat besuchen, kennenlernen und geniessen — 40

Spielen und Gewinnen

Das Emmentaler Kinderquiz — 43

GEGESSEN WIRD IMMER NOCH ANALOG.

Liebe Leserinnen und Leser

Wir freuen uns sehr, Ihnen die erste Ausgabe des neuen Mitgliedermagazins von Emmentaler Switzerland überreichen zu dürfen. Vielleicht werden Sie sich fragen, warum in einer Welt, in der die Digitalisierung rasch voranschreitet, ein Mitgliedermagazin in Printversion produziert wird. Die Antwort darauf ist ganz einfach: Digital und online werden zwar immer wichtiger, gegessen wird aber immer noch analog. Zudem passt das Leitbild unseres neuen Magazins sehr gut zu den Werten, die Emmentaler AOP in sich trägt. Das Zielpublikum unseres neuen Magazins ist ganz bewusst etwas breiter. Jeden Tag arbeiten rund 2300 Milchproduzenten, 109 Käseereien und 15 Käsehandelsfirmen mit ihren Familien und Angestellten an der Qualität von Emmentaler AOP mit. Trotz ihres täglichen Einsatzes für unser tolles Produkt kommen bei Ihnen wahrscheinlich nur wenig Informationen an, was den König der Käse betrifft. Dies wollen wir mit dem neuen Mitgliedermagazin ändern. Denn auf das, was Sie als Milchproduzent, Käser, Affineur oder Händler leisten, dürfen Sie mit Recht stolz sein. Deshalb werden in unserem Magazin nicht nur Events und Aktivitäten vorgestellt, sondern auch Personen, die in einer der drei Mitgliederfamilien von Emmentaler Switzerland zuhause sind. Zudem wollen wir Ihnen Neues und Wissenswertes über Emmentaler AOP vorstellen. Zu Wort kommt aber auch die Emmentaler Schaukäserei. So manches Angebot gibt es in der Heimat des Emmentaler AOP zu entdecken.

Vergessen Sie nicht, bei Ihrem nächsten Besuch in der Schaukäserei den Coupon für den Besuch des Königswegs einzulösen.

Neben den täglichen Aufgaben im Bereich der Sortenorganisation bei Emmentaler Switzerland haben uns in den vergangenen Wochen und Monaten natürlich insbesondere die Auswirkungen des Coronavirus beschäftigt. Die bisherige Marketingplanung war sozusagen von einem Tag auf den anderen nichtig und musste durch das Marketing von Emmentaler Switzerland und der Exportländer im Eiltempo an die sich laufend verändernden Bedingungen angepasst werden. Sie haben sicherlich bemerkt, dass Emmentaler AOP in der TV-Werbung nun deutlich präsenter ist und zudem neue Angebotsformen lanciert wurden. Die Verkäufe haben in den ersten sechs Monaten gegenüber dem Vorjahr zugelegt, was uns als Sortenorganisation und sicherlich auch Sie als Landwirt, Käser und Händler sehr freut. Nichtsdestotrotz haben wir noch einen intensiven Weg vor uns, bevor wir hoffentlich mit Stolz auf ein erfolgreiches Jahr 2020 zurückblicken dürfen.

Nun wünschen wir Ihnen viel Spass beim Durchstöbern und Lesen unseres neuen Magazins. Über Feedback jeglicher Art freuen wir uns.



Stefan Gasser, Direktor

IMPRESSUM

Das Mitgliedermagazin von Emmentaler Switzerland | Ausgabe 1. September 2020

HERAUSGEBERIN Emmentaler Switzerland | ART DIREKTION UND GESTALTUNG Zimmermann Communications
 TEXTE Emmentaler Switzerland, Marietta Mügge | FOTOS Emmentaler Switzerland, Ramon Alder, Tom Trachsel, Manuel Lopez, Manuel Rickenbacher | ILLUSTRATION Michael Meister | DRUCK Egger AG | AUFLAGE 3'000 Exemplare

Schon der frühe Morgen beginnt in der schwülen Hitze. Um tagein, tagaus im tropischen Arbeitsklima der Käseerei Emmentaler AOP von höchster Qualität herzustellen, braucht es das gewisse Etwas: pure Leidenschaft. Ruedi Studerus ist seit 20 Jahren Milchkäufer der Dorfkäserei Thundorf. Schon als Schüler wusste er, dass er sein Leben dem Käse widmen möchte. Heute ist seine Liebe zu dem Naturprodukt in jedem Raum seines Thundorfer Betriebs zu spüren, ob in der Herstellung, im Salzbadraum oder im eigenen Laden. Selbst an seinen seltenen freien Tagen dreht sich alles um Käse – beim Taxieren oder in seiner Ausbildung zum Käsesommelier. Im persönlichen Gespräch beim Besuch seiner Dorfkäserei gibt Ruedi Studerus einen Einblick in seine Philosophie als prämierter Emmentaler AOP-Käsermeister.

TEXT: MARIETTA MÜGGE, FOTOS: RAMON ALDER

Emmentaler Switzerland: Herr Studerus, warum begeistern Sie sich seit Jahrzehnten für Emmentaler AOP?
Ruedi Studerus: Das ist das Schweizer Original – der König der Käse! Sicher auch ein Grund ist die Faszination für die Bekanntheit, das gute Produkt und die Leidenschaft für Lebensmittel. Ich sage immer: Der Emmentaler AOP ist der Käse, der am schwierigsten herzustellen ist, weil er keine Zusatzstoffe enthält, die Milch nicht erhitzt werden darf und er naturbelassen ist.

Was genau ist das Geheimnis Ihres Emmentaler AOP?
Selbstverständlich zuerst die Milchqualität. Nur aus guter Milch gelingt mit meinem individuellen Kulturenmix und der Wenigkeit von uns Käsern ein einwandfreier Emmentaler AOP. Aber um ein Rohmilchprodukt mit solch einer Finesse herzustellen, braucht es sicher auch noch die Freude des Bauern, der Käser und der Angestellten – erst all das zusammen gibt schlussendlich ein gutes Endprodukt.

Wie viel Emmentaler AOP produzieren Sie täglich in Ihrem Betrieb?
Jeden Tag verarbeiten wir bis zu 12'000 Liter Rohmilch von 13 Milchlieferanten aus unserer Region zu rund zwölf Emmentaler AOP.

Dafür braucht es sicher gutes Teamwork. Wie viele Mitarbeiter beschäftigen Sie in Ihrer Dorfkäserei?
Aktuell arbeiten in meinem Betrieb fünf Angestellte. Ein Käseimitarbeiter ist ein Flüchtling aus Afghanistan.

Er strahlt immer Positivität und Dankbarkeit aus – ein perfekter Mann. Und ich finde, es ist ja auch irgendwie die Aufgabe von einem Chef den sozialen Gedanken vorzuleben.

Als Chef bilden Sie die nächste Generation von Käsern aus. Was sehen Sie, wenn Sie in die Zukunft blicken?
Ich denke, es wird schwierig werden, den Personalbestand für die Zukunft zu sichern. Ich würde gerne Lehrlinge ausbilden, aber es ist nicht so einfach,

gute Lehrlinge zu finden. Dann haben wir auch noch zu wenig Berufsleute, also Leute, die sich nach der Lehre in ihrem Job als Käser weiterentwickeln wollen. Ein anderes Problem ist die finanzielle Situation. Wer will schon so viel Geld in die Hand nehmen, um einen Betrieb zu führen

und eventuell noch privat zu kaufen!

Woran liegt das?

Für einen solchen Gewerbebetrieb muss man geboren sein. Das muss man wollen! Schon einer meiner Aufsätze während der Schulzeit hatte das Thema «Ich will einmal eine eigene Käseerei führen». Für diesen Beruf muss die Leidenschaft früh anfangen. Man muss ständig aktiv mit dabei sein. Schliesslich habe ich pro Charge nur einmal die Chance, ein Topprodukt herzustellen.

«Das macht mich glücklich in meinem Beruf: immer nach dem Besten zu streben.»

ICH BIN EMMENTALER AOP-KÄSER
UND DAS MIT VOLLEM STOLZ.

Ein Besuch in der Dorfkäserei von Ruedi Studerus.

Wie vereinen sich in Ihrer Dorfkäserei Tradition mit der Moderne?

Wir sind ein sehr modern aufgestellter Betrieb: zum Beispiel mit unserem «Kopf», einer Computersteuerung, die gewisse Prozesse optimiert. Das Traditionelle verlieren wir aber nicht, weil wir eine überschaubare Grösse haben. Wir haben Fachkräfte angestellt und pflegen den direkten Kontakt zu den Milchlieferanten in unserer Nähe. Denn das braucht es sicher, um die traditionelle Zusammenarbeit aufrechtzuerhalten.

Was tun Sie, um den ökologischen Fussabdruck Ihres Betriebs zu verringern?

Das ist klar: Die Käseproduktion verbraucht viel Energie. Daher will ich der nächsten Generation auch etwas zurückgeben. Bereits seit elf Jahren betreiben wir eine Solaranlage auf dem Dach. Heute produzieren wir damit 50 Prozent des benötigten Stroms selbst.

Der Käserberuf ist sehr vielseitig. Aus welchen Teilen besteht Ihre tägliche Arbeit?

Auf der einen Seite verantworte ich den Einkauf bei den Milchlieferanten. Wir sind dann die Zwischenstation, die die Milch zu Emmentaler AOP veredelt, den wir an den Handel oder im Laden direkt weiterverkaufen. Unsere Kunden kann ich dank meiner neuen Ausbildung als Käsesommelier jetzt noch besser beraten. Die Schweiz hat es schliesslich verdient, ihren Käse noch effektiver und mit einer Geschichte dahinter zu vermarkten. Wir müssen noch mehr das Gute, das Regionale dahinter zeigen. Der Konsument ist uns dankbar für eine fachgerechte Beratung.



Mit jahrelanger Erfahrung als Käser, was lernen Sie in Ihrer Ausbildung als Käsesommelier noch dazu?

In der Zusatzqualifikation vom Verein Diplom Käsesommelier Schweiz wird die Sensorik für das Zusammenspiel von Käse und anderen Lebensmitteln vertieft – was passt wann, wieso, warum (Food Pairing). Es geht darum, ein Gefühl für die feinen Sachen zu entwickeln. Auch geniesse ich es, in der Ausbildung neue Ideen und Anregungen zu erhalten.

Sie pflegen täglichen Kundenkontakt in Ihrem Chäsi-Laden. Welche Vorzüge sehen Sie im Direktverkauf?

Etwas vom Wichtigsten ist die Pflege sozialer Kontakte im Dorf. Ausserdem kann ich dort meine Vielfältigkeit als Käser und mein Fachwissen direkt platzieren. Es bereitet mir grosse Freude, wenn jemand kommt und sagt: «Ich hätte gerne 10 Kilo Emmentaler.» Am liebsten würde ich ihm den Käse schenken, aber das kann ich ja nicht. Ich lebe davon (lacht). Es ist wie eine Woche Ferien, wenn meine Frau sagt: «Du, hol noch Emmentaler für die Theke.» Das ist doch schön! Und der Laden lebt. Die Leute kommen aus weiterem Umkreis, um einzukaufen, weil sie das Einkaufserlebnis wollen. Sie suchen den persönlichen Kontakt und die frischen Produkte direkt in ihrer Dorfkäserei. Ohne meine Frau, die mit grosser Freude den Laden führt, wäre dies allerdings in dieser Art nicht möglich.

Welcher Emmentaler AOP ist der Bestseller Ihrer Dorf-Chäsi?

Der milde Thundorfer Emmentaler AOP Classic. Neben unserem absoluten Verkaufsschlager bieten wir auch den zwölf Monate feucht gelagerten, kräftig-würzigen Thundorfer Emmentaler AOP Extra an.

Was denken Sie, warum ist der Thundorfer Emmentaler AOP Classic so beliebt?

Weil er hier hergestellt wird – er ist das Produkt vom Dorf. Und wer ein echter Emmentaler AOP-Kenner ist, kauft ihn direkt ab Laib von der Dorfkäserei Thundorf.

Zu guter Letzt, was bedeutet Emmentaler AOP für Sie in wenigen Worten?

Typisch schweizerisch, Käsegenuss hoch zehn, Leidenschaft, Naturprodukt. Empfehlenswert!





AUS LIEBE
ZUM
EMMENTALER
AOP.

Wie die Gourmino AG entstand.



Bernhard Meier

Gesunde Kühe grasen zufrieden auf saftigen Blumenwiesen im Emmental. Ihr Bauer ruft sie bei ihren Namen und bringt ihre gehaltvolle Rohmilch nach dem Melken auf kurzem Weg direkt in die familienbetriebene Dorfkäserei. Was nach einem Traum aus vergangenen Zeiten klingt, ist bei der Gourmino AG heute weiterhin lebendige Realität. Die Handelsfirma der Käser erhält und fördert sorgfältige, lokale Verarbeitung und das traditionelle Handwerk – auch, indem sie neue Wege in der Vermarktung ihrer wertvollen Produkte geht.

TEXT: MARIETTA MÜGGE, FOTOS: TOM TRACHSEL

Die Geschichte des Emmentaler AOP begann vor vielen Jahrhunderten. Die Geschichte der Gourmino AG begann im Jahr 2001. Damals beschlossen fünf Käsermeister, ihr Handwerk ab sofort selbst zu vermarkten, und gründeten eine Handelsfirma, um die langjährige Tradition der ursprünglichen Käseherstellung im Emmental zu bewahren.

Dem Erbe der Käser zu Ehren

Heute gehört die Gourmino AG noch immer den Käsern und ist weit über die Grenzen des Emmentals für die Verfeinerung von lang gereiftem Emmentaler AOP bekannt. Auf der ganzen Welt schätzen Geniesser den

Emmentaler AOP, der durch die Naturreifung über Monate hinweg sein typisches Aroma und seinen einzigartigen Geschmack erlangt. Neun Käser stellen für die Gourmino AG mit der Erfahrung von Generationen Emmentaler AOP her und führen damit das Erbe der Käser weiter, die das Naturprodukt schon vor ihnen mit grösster Sorgfalt und Leidenschaft entstehen liessen.

Affinage im Herzen des Emmentals

Die Gourmino AG verfeinert an ihren zwei Standorten jedoch nicht nur Emmentaler AOP, sondern auch weitere Käsesorten aus eigener Herstellung sowie Trouvailen aus kleinen Dorfkäsereien. Diese werden ebenso

handwerklich hergestellt und verdienen somit auch das Gourmino-Label «selected & proved». Die Affinage passiert am Standort Langnau im Herzen des Emmentals, wo Gourmino als einzige Handelsfirma einen Affinagekeller betreibt.

Die besten Käse, die sich für eine längere Affinage eignen, kommen an einen anderen, besonderen Ort: in die Tiefe des Bergmassivs am Fusse der Blüemlisalp im Berner Oberland. Das 2017 in Betrieb genommene Käselager in Reichenbach bei Frutigen umfasst vier Militärstollen, die mit über 150'000 Holzbrettern aus Kandertaler Rottannen speziell für die Käselagerung um- und ausgebaut wurden. Im so liebevoll genannten «Käsebunker» herrscht ein natürliches Klima, das sich perfekt für die Käseverfeinerung eignet: hohe Luftfeuchtigkeit und kühle Temperaturen. Hier, 150 Meter tief im Inneren des Berges, pflegen die Kellerchefs seit 2017 mit Liebe und Fachwissen auch den Emmentaler AOP URTYP®. Im Feuchtlager im Innern des Berges reifen die Laibe des Emmentaler AOP URTYP® mindestens sieben Monate, damit sie ihren urgewaltigen, kräftigen Charakter entwickeln können. Die gesamte Affinage des Emmentaler AOP URTYP® übernimmt Gourmino exklusiv für Emmentaler Switzerland. Durchschnittlich lagern 1'800 Laibe in Reichenbach.

Gourmino ist stets darauf bedacht, ihren Käse so nachhaltig wie möglich zu affinieren. Durch das natürliche Klima im Berg bietet die Natur Gourmino die perfekten Voraussetzungen für die Käse-Affinage und ist somit auch für den perfekten Geschmack verantwortlich.

Spezialitäten exklusiv bei Gourmino

Einige Käse-Highlights sind ausschliesslich beim Han-

delspartner Gourmino erhältlich – wie zum Beispiel der Emmentaler AOP Gotthelf (Slow Food). Der traditionelle Emmentaler AOP wird weltweit nur von Marlies Zaugg und ihrem Mann Bernhard Meier in der Bergkäserei Hüpfenboden auf rund 1'000 m ü. M. von Hand hergestellt. Die Milch dafür geben die Kühe von zwölf umliegenden Bauern, deren Futter zu 95 Prozent vom eigenen Bauernhof kommt. Marlies Zaugg und Bernhard Meier stellen lediglich zwei Laibe zu je 100 Kilogramm pro Tag mit betriebseigenen Molkekulturen her. Mit viel Bedacht erhält der Käse so den ursprünglichen, unverwechselbaren Charakter der Region – den sogenannten «goût du terroir».

«Save the Emmentaler»

Emmentaler AOP ist der wohl bekannteste, aber wahrscheinlich auch meistkopierte Käse der Welt. Mit der Kampagne «Save the Emmentaler» weist Gourmino auf die geschützte traditionelle Herstellungsweise im Herkunftsgebiet hin. Denn nur ein Emmentalerlaib, der nach den strengen Richtlinien des Pflichtenheftes hergestellt und verfeinert wurde, erhält das AOP-Label und wird erst damit zum original Emmentaler AOP. Um höchste Qualität ebenfalls beim Kunden zu gewährleisten, veranschaulicht die Kampagne beispielsweise auch, wie ein 100 Kilogramm schwerer Laib richtig geschnitten und für den Offenverkauf vorbereitet wird.

Emmentaler Switzerland ist stolz darauf, die Gourmino AG zu ihrem langjährigen Handelspartner zu zählen. Die Firma leistet einen grossen Beitrag dazu, dass kleine Käsereien und Familienbetriebe die lokale Verarbeitung und die traditionelle Herstellungsweise des Emmentaler AOP nach uraltem Rezept für höchste Käsequalität weiterführen können.



Marlies Zaugg

Ein Besuch beim Familienbetrieb Stalder.



UNSERE KÜHE FRESSEN

Gras & Heu

NICHT MEHR. UND NICHT WENIGER.

Der idyllische Hof von Armin und Susanne Stalder ist ein überschaubarer, 15 Hektar grosser Familienbetrieb in Grosswangen, auf dem sie mit rund 30 Kühen auf natürliche Weise Milch für Emmentaler AOP produzieren.

Neben dem Tierwohl wird bei den Stalders auch die Liebe für ihre Mitmenschen grossgeschrieben: Das Ehepaar, das sechs eigene Kinder hat, betreut bereits seit über zwölf Jahren benachteiligte Menschen. Im Haus der Milchbauern erhalten beeinträchtigte Personen sowie Flüchtlings- oder Pflegekinder ein Dach über dem Kopf und eine Zukunftsperspektive. «Unser langjähriger Hofmitarbeiter und unsere Pflegekinder sind für die ganze Familie eine Bereicherung. Es ist einfach schön, die unterschiedlichsten Menschen auf ihrem Weg in ein eigenständiges Leben zu unterstützen», kommentiert Susanne Stalder ihre Motivation für ihr langjähriges soziales Engagement. Das Ehepaar schätzt neben der vorwiegend körperlichen Hofarbeit die geistig-pädagogischen Herausforderungen in ihrer Zusammenarbeit mit der Stiftung LuB – Landwirtschaft und Behinderte und der Organisation via familia.

TEXT: MARIETTA MÜGGE, FOTOS: RAMON ALDER



6.03 Uhr

Melkstall

Zweimal pro Tag im Abstand von zwölf Stunden kommen die 30 Milchkühe zum Melken in den Stall. Armin Stalder achtet aus Überzeugung darauf, dass die Kühe nur Raufutter fressen, und nimmt in Kauf, dass sie weniger Milch geben.

8.23 Uhr

Auf der Weide

Kleinere Milchkühe sind für Armin Stalder die Grössten, denn sie haben ausreichend Bewegungsfreiraum im Stall und sind generell die besseren Weidekühe. Deshalb setzt er bereits seit Jahren auf die zierliche Mischung von Jersey-, Montbéliard- und Simmental-Vieh. Für die Nachzucht sorgt momentan der Bulle mit dem Namen Armin.



11.18 Uhr



Beim Milchtank

Täglich holt ein Transportverantwortlicher der Rottal-Chäsi die Milch direkt von Armin Stalders Hof ab. Nach der obligatorischen Qualitätsprobe wird ein grosser Teil der im Schnitt 400 Liter Frischmilch auf kürzestem Weg in die nahegelegene Käserei gebracht und noch am selben Tag zu Emmentaler AOP verarbeitet.

14.44 Uhr

Im Heulager

«Die Kühe sollen das veredeln, was hier wächst» – das ist die Philosophie von Armin Stalder. Auf dem Speiseplan seines Viehs stehen feinste Wiesengräser sowie gutes Heu, das der Milchbauer eigens dafür auf seinem Hof trocknet und lagert.



16.23 Uhr

**Im Garten**

Die Stalders sind leidenschaftlich sozial engagiert. Seit 2008 beschäftigen sie einen von der Stiftung LuB – Landwirtschaft und Behinderte vermittelten Hofmitarbeiter, der ihnen bei den alltäglichen Tätigkeiten hilft. Zur Familie gehört auch ein achtjähriger Junge, der wie die vielen vorherigen Pflegekinder dank der Organisation via familia auf ihrem Hof ein liebevolles Zuhause fand.

17.12 Uhr

Auf dem Hof

«Der Familienbetrieb ist auch in Zukunft der richtige Betrieb», sinniert Armin Stalder über seinen Berufsstand. Für die junge Generation ist es aber nicht so einfach, 365 Tage präsent zu sein. Sie wird sich Gedanken machen, ob sie diesen Lebensstil zu ihrem Lebensstil machen will oder ob neue Lösungen wie zum Beispiel Betriebsgemeinschaften eine Alternative sein könnten.

Für Emmentaler AOP Milch zu produzieren, bedeutet für die Stalders, eine Tradition am Leben zu erhalten. Ebenso stolz sind sie darauf, dass dank Emmentaler Switzerland ihre ressourcenschonend erzeugte Milch ausserhalb der Massenproduktion zu einem hochwertigen, gesunden und weltweit bekannten Naturprodukt verarbeitet wird.

BERECHTIGTER
STOLZ.

Paula Moser schloss diesen Sommer ihre Lehre als Milchtechnologin mit Auszeichnung ab. Die sehr guten Noten öffnen ihr die Türen zu einem Studium.

Die Berufswahl begann für die mittlerweile 19-jährige Paula Moser damit, dass sie sich selbst reflektierte. Fragen wie «Wer bin ich?» und «Was ist mir im Leben wichtig?» machten deutlich, dass sie ein Handwerk einer rein schulischen Laufbahn vorzieht.

Beim Schnuppern überzeugt

Eine Lehre als Fotografin schied aus, weil diese Leidenschaft doch lieber ein Hobby bleiben sollte. Beim Schnuppern als Bäckerin gelangte Paula Moser zur Erkenntnis, dass auch die Arbeitszeiten ein wichtiges Argument darstellen. Sie schaute sich weiter in der Region um. Das im wahrsten Sinne des Wortes Nächstliegende war die Emmentaler Schaukäserei, die sich in unmittelbarer Nachbarschaft der Familie befindet. Doch während der rund zwei Jahre, in denen die Mosers dort mittlerweile wohnhaft waren, tauchte der Beruf Milchtechnologin nicht auf Paula Mosers Radar auf. Erst eine Schnupperlehre mit vielen kleinen Aufgaben ermöglichte ihr die nötigen Einblicke und brachte sie schliesslich zur Überzeugung, dass dies ihr Lehrberuf werden sollte. Heute, drei Jahre später, bedeutet der Beruf Milchtechnologe/-in für sie, «dass man eine Tradition ständig verbessert und modernisiert hat und nun am Ende des Tages stolz auf seine Arbeit und seine Produkte sein kann».

Verständnis statt «nur» Wissen

Am Anfang ihrer Lehre sei sie mit

Informationen überschüttet worden, erinnert sich Paula Moser. Erst als immer mehr Wissen aus der Berufsschule und noch mehr Erklärungen von Kollegen zusammenkamen, konnte sie das Wissen verknüpfen. Die vielen «Aha-Momente», in denen sie realisierte, dass sie etwas nun vollständig verstanden hatte, gaben ihr «ein cooles Gefühl».



Die Nervosität sei spät gekommen, aber natürlich sei sie vor der praktischen Prüfung angespannt gewesen, sagt Paula Moser. «Ich kann es schon, denn immerhin stelle ich täglich Emmentaler AOP her», beruhigte sich die junge Milchtechnologin selbst, aber es sei insgesamt schon relativ viel Wissen, das verlangt werde. Vom Betrieb erhielt sie zusätzliche freie Tage, um sich auf die Prüfung vorzubereiten. Und mit ihrer Berufsbildnerin absolvierte sie eine Prüfungssimulation: Sechs Stunden lang wurde geprüft, wie

auch die Experten hätten prüfen können. «Das gab Sicherheit.» Am Tag X sei die Zeit dann schneller vergangen als gedacht. Mit erfreulichem Ausgang: Paula Moser schloss ihre Lehre mit dem Notenschnitt von 5,5 ab.

Alle Türen offen

«Wenn ich etwas mache, dann gebe ich mein Bestes», formuliert Paula Moser ihren Anspruch. Berufsleute mit dieser Einstellung sind gefragt. Géline Oeschger würde ihre Absolventin am liebsten in der Emmentaler Schaukäserei behalten. Dieser Wunsch wird teilweise erfüllt: Paula Moser bleibt nach dem Ende des Lehrvertrags in einem Kleinstpensum angestellt und wird an den Wochenenden im Betrieb arbeiten. Die Woche über wird sie die Berufsmaturitätsschule besuchen, um ihrem Fernziel, einem Studium, näherzukommen. «Wissen ist der wertvollste Besitz. Ich wollte seit jeher studieren, aber nicht via Gymnasium», gibt Paula Moser Einblick in ihre Karrierepläne.

Diese Weiterbildung öffne ihr als eine der Besten ihres Jahrgangs viele Türen, erklärt sie. Die Milchwirtschaft biete etliche Optionen, auch im Ausland, und man sei in der gesamten Lebensmittelbranche gefragt. Gerade die Coronapandemie habe zudem gezeigt, wie krisensicher die Branche sei. Vielleicht führt ihr Weg sie dereinst zurück zur Schaukäserei – zu diesem speziellen Betrieb, der so viel Kontakt zu Besuchern ermöglicht. Es wäre ja naheliegend.

10 FRAGEN AN MÄTTU.

DAS ERSTE JAHR.

1 Du hast im Jahr 2018 am Bernisch-Kantonalen Schwingfest deine aktive Schwingerkarriere beendet. Wie hast du diesen Tag in Erinnerung?

Ich spüre eine grosse Genugtuung, wenn ich an diesen Tag denke. Ich war mit mir im Reinen, als ich meine Karriere beendete. Die wunderbare Arena, meine Freunde, Förderer und die Familie – alle waren da. Es war für mich der perfekte Zeitpunkt, um zurückzutreten.

2 Seit nun fast einem Jahr lieferst du Milch für den Emmentaler AOP. Was bedeutet das für dich? Was hast du in diesem Jahr gelernt?

Ich bin stolz, dass mit unserer Milch ein regionales Naturprodukt produziert wird. Ich finde es auch sehr schön und schätze es, dass in unserem Milchlieferantenkreis eine sehr persönliche Atmosphäre herrscht. Die Käsegenossenschaft ist überschaubar gross und der Umgang familiär.

3 Der Sieg am Eidgenössischen Schwing- und Älplerfest ESAF 2013 in Burgdorf und damit die Krönung als Schwingerkönig ist wohl eines der grossen Highlights aus deiner Schwingerkarriere. Auf welche Erfolge kannst du im ersten Jahr als Milchbauer für Emmentaler AOP zurückschauen?

Erfolg ist für mich jedes Mal, wenn die Milchqualität stimmt. Das ist eines meiner täglichen Ziele.

4 Welche Parallelen siehst du zwischen deiner Schwingerkarriere und deinem neuen Beruf als Milchbauer? Von welchen Erfahrungen als aktiver Sportler kannst du in deinem neuen Beruf profitieren?

Gerade wenn es auf dem Hof nicht gut läuft, wenn ein Tier krank ist oder eine Maschine ausfällt, kann ich sehr viel von meiner Erfahrung als Sportler profitieren. Ich bin der Typ, der sofort das Positive sucht, nach vorne schaut und wegstecken kann, was man nicht beeinflussen oder ändern kann. Die positive Grundhaltung habe ich sicher auch dem jahrelangen Mentaltraining zu verdanken.

5 Welche neuen Herausforderungen erlebst du im Alltag als Milchbauer?

Die Herausforderungen sind wie früher im Spitzensport: Ich setze mir täglich Ziele und versuche diese bestmöglich zu erreichen. Dass es nicht immer nur bergauf geht, ist mir klar, und diese Herausforderungen haben ja auch ihr Gutes. Sie spornen einem immer wieder an.

6 Wie kommst du mit der beruflichen Veränderung zurecht? Früher warst du neben dem Schwingen auch als Aussendienstmitarbeiter unterwegs, hast viele Bauernhöfe besucht und hattest stetigen Kontakt mit Menschen. Was hat sich nun für dich verändert?

Ich bin sicher viel weniger unterwegs als früher. Momentan erachte ich das

aber als grosses Privileg. Mein Arbeitsplatz ist mein Zuhause. Gerade in den vergangenen Wochen musste ich gar nicht gross umdenken. Mein Homeoffice ist unser Hof. Die Arbeit liegt mir sozusagen zu Füssen, ohne dass ich ÖV brauche und in eine Stadt muss. In Kontakt bin ich aber trotzdem, vor allem mit meinen Berufskollegen – ob es telefonisch oder persönlich ist, hängt von der Jahreszeit und den anfallenden Arbeiten ab.

7 Wie steht es um deine physische Gesundheit? Als aktiver Schwinger hattest du ein strenges Trainingsprogramm. Als Landwirt bist du noch immer körperlich sehr aktiv. Welche Veränderungen nimmst du dabei wahr?

Ich musste meine Karriere beenden, weil ich einen Bandscheibenvorfall hatte. In den ersten zwei Monaten als Landwirt spürte ich die Belastung oft im Rücken. Meine konsequente Einstellung und die Umsetzung meiner Dehnübungen haben mir aber geholfen, dieses Problem in den Griff zu bekommen. Heute geht es mir – auch dank dieser Dehnübungen, die ich fast täglich mache – sehr gut. Probleme habe ich eigentlich erst wieder, wenn ich einmal längere Zeit nicht arbeite oder mich nicht genug bewege.

8 Ist das Entlebuch bereits eine neue Heimat für dich geworden? Vermisst du das Emmental?

Ich fühle mich hier sehr wohl, im Herzen bleibe ich aber wohl immer ein Emmentaler, ein Berner.

9 Mit welchen Aspekten des Emmentaler AOP kannst du dich als Markenbotschafter für das Schweizer Original am meisten identifizieren?

Da ich im Emmental geboren und mit Herz und Kopf überzeugt vom Naturprodukt Emmentaler AOP bin, ist es für mich wunderbar, dass ich seit letztem Jahr sogar als Produzent für Emmentaler AOP Milch liefern darf.

10 Welches Emmentaler AOP-Gericht würdest du den Lesern als deinen absoluten Favoriten empfehlen? Ein Wurst-Käse-Salat mit viel Emmentaler AOP und geschwellten Kartoffeln sind für mich immer ein Highlight. So einfach, so fein.

Matthias Sempach stammt aus dem Emmental und teilt nicht nur die Herkunft, sondern auch die Traditionen mit Emmentaler AOP. Seit Oktober 2019 liefert Mättu Milch von seinem Bauernhof im Entlebuch, die zu Emmentaler AOP verarbeitet wird. Der König der Käse ist stolz, den Schwingerkönig seit 2011 als Hauptsponsor begleiten zu dürfen.



TR EN DS

EINKÄUFE VON REGIONALEN,
SAISONALEN UND BIOLOGISCHEN
PRODUKTEN LIEGEN IM TREND.

Im Jahr 2019 haben Bioprodukte in der Schweiz erstmals einen Marktanteil von über 10 Prozent erreicht. Im Zuge der Coronakrise nahm der Absatz von Bioprodukten im Detailhandel noch einmal um bis zu 30 Prozent zu. Dies betrifft aber nicht nur Bioprodukte, sondern auch regionale und saisonale Produkte. Die Krise zeigt, dass solche Produkte gefragt sind.

Emmentaler Switzerland hat nicht zuletzt auch deshalb sein Sortiment im Coop um den Emmentaler AOP Bio Surchoix und den Emmentaler AOP Pro Montagna erweitert. Beide Neuheiten sind im Selbstbedienungsbereich gelistet. Durch die Erweiterung des Emmentaler AOP-Sortiments können wir noch spezifischer auf die Kundenbedürfnisse und die aktuellen Trends eingehen und bieten ein vielfältiges Angebot für jeden Geschmack.

Vom Trend zu mehr Regionalität und mehr Bioprodukten haben aber nicht nur die klassischen Detailhändler profitiert, sondern gerade während der Coronakrise auch Hofläden sowie Käsereien mit Verkaufsläden. Hof- und Bioläden sind zum Teil sogar überlastet gewesen. Dabei ging es den Konsumenten auch darum, den Andrang bei Grossverteilern zu umgehen.



Schnell, gesund und einfach kochen im Homeoffice

Doch nicht nur beim Einkauf haben sich die Gewohnheiten der Konsumenten verändert. Zwar gab es zu Beginn des Lockdowns einen erhöhten Bedarf an Fertiggerichten und Konserven, das fehlende Angebot der Restaurants zwang Herrn und Frau Schweizer aber dazu, vermehrt selbst zu kochen. Viele Haushalte haben

durch das Homeoffice das Erlebnis des gemeinsamen Kochens mit frischen Produkten wiederentdeckt. Kochen und Backen lagen aber auch schon vor der Coronakrise im Trend. Die Schweizer Milchproduzenten lancierten deshalb die Kampagne «Küche statt Sofa». Auf der Website der SMP sind mehr als 8'000 Rezepte verfügbar. Diese wurden während des Lockdowns häufig konsultiert und nachgekocht. Im Monat März 2020 verzeichnete Swissmilk 100 Prozent mehr

Suchanfragen als im März 2019. Besonders gefragt im Homeoffice waren Rezepte, die schnell und einfach zubereitet werden können. Zu den beliebtesten Rezepten gehörten während des Lockdowns Butterzopf, Kartoffelgratin und Pfannkuchen. Die klare Nummer eins war aber – auch saisonal bedingt – das Bärlauchpesto. Auch die Emmentaler AOP-Rezepte auf der Website von Emmentaler Switzerland wurden häufiger besucht. Die Schweizer

Website beispielsweise verzeichnete eine Zunahme des Traffics um rund 35 Prozent. Das beliebteste Rezept auf dieser Website war im Zeitraum von März bis Mai Käsekuchen mit Lauch, gefolgt von Spargelpastetli.

Auch Betty Bossy hat mit ihrem Rezeptportal auf die Coronakrise reagiert. Mit der Rezeptinitiative «Betty kocht mit dir!» unterstützte das Unternehmen während des Notstands die gesamte Bevölkerung beim Kochen und Backen zuhause. Die ganze Schweiz erhielt digitalen Zugang zu allen seit 1973 veröffentlichten Kochbüchern mit mehr als 12'000 Rezepten.

Neuentdeckte Lieblingsprodukte

Die Nachfrage nach bestimmten Produkten verzeichnete während des Lockdowns ein Höchstmass. Während zu Beginn vor allem Pasta, Reis und Zucker gefragt waren, sind Mehl, Eier, Butter, Kartoffeln und Hefe (siehe beliebte Rezepte oben) die langfristigen Verkaufsschlager.

Auch Milch- und Milchprodukte gehören bei den Lebensmitteln eindeutig zu den erfolgreichsten Verkaufsprodukten der Coronakrise. Während der Coronakrise im März 2020 stieg der durch Milch und Milchprodukte generierte Umsatz im Schweizer Detailhandel gegenüber dem Vorjahresmonat aufgrund des Wegfalls der Gastronomie und des damit verbundenen erhöhten Konsums durch die privaten Haushalte um über 22 Prozent an. Im April 2020 stieg die Nachfrage nach Milchprodukten gegenüber dem Vorjahr um 19 Prozent (Quelle: Statista und BLW)

Bekanntheit ist gut – Vertrauen ist besser

Emmentaler Switzerland ist eine der bekanntesten Marken der Schweiz. Dies ist nicht erst seit der Untersuchung der Schweizer Markenlandschaft im Rahmen des Markenkongresses von 2018 klar. Neben der Bekanntheit ist auch das Vertrauen der Konsumenten in eine Marke

ausschlaggebend. Das Einkaufsverhalten während der Coronakrise zeigt, dass die Marke Emmentaler Switzerland ein hohes Vertrauen der Retailer und der Konsumenten geniesst. Emmentaler AOP als lange haltbares Milchprodukt gehört für viele Konsumenten zur Grundversorgung. Die Werte, für die Emmentaler AOP steht, nämlich Handwerk, Tradition, Genuss, Gesundheit, Natürlichkeit, Qualität und Herkunft Schweiz, werden als echt und authentisch wahrgenommen. Die Werte sind die Stärken und das Kapital der Marke Emmentaler AOP. Sie schärfen unser Profil und tragen massgeblich dazu bei, den original Emmentaler AOP am Markt klar zu positionieren. Emmentaler Switzerland erarbeitet darum die wichtigsten Argumente und Gründe, weshalb der Emmentaler AOP das Original ist, und entwickelt daraus eine Kampagne. Die Kampagne mit ihren Themenfeldern ist gerade heute relevanter denn je. Die Themen geben Halt, schaffen Orientierung und bilden Vertrauen – darum Emmentaler AOP, darum das Original.



Direktlink zum Rezept
auf www.emmentaler.ch

ON THE ROAD

MARKETINGAKTIVITÄTEN
FÜR DEN EMMENTALER AOP
IN DER SCHWEIZ UND IM
AUSLAND.

SCHWEIZ

1 _ Emmentaler AOP-Stammtisch

Am 6. November 2019 fand der erste Emmentaler AOP-Stammtisch im Hotel Florhof in Zürich statt. Dazu wurden ausgewählte Medienschaffende aus den Bereichen Wirtschaft, B2B, Food und Lifestyle eingeladen. Neben Informationen dazu, wie und wo der feine Emmentaler AOP entsteht und was dieses attraktive, hochwertige und gesunde Schweizer Original auszeichnet, gab es auch politische und wirtschaftliche Aspekte, die dargelegt und diskutiert wurden.

2 _ SwissSkills 2019 der Milchtechnologien

Die Milchwirtschaft sucht dringend Nachwuchs. Seit 2016 unternimmt sie deshalb zahlreiche Anstrengungen, um mehr Jugendliche für den Beruf Milchtechnologin/Milchtechnologe zu motivieren. Emmentaler Switzerland trat deshalb an den SwissSkills 2019 in Flawil als Silber-Sponsor auf und hat damit einem wichtigen Teil zur Nachwuchsförderung und zur Förderung des Berufs des Milchtechnologen beigetragen.

3 _ Event zum Emmentaler AOP URTYP®

Zur Einführung des Emmentaler AOP URTYP® im Schweizer Markt hat Emmentaler Switzerland am 15. Oktober 2019 ausgewählten Medienvertretern den URTYP® persönlich vorgestellt. In den Hauptrollen: der Emmentaler AOP URTYP® und die Natur selbst. Gemeinsam mit dem bekannten Gastrosophen Stefan Wiesner erlebten die Medienvertreter die vier Elemente Feuer, Erde, Luft und Wasser mit allen Sinnen. Von der Natur inspiriert zauberte Stefan Wiesner mit Zutaten wie Holz, Erde und Heu sowie natürlich mit dem Emmentaler AOP URTYP® urgewaltige Gerichte voller alchemistischer Kreativität auf dem Feuer.



5 _ Digital Tasting

Am 27. Mai 2020 hat Emmentaler Switzerland ausgewählte Journalisten und Blogger aus der Schweiz zur weltweit ersten digitalen Käsedegustation eingeladen. So konnten wir den Medien auch in Zeiten von Homeoffice und Corona unseren Emmentaler AOP schmackhaft machen. Vor dem Käsekeller der Emmentaler Schaukäserei führten wir die Teilnehmer über ein Video-Meeting in die Welt des Schweizer Originals ein.

4 _ Emmentaler AOP-Schaltjahrkäse

Nur alle vier Jahre taucht der 29. Februar im Kalender auf – so auch 2020. Emmentaler Switzerland zelebriert diesen Tag mit dem Emmentaler AOP-Schaltjahrkäse. Der spezielle Emmentaler AOP-Laib wurde mit viel Liebe am 29. Februar 2020 in der Emmentaler Schaukäserei in Affoltern i. Emmental hergestellt. Während der zwölfmonatigen Reifedauer wurden 29 Gotten und Göttis ausgewählt, die das circa 90 Kilo schwere Patenkind besuchen dürfen und miterleben können, wie der Schaltjahrkäse zu einem feinen Emmentaler AOP mit kräftigem Aroma reift.



DEUTSCHLAND

1_ 3-D-POS-Auftritt

Da Verkostungen vom Handel untersagt und für die aktuelle Krisenzeit nicht adäquat sind (Stand Ende Mai), testete Emmentaler AOP einen neuen Auftritt: Als neuer Eyecatcher diente ein Monitor, der Filme und Bilder über das Emmental, über Käser, Milchbauern etc. mit Beschreibungen in den Untertiteln zeigte. Rezepte unterhalb des Monitors erhöhten

die Akzeptanz des Verbrauchers, proaktiv zur Marke zu greifen. In einer kleinen Kühltruhe wurden vorgeschnittene Portionen zum Verkauf angeboten. Für diese neue Markenpräsentation für den Emmentaler AOP Classic und den Emmentaler AOP URTYP® wurde die Truhe mit Dummy-Laihen ausgelegt, um deren Distribution auszubauen.



3_ Internationale Grüne Woche

Vom 18. bis 27. Januar 2020 fand die IGW statt – Deutschlands grösste Verbraucher- und Landwirtschaftsmesse. Während zehn Tagen besuchten ca. 400'000 Besucher die 1'888 Aussteller der Messe.

Emmentaler war mit zwei Units vertreten, um vor allem den Emmentaler AOP Classic, den Emmentaler AOP Réserve und den neuen Emmentaler AOP URTYP® verkosten zu lassen und zu verkaufen.

4_ Mediakampagne «Weltweit kopiert, nur echt aus der Schweiz»

Seit Anfang Mai wird eine Print- und Onlinekampagne für den Emmentaler AOP Classic eingesetzt, die zum Ziel hat, wichtige Werte wie Herkunft, Viehhaltung, Milchqualität und Nachhaltigkeit hervorzuheben. Inserate in hochwertigen Food-Magazinen, Online Ads und Social Media führen auf eine Landingpage, auf der ein Kurzfilm die Welt des Emmentaler AOP präsentiert und durch ein Quiz die wichtigsten Werte unterstrichen werden.



2_ Zugabeaktion Valentinstag

Diese nationale Rosenpromotion wurde speziell für das Thekengeschäft konzipiert. Beim Kauf von 300 Gramm Emmentaler AOP erhielten die Verbraucher eine Seidenrose als Geschenk. Deutschlandweit setzten nahezu alle Detaillisten die Aktion um. So haben insgesamt über 200'000 Rosen einen zusätzlichen Kaufimpuls und eine zusätzliche Nachfrage nach Emmentaler AOP am POS ausgelöst. Die Marke fand ihren Weg dadurch direkt ins Herz der Verbraucher.



5_ Instore-TV-Kampagne

Die Werbung zum Emmentaler AOP Classic wurde parallel zur Onlinekampagne im Norden als Instore-TV-Spot eingesetzt. Neben der Markenpräsenz war das Ziel, die Konsumenten zur Käsetheke zu führen und zum Kauf des Emmentaler AOP anzuregen. Die Kampagne lief während sieben Wochen auf 1'005 digitalen Werbeträgern in 240 Edeka- und Rewe-Märkten.

ITALIEN

1_ Swiss Original Handmade Creative Project

2019 lancierte Emmentaler AOP einen internationalen Kreativwettbewerb in der Öffentlichkeit. Ziel des Wettbewerbs war es, handwerklich geschaffene Kunstwerke zu sammeln, zu prämiieren sowie auszustellen und so das Handwerk zu zelebrieren und es in Verbindung mit der Herstellung des Emmentaler AOP hervorzuheben. Die Kunstwerke wurden ausgestellt und an einem Event den Medien und dem Publikum präsentiert. Die Resonanz und die Reichweite der Berichterstattung waren hervorragend. Insgesamt wurden 45 Millionen Personen erreicht, was einem Wert von über 1 Million Euro entspricht.



Kunstwerk «Creative Hands» von Raffaele Melchionda am internationalen Kreativwettbewerb.

2_ Rosen-Promotion am Valentinstag

Im Februar 2020 fand die zweite Ausgabe der Valentinstag-Promotion statt, bei der die Konsumenten beim Kauf von Emmentaler AOP eine Rose geschenkt bekamen. Teilnehmende Retailer mussten vorab die Bestellungen tätigen, um sicherzustellen, dass genügend Emmentaler AOP im Regal vorhanden war und maximaler Verkaufsdruck ausgeübt werden konnte.

3_ Promotion Käseprobe

Im Frühling 2019 ist SCM Italien eine Zusammenarbeit mit Carrefour eingegangen. Aus dieser Kooperation ist eine attraktive In-out-Promotion beim Frischeregal entstanden. Beim Kauf von 300 Gramm Emmentaler AOP bekamen die Konsumenten eine Käseprobe mit Emmentaler Logo geschenkt. Die Promotion wurde gut sichtbar an der Theke vorgestellt. Neben dem Verkauf zielte die Aktion auch darauf ab, die Aufmerksamkeit der Carrefour-Kunden auf den Emmentaler AOP zu lenken und Wiederkäufe auszulösen.

4_ #Home-Edition-Kampagne

In der Zeit von April bis Juni 2020, als Konsumenten aufgrund der Pandemie ihr Leben und auch ihre Ernährung neu organisieren mussten, hat Emmentaler AOP eine Serie von sechs kurzen Geschichten zu den Themen Lockdown und Social Distancing in den sozialen Medien und auf den führenden italienischen Internetportalen veröffentlicht. Die Hauptbotschaft der Kampagne war, dass Emmentaler AOP in dieser Phase des Zuhausebleibens der ideale Partner ist.



BENELUX

1_ Themenkampagne Schweiz

Im November wurde bei Carrefour in 46 Hypermärkten eine Themenwoche zur Schweiz durchgeführt. Dabei kamen Messestände mit Hostessen und Animationen sowie zusätzliche Verkaufspunkte zum Einsatz. Während der Kampagnen wurde der Fokus gezielt auf den Verkauf von Käsescheiben gelegt, der in Belgien einen Drittel aller Verkäufe ausmacht.



2_ Messestände mit Hostessen bei Cactus

Zwei Mal pro Jahr werden bei der Supermarktkette Cactus Aktivitäten mit Messeständen und Animationen durchgeführt. Jeweils während einer Woche wird der Stand von zwei Hostessen betrieben, die in dieser Zeit überdurchschnittlich hohe Verkaufsvolumen erzielen. Eine der durchgeführten Aktivitäten fokussierte auf dem neuen Emmentaler AOP URTYP®.

3_ Digitale Kampagne «Words»

Ende 2019 wurde die Words-Kampagne in den digitalen Medien geschaltet. Ziel der Kampagne war es, neue Konsumenten zur Marke zu gewinnen, bestehende an die Marke zu binden und aufzuzeigen, was den Emmentaler AOP von seinen Mitbewerbern differenziert.

FRANKREICH



1_ Rosen-Promotion

Am Valentinstag wurde diese Promotion in ausgewählten Hyper- und Supermärkten durchgeführt. Dabei wurde der Emmentaler AOP an der Theke in Rosen eingebettet auf spektakuläre Weise präsentiert. Im Juni wird dieselbe Promotion wie zum Muttertag durchgeführt.

2_ Degustationen

In ausgewählten Hypermärkten wurden mehrere Events durchgeführt, bei denen der Emmentaler AOP von Konsumenten probiert werden konnte. Die Degustationen wurden an einem Messestand als Teil der #LIVEORIGINALER-Kampagne durchgeführt. Pro Tag konnten so rund 80 Kilogramm Emmentaler AOP verkauft werden.



3_ Feldmarketing

Im Norden und Nordosten Frankreichs wurden in 300 Hypermärkten Feldmarketing-Aktivitäten durchgeführt. Dazu stellten die Promoteams in den Läden Werbematerial und ein Degustationskit aus, das den Emmentaler AOP an der Theke und im Frischeregal ins beste Licht rückte.

SPANIEN



1_ TV-Kampagne

Fast 1 Million Menschen wurden mit einer TV-Kampagne für den Emmentaler AOP auf dem grössten katalanischen TV-Sender TV3 erreicht. Die Köchin einer sehr populären Kochshow hat den Zuschauern die einzigartigen Eigenschaften des Emmentaler AOP vorgestellt und eine ansprechende Käseplatte präsentiert.

2_ Plakatkampagne

Die #LIVEORIGINALER-Kampagne wurde in Spanien mit Plakaten beworben – unter anderem sehr aufmerksamkeitsstark im Dezember 2019 auf sechs Stadtbussen, die verschiedene Routen in Barcelona befahren. Die Kampagne hat so fast eine Million Menschen erreicht.



3_ Social Media 2019

Auf allen sozialen Medien, primär aber auf Instagram, war Emmentaler AOP sehr erfolgreich. Die vielfältigen Themen der Posts zu Eigenschaften sowie Region und Herkunft stossen im spanischen Markt auf grosses Interesse und es werden durchschnittlich bis zu 1'000 Likes pro Post erzielt.



NACHGEFRAGT BEI PASCAL BERGER.

TEXT: EMMENTALER SWITZERLAND, FOTOS: Z.V.G.

Was ist deine Kindheitserinnerung ans Emmentaler AOP? Und an Emmentaler AOP?

Ich bin am Tor zum Emmental in Burgdorf aufgewachsen und habe dadurch viele Verbindungen zu dieser Region. Bereits als Kind habe ich mit der Familie an Sonntagen häufig die Emmentaler Schaukäserei in Affoltern i. E. besucht. Heute lebe ich aber nicht mehr im Emmental. Emmentaler AOP war tatsächlich der erste Käse, den ich als Kind gegessen und sofort gemocht habe. Keinen anderen Käse mochte ich, nur den Emmentaler AOP. Heute esse ich natürlich auch anderen Käse gern.

Zu welcher Gelegenheit kommt bei dir Emmentaler AOP auf den Tisch?

Am liebsten geniesse ich den Emmentaler AOP als Beilage zum Café complet oder nehme mir ein Stück zu Gschwellti. Ich mag den Emmentaler AOP vor allem in der kalten Küche.

Welches ist dein bevorzugter Reifegrad?

Der Emmentaler AOP mild ist mein absoluter Favorit. Bei anderen Käsesorten habe ich auch gerne mal reifere, beim Emmentaler AOP aber nur den milden.

Welches ist dein Lieblingsessen?
Mein Lieblingsessen sind die selbst gemachten Cordon bleus meiner Frau.

Wer kocht bei dir zu Hause?

Bei mir zuhause kochen meine Frau und ich, obwohl meine Frau wohl häufiger und vor allem besser kocht als ich.



Geboren in Burgdorf im Emmental hat Pascal Berger mit drei Jahren beim EHC Burgdorf mit dem Eishockey begonnen. Seither hat er dreimal den Schweizermeister- und einmal den Cupsiebertitel errungen. Seit 2016 spielt er mit der Rückennummer 19 als Stürmer bei den SCL Tigers. Wenn er nicht Sport treibt, kocht oder wandert er. Sein Lebensmotto: «Work hard in silence, let your success be your noise».

Zu welchem Gericht bzw. Essen darf Emmentaler AOP nicht fehlen? Wenn wir Pasta essen, darf geriebener Emmentaler AOP zur Abrundung nicht fehlen.

Was isst du vor einem Match? Hast du so etwas wie ein Essritual?

Am Matchtag isst die ganze Mannschaft immer gemeinsam zu Mittag – das ist unser Ritual. Da gibt es eigentlich immer das Gleiche: Kohlenhydrate, verschiedenes Gemüse, Poulet und ein rotes Stück Fleisch. Vor dem Match esse ich dann noch etwas Kleines. Und nach dem Match gehen wir nochmals als Mannschaft gemeinsam zum Abendessen.

Was ist bei dir zuhause immer im Kühlschrank?

Bei uns zuhause gibt es immer Bier im Kühlschrank – und dies, obwohl ich selber fast nie Bier trinke. Ich habe es aber immer für einen eventuellen Besuch von Freunden vorrätig. Ausserdem haben wir auch immer verschiedene Käsesorten und Eier im Kühlschrank, also vor allem Lebensmittel, die lang haltbar sind.

Wie sieht ein Cheat Day aus? Bei welchem Genussmittel wirst du schwach?

An einem Cheat Day gönne ich mir sehr gerne ein Käsefondue oder ein Raclette. Gern habe ich auch üppigere Desserts. Schwach werde ich bei



einer Tafel Schokolade oder einer Packung Chips.

Was heisst es für dich, sich gesund und ausgewogen zu ernähren?

Alles im gesunden Mass: Das ist das Allerwichtigste bei der Ernährung. Grundsätzlich darf man aber aus meiner Sicht alles essen. Sicherlich ist es wichtig, genügend Gemüse, aber auch Stärkebeilagen zu sich zu nehmen, damit man Energie hat. Auch Fleisch und Desserts, aber eben nicht zu viel. Man soll sich auch mal was gönnen.

Was muss ein junger Mensch heute mitbringen, um Spitzensportler zu werden?

Es geht vor allem auch um den Charakter. Wichtig ist eine grundsätzlich positive Einstellung. Man muss auch auf vieles verzichten können. Disziplin ist sehr wichtig wie auch ein respektvoller Umgang mit dem Team, dem Schiedsrichter, den Gegnern. Ein gewisses Mass an Talent muss zwingend vorhanden sein. Trotzdem ist aber auch viel Fleiss nötig.

Wie viel deines Erfolgs basiert auf Fleiss und wie viel auf Talent?

Das ist für mich schwierig zu beurteilen. Nur durch Talent allein wird man nicht erfolgreich. Man muss stets fleissig sein und an sich arbeiten. Ich bin eine fleissige Person und würde sagen, dass Talent wohl knapp die Hälfte meines Erfolgs ausmacht. Der Rest basiert auf Fleiss.

Wenn du dich erholen musst, wo zieht es dich dann hin? Wo geht es am schnellsten?

Am schnellsten erhole ich mich bei einem Spaziergang an der Aare und generell in der Natur. In den Ferien erhole ich mich gerne am Strand und geniesse das schöne Nichtstun. Ich bin aber auch gerne in der Schweiz in den Bergen beim Wandern.

Im Winter geht es von Match zu Match. Wie verbringst du dann deine Freizeit und wie erholst du dich?

Während der Saison bin ich am liebsten zuhause im Garten und in der Nähe des Hauses. Ich verbringe meine Freizeit auch gerne mit meinen Freunden.

Wer hat dich in deinem Leben bisher am stärksten beeinflusst?

Ganz klar meine Eltern. Ich konnte von Anfang an auf die grosse Unterstützung meiner Eltern zählen. Sie haben mir immer alles ermöglicht. Mein Vater hat mich sogar eine Zeit lang als Trainer begleitet. Sie haben sich jeden meiner Matches angeschaut und mich stets beide positiv beeinflusst. Ich habe meinen Eltern sehr viel zu verdanken, auch dass ich so weit gekommen bin.

Welche Interviewfragen sind nach einem Match stets die nervigsten?

Es sind jeweils die gleichen Fragen: Wieso habt ihr verloren? Warum hast du das Tor nicht getroffen? Ich weiss mittlerweile, dass solche Fragen kommen, und arrangiere mich damit. Viele Male spreche ich einfach um die Frage herum.

”
ES GEHT
VOR ALLEM
AUCH UM DEN
CHARAKTER.
”

WITZIGES AUS DEM INTERNET.

TRAUMJOB: 😊 KÄSEBILDHAUER – INKLUSIVE RESTEESSEN

Seit 20 Jahren schnitzt Sarah Kaufmann Käseskulpturen. Dies tut sie meist live vor Ort, weil die Leute einfach gern sehen, wie diese verrückten Käseskulpturen, zum Beispiel ein 90 Kilogramm schwerer Alligator oder ein 850 Kilogramm schwerer Astronaut, gemacht werden. Die Skulpturen stellt sie meistens in Supermärkten für Promo-Aktionen von verschiedenen Kunden wie der Milchwirtschaft von Wisconsin oder diversen Käseherstellern her. Für ihre Arbeit bereist sie die gesamten USA zwischen Alaska und Maine und hat bereits in Disneyland, Walt Disney World und bei sechs der neun letzten Super Bowls Käse bearbeitet. Sie hält auch einen Weltrekord für die grösste Käseskulptur der Wisconsin State Fair 2011. Kunst und Zeichnen haben ihr schon als Kind gefallen. Später hat sie Werbegrafik studiert und danach jeweils in Wisconsin für den amerikanischen Milchverband ADA sowie mehrere Jahre für den Milchmarketingverband WMMB als künstlerische Leiterin gearbeitet. Dabei hat sie auch Käsebildhauer engagiert. Immer wenn neue Skulpturen fertig waren, war sie total

begeistert. Sie hatte nur einen Gedanken: «Das will ich auch machen.»

Früher hat sie in der Werbebranche gearbeitet, heute in der Käsebranche. Mittlerweile hat sie über 3000 Käseskulpturen geschnitzt - und dann aufgehört zu zählen. Ihr Lieblingsstück ist immer noch der fast zwei Meter lange Alligator. Er war gigantisch und ziemlich kompliziert – einfach grossartig. 57 Stunden habe sie dafür gebraucht.

Käse ist ein besonderes Medium, genau wie Holz oder Stein. Bei Ton, Kuchen oder Butter kann man immer wieder etwas hinzufügen, bei Käse ist es ein für alle Mal weg. Für ihre Skulpturen benutzt sie nur wenige einfache Werkzeuge, hauptsächlich Töpferwerkzeuge wie Modellierschlingen. Das wichtigste Werkzeug ist jedoch Geduld, die braucht man einfach – wie auch ein guter Käse seine Reifezeit braucht.



Direktlink zum Artikel
auf www.vice.com



FOTO: VICE.COM / SARAH KAUFMANN

SKURILLER FUND: 🤖 MUMIE MIT KÄSEPROVIANT

Sie wird «die Schöne von Xiaoh» genannt: die mumifizierte Leiche einer jungen Frau, die Forscher vor einigen Jahren in der Wüste Taklamakan im Westen Chinas entdeckt haben. Die 4'000 Jahre alte Mumie ist aufgrund des trockenen Wüstenklimas so gut erhalten, dass Kleider, Haut, Haare und selbst die organischen Reste ihrer Wegzehrung für das Jenseits erhalten blieben. Um ihren Hals trug die schöne Unbekannte ein Collier der ungewöhnlichen Art: Brocken einer unbekannt organischen Substanz.

Hilfe von Proteinforschern

Um herauszufinden, worum es sich handelte, bat der

Archäologe Yimin Yang aus Peking deutsche Proteinforscher vom Max-Planck-Institut für molekulare Zellbiologie und Genetik in Dresden um Hilfe. Diese konnten den Schmuck der Mumie mit modernsten Proteomik-Methoden analysieren. Die Analysen ergaben, dass es sich bei den Krümeln um die Überreste von Käse handelte, den man der Dame bei ihrem Tod etwa um 2'000 vor Christus für die Reise ins Jenseits in ihr Grab mitgegeben hatte. Der Mumien-Käse repräsentiert den ältesten Fund von Überresten eines Käses, wie die Forscher berichten.



Direktlink zum Artikel
auf www.scinexx.de

KÄSESAGEN: 😊 DER VERLIEBTE EMMENTALER

Vor langer, langer Zeit war ein armer Kuhhirt aus dem Emmental Hals über Kopf in die Tochter eines reichen Bauern verliebt. Auch das Mädchen liebte den jungen Hirten über alles. Dem Vater des Mädchens war der junge Mann jedoch nicht gut genug. Er habe noch nichts vollbracht und sei seiner Tochter nicht würdig. Damit hätte diese Geschichte geendet, wenn nicht Folgendes geschehen wäre:

Der liebeskranke junge Mann ging zurück zu seiner Hütte in den Bergen, wo er die Kühe hütete. Er überlegte, wie er es anstellen könnte, das Mädchen seiner Träume doch noch zu bekommen. Tagelang überlegte er, wie er dem Vater seiner Liebsten beweisen könnte, dass er dessen Tochter würdig war – aber alles Denken war vergebens.

Eines Abends zog ein fürchterliches Gewitter über die Berge. Der junge Mann hatte gerade sein Abendessen zurechtgemacht, als er hörte, wie jemand kräftig an seine Türe hämmerte. In diesem Augenblick erinnerte sich der junge Hirte daran, dass er sein Abendgebet noch nicht gesprochen hatte, und war darauf gefasst, dass irgend etwas Schlimmes geschehen würde. Zitternd vor Angst öffnete er die Tür und dort stand – von einem Blitz erleuchtet – der entsetzlichste Berggeist, den man sich hätte vorstellen können. Im Nu war dieser eingetreten, verschlang das Abendessen, das auf dem Tisch stand, und schickte sich sogleich an, wieder zu gehen. Aber bevor er die Hütte verliess, drückte er dem jungen Mann einen Zettel in die Hand.

Es war ein eigenartiges Stück Papier, das der junge Mann, der erleichtert war, so glimpflich davongekommen zu sein, in den Händen hielt. Als er es genauer anschaute, sah er, dass es ein Rezept war für etwas, das viel Milch und ein paar andere Zutaten brauchte. Der Senn konnte sich nicht vorstellen, wofür dieses Rezept gut sein sollte. Da er jedoch alle Zutaten zur Verfügung hatte und das Rezept seine Neugier geweckt hatte, wagte er das Experiment.

Gleich am nächsten Tag begann der junge Mann, die Milch nach dem Rezept zu bearbeiten. Er goss sie in einen grossen Kessel über dem Feuer, rührte sie und fügte die übrigen Zutaten bei. Er ging streng nach dem Rezept und mit grosser Geduld vor und sah, wie die Mischung allmählich hart wurde. Am Schluss entstand aus der Masse ein grosser, runder Laib. Er war sich nicht so sicher, wozu dies eigentlich gut war. Klar war jedoch, dass es etwas Aussergewöhnliches war, das er selber hergestellt hatte.

Mit diesem Käse auf dem Rücken machte er sich auf den Weg zum Haus des reichen Bauern. Der Bauer war tatsächlich beeindruckt von diesem grossen, eigenartigen Produkt. So etwas hatte er noch nie gesehen. Als er schliesslich auch noch davon gegessen hatte, war er überzeugt davon, dass der junge Mann ein echter Gewinn für seine Familie sein würde. Und so kam es, dass die Verliebten bald darauf Hochzeit feierten und glücklich waren bis an ihr Lebensende. Und von ihrer Liebe profitieren bis heute viele Käseliebhaber/-innen auf der ganzen Welt.

GUT ZU WISSEN.

Emmentaler Switzerland blickt auf ein gutes erstes Halbjahr 2020 in Bezug auf die Verkäufe sowie die Qualität von Emmentaler AOP zurück.

Das Pflichtenheft von Emmentaler AOP besteht den Coronatest

Die Pflichtenhefte von verschiedenen AOP Käsesorten in Frankreich und Italien mussten während der Coronakrise gelockert werden. Dabei musste insbesondere die Zeit zwischen der Milchgewinnung und der Verarbeitung verlängert werden. Dies war bei Emmentaler AOP und allen anderen Schweizer AOP-Käsesorten kein Thema. Dies zeigt die Robustheit, Krisenresistenz und damit den Wert der AOP-Pflichtenhefte.

Käsequalität Oktober 2019 bis März 2020

Emmentaler AOP ist ein Rohmilchkäse, der bei der Herstellung von vielen Parametern beeinflusst wird. Die Produktion von «Spitzenqualität» stellt eine tägliche Herausforderung dar. Folgende Bemerkungen können über die Qualität Oktober 2019 bis März 2020 im Vergleich zur Qualität der Vorjahresperiode 2018 bis 2019 festgehalten werden:

- Die Qualität der Produktionen Oktober 2019 bis März 2020 war respektive ist im Allgemeinen gut bis sehr gut.
- Hervorzuheben ist, dass Produktion mit 20 Punkten, mit einem Anteil von knapp 5 Prozen gemessen an der gesamten Produktion, gehalten werden konnte.
- Der Anteil Spitzenqualität (19–20 Punkte) ist mit 80,24 Prozent im Vergleich zur Vorjahresperiode 2018 bis 2019 leicht besser (78,41 Prozent und deshalb sehr stabil.
- Erfreulich: Der Anteil Klasse-2- und Klasse-3-Käse ist im Vergleich zu 2018 bis 2019 gesunken.
- Der Qualitätsfehler «kurzer Teig» zeigt sich auch in dieser Periode als häufigster Fehler.

Klasse 1	Punkte	Okt. 2019–März 2020 in %	Okt. 2018–März 2019 in %
	20	4,84	5,01
	19,5	29,34	32,18
	19	46,06	41,22
	18,5	13,53	14,10
	18	2,51	3,32
Ortsreserve ¹		2,28	2,17
Total Klasse 1		98,57	98,00
Total Klasse 2 und 3 ²		1,43	2,00
Total		100	100

¹ Die Ortsreserve entspricht ebenfalls der Qualitätsklasse 1 und bleibt im Produktionsbetrieb, wo sie mehrheitlich im eigenen Verkaufsladen angeboten wird.

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

Besserer internationaler Schutz für Emmentaler AOP

Der Bundesrat hat am 5. Juni 2020 die Botschaft zum Beitritt der Schweiz zur sogenannten Genfer Akte zuhanden des Parlaments verabschiedet. Das Parlament wird diese in den kommenden Monaten behandeln. Aufgrund der breiten Zustimmung bei der Vernehmlassung ist bei der Beratung im Parlament mit keinem Widerstand zu rechnen. Der Beitritt der Schweiz zur Genfer Akte soll einen besseren internationalen Schutz für registrierte Ursprungsbezeichnungen (AOP) und geografische Angaben ermöglichen. Die in der Schweiz registrierten Ursprungsbezeichnungen und geografischen Angaben wie zum Beispiel Emmentaler AOP können künftig mit einem einfachen Verfahren in alle Mitgliedstaaten der Genfer Akte ausgedehnt werden. Dies ist für Emmentaler AOP insofern wichtig, weil die EU ebenfalls ein Mitgliedstaat der Genfer Akte wird und somit die Durchsetzung des AOP-Schutzes in den Hauptexportmärkten weiter gestärkt wird. Umgekehrt werden aber auch ausländische Ursprungsbezeichnungen und geografische Angaben in die Schweiz ausgedehnt werden können.

Produktion und Verkäufe Emmentaler AOP Januar bis Juni 2020

Die Gesamtverkäufe Emmentaler AOP im ersten Halbjahr 2020 präsentieren sich sehr erfreulich. Gemäss den offiziellen Meldungen und den Zahlen der Treuhandstelle Milch liegen die Gesamtverkäufe per Ende Juni 2020 6 Prozent oder 484 Tonnen über dem Vorjahr. Trotz den Effekten der Coronakrise und der Preiserhöhung liegen die Exporte 1,6 Prozent / 85 Tonnen über dem Vorjahr. Unser Hauptexportmarkt Italien liegt nach dem ersten Halbjahr sogar 2,5 Prozent über dem Vorjahr. Auch die Inlandverkäufe bei der Tafelware und die Bezüge der Schmelzwerke sind deutlich im Plus.

Durch die guten Verkäufe liegt auch die Produktion leicht über dem Vorjahr.

	2020 Jan-Juni	2019 Jan-Juni	Veränderung in %
Gesamtverkäufe	8'563 t	8'079 t	+6,0 %
Exporte, davon	5'451 t	5'366 t	+1,6 %
Italien	2'949 t	2'876 t	+2,5 %
Deutschland	1'066 t	1'071 t	-0,5 %
Benelux	425 t	372 t	+14,2 %
Frankreich	368 t	377 t	-2,4 %
Tafelware Inland	2'299 t	1'971 t	+16,6 %
Schmelzware	815 t	741 t	+10,0 %
Produktion Jan–Mai	7'283 t	7'270 t	+0,2 %

DER FORTSCHRITT HÄLT EINZUG IN DEN STALL.

Es gibt sie bereits länger, doch in den letzten Jahren kommen automatische Melksysteme (AMS, Melkroboter) bei Umbauten und Betriebserweiterungen immer häufiger zur Anwendung. Neben vielen Vorteilen ergeben sich durch den Einsatz eines Melkroboters auch neue Herausforderungen, vor allem in Bezug auf die Herstellung von Emmentaler AOP.

TEXT: URS GILGEN, FOTOS: Z.V.G.

Die Anforderungen gemäss Pflichtenheft des Emmentaler AOP müssen zu jeder Zeit erfüllt sein. Beim Milch- und Käseproduzenten liegt der Fokus auf einem Milchalter von maximal 24 Stunden bei Fabrikationsbeginn. Dies bedingt eine Sperrung des Melkroboters von bis zu zwei Stunden und erfordert eine enge Absprache mit dem Käsehersteller. Für den Milchproduzenten ist zusätzlich zu beachten, dass die Zwischenmelkzeit von acht Stunden eingehalten werden muss. Dies verdeutlicht der folgende Auszug aus dem Pflichtenheft des Emmentaler AOP: «Die Verarbeitung erfolgt maximal 24 Stunden nach der Gewinnung des ältesten Gemelks.»

Wir durften bei Schmitz Farming, Sängi, Untersteckholz, einem Milchproduzenten für Emmentaler AOP und Lieferanten der Käserei Melchnau, Einblick vor Ort nehmen und uns mit dem Betriebsleiter Peter Schmitz über seinen Melkroboter unterhalten.

Urs Gilgen: Herr Schmitz, vielen Dank, dass Sie sich Zeit nehmen, uns zu empfangen und uns Rede und Antwort zu stehen. Was hat Sie dazu bewogen, einen Melkroboter anzuschaffen?

Peter Schmitz: Wir wollten den alten Melkstand ersetzen, haben uns dabei

aber auch gefragt, ob überhaupt noch Milchwirtschaft betrieben werden soll. Wir sind dann zum Schluss gekommen, weiterhin zu melken. Jedoch musste der Zeitaufwand unbedingt reduziert werden. Ursprünglich hatten wir geplant, einen 8er-Frischgeräte-Melkstand einzurichten, aber nach dem Besuch von Farmen in Irland haben wir uns entschieden, einen Melkroboter anzuschaffen.

Rentiert sich die Anschaffung eines automatischen Melksystems?

Ohne Zahlen zu nennen: Ja, für uns mit dem System der Vollweide rentiert sich der Melkroboter. Der Anschaffungspreis ist jedoch relativ hoch und auch der Unterhalt ist nicht gratis. Mit den Einsparungen im personellen

Bereich rentiert sich der Melkroboter aber insgesamt.

Welches sind für Sie die Vorteile und Nachteile dieses Systems?

Die beiden grössten Vorteile sind sicher die Zeitersparnis und die Flexibilität. Wir sind nicht mehr von fixen Zeiten abhängig. Die Möglichkeit, unsere Zeit einzuteilen, gibt uns viele Freiheiten. Als Arbeitgeber kann ich meinen Mitarbeitern einen interessanten Arbeitsplatz bieten. Wir hoffen, dass uns dadurch auch in Zukunft gute und qualifizierte Mitarbeiter erhalten bleiben. Ein Nachteil ist, dass der Betrieb einer Kurzrasenweide im Vollweidesystem mit dem Melkroboter nicht mehr möglich ist. Die Kühe müssen dreimal täglich die Weide wechseln. Ein weiterer Nachteil ist die starke Abhängigkeit von der Technik.



Betriebsleiter:
Peter Schmitz

Anzahl Mitarbeiter:
4

Betriebsgrösse:
50 Hektare

Betriebszweige:
Rund 600 Schweine,
55 Kühe und 12 Hektar
Ackerbau

Wie beurteilen Sie das Wohl der Tiere?

Dies ist ganz klar besser als früher. Jede Kuh entscheidet selber, wann sie gemolken werden will. Die Zwischenmelkzeit wird natürlich immer eingehalten und so können die Tiere ihrem eigenen Rhythmus folgen.

Wie sieht es mit dem Personalaufwand bzw. dem Zeitaufwand im Vergleich zu früher aus?

Der Zeitaufwand pro Tag ist wesentlich geringer als früher. Bevor wir den Melkroboter hatten, wendeten wir täglich über zwei Stunden für das Melken auf. Mit dem Melkroboter ist es nur noch eine Stunde. Damit konnten wir also unsere Effizienz steigern.

Hat der Melkroboter messbaren Einfluss auf die Milchqualität und die Eutergesundheit?

Die Zellzahl ist tiefer als früher. Das System hat den Vorteil, dass jeder Viertel einzeln kontrolliert wird. Bei jedem Melkvorgang werden sämtliche Werte von jedem einzelnen Tier aufgezeichnet. Abweichungen erkennen wir sehr schnell, da die Werte zweimal täglich überprüft werden. Die nötigen Massnahmen können so effizient und zeitnah ergriffen werden.

Welches sind die Herausforderungen und wie werden diese gelöst, damit die Vorgaben des Pflichtenheftes des Emmentaler AOP eingehalten werden können?

Wir haben kein Problem damit, die Zwischenmelkzeit von acht Stunden einzuhalten, da wir keine Hochleistungskühe halten. Bei einem Milchkuhbestand von 50 bis 60 Kühen gerät der Melkroboter noch nicht an sein Limit. Möglich wären bis zu 70 Milchkuhe pro Melkroboter. Die grösste Herausforderung liegt in der Einhaltung folgender Vorgabe gemäss Pflichtenheft des Emmentaler AOP: «Die Verarbeitung erfolgt maximal 24 Stunden nach der Gewinnung des ältesten Gemelks.» Damit dies eingehalten werden kann, ist eine enge Absprache mit dem Käser unbedingt notwendig. In unserem Fall wird die Milch täglich am



Morgen abgeholt. Ab dem Zeitpunkt der Abholung wird der Melkroboter gesperrt, bis die Milch in der Käserei ist und mit der Fabrikation begonnen werden kann. Bei Fabrikationsbeginn wird der Melkroboter dann wieder für die Kühe freigegeben.

Und die letzte Frage: Würden Sie den Melkroboter noch einmal anschaffen?

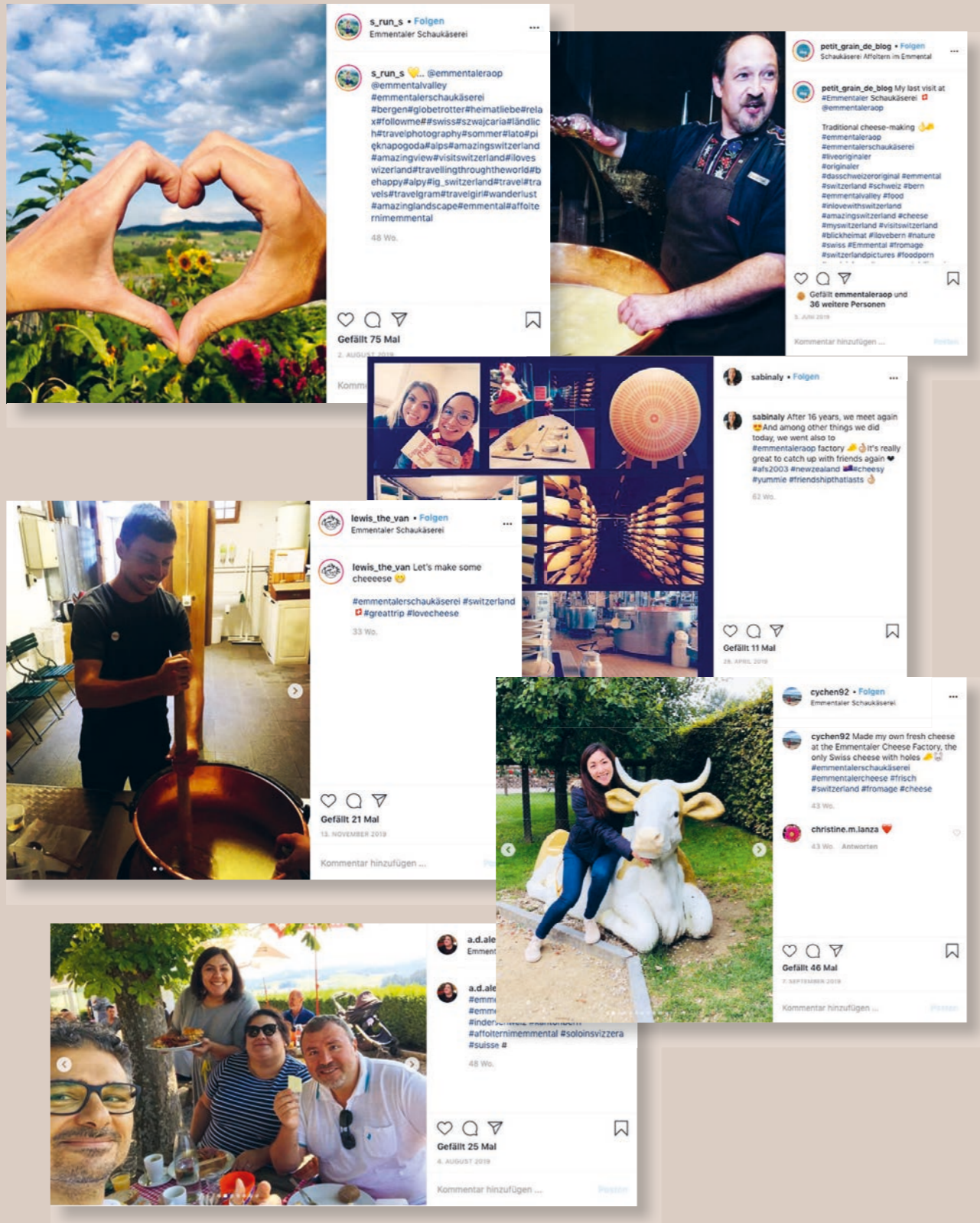
Ich bin überzeugt von diesem System. Am Anfang habe ich lange darüber nachgedacht und abgewogen, ob dies der richtige Schritt für uns ist. Der Gewinn an Lebensqualität durch die Anschaffung des Melkroboters ist für mich von grosser Bedeutung. Deshalb sage ich ganz klar Ja – wir würden es wieder so machen.

Vielen Dank für den freundlichen Empfang und dass Sie sich Zeit für uns genommen haben.

Direktlink zum Artikel
auf www.simisfarm.ch



KÄSE-FANS AUS ALLER WELT ENTDECKEN EMMENTALER AOP.



Die Emmentaler Schaukäserei ist ein Erlebnis- und Begegnungsort für Emmentaler AOP-Käsefans aus der ganzen Welt. Menschen aus den verschiedensten Herkunftsländern reisen täglich ins wunderschöne Emmental, um mehr über den originalen Emmentaler AOP – das Schweizer Original – zu erfahren und ihn zu kosten. Die Mitarbeitenden der Schaukäserei dürfen jeden Tag erleben, wie die Gäste mit vielen Fragen anreisen und mit grossen Aha-Erlebnissen, vielen schönen Erinnerungen sowie natürlich Käse im Gepäck wieder heimreisen.

Doch woher stammen die Gäste der Emmentaler Schaukäserei eigentlich? Im Sommer 2016 und 2017 wurde dazu eine Gästebefragung durchgeführt. Dabei konnten 62 verschiedene Nationalitäten gezählt werden. Überraschenderweise kommen nicht viele Touristen aus Italien in die Emmentaler Schaukäserei, obwohl dort nach dem Schweizer Heimmarkt am meisten Emmentaler AOP verkauft wird. Viele der ausländischen Touristen wollen auf ihrer Reise durch die Schweiz etwas über Käse erfahren und eine Käserei besuchen. Die Emmentaler Schaukäserei, die direkt an der Grand Tour of Switzerland liegt, eignet sich daher perfekt für einen Tagesausflug. Ausserdem repräsentiert Emmentaler AOP – der Käse mit den berühmten Löchern – für viele der Gäste den Schweizer Käse schlechthin.

Die Kenntnisse zu Käse und dessen Herstellung hängen stark von der Herkunft der Gäste respektive von der Käsekultur des jeweiligen Landes ab. Grundsätzlich gilt wie überall: Andere Länder haben andere Sitten und andere Geschmäcker. Die Amerikanerinnen und Amerikaner zum Beispiel reden häufig vom «Swiss Cheese» oder vom «Tom and Jerry Cheese». Sie sind auffallend oft sehr beeindruckt von der Käsequalität, verglichen mit dem Käse, den sie aus den USA kennen. Nicht selten äussern sie Sätze wie «Im Vergleich schmeckt unser Käse wie Plastik!» oder «Ich esse gerade zum ersten Mal in meinem Leben echten Käse!».

Erfahrungsgemäss hängen die Vorlieben beim Käsekonsum und bei den

verschiedenen Reifegraden stark von den Essgewohnheiten im Herkunftsland ab und ob das Land selber Milchwirtschaft betreibt. Dass Käse oft als kaltes Gericht und pur genossen wird, ist für uns in der Schweiz normal. Ausländische Gäste, die häufig Saucen und Gewürze verwenden, finden eine Käseplatte oder einen Käseteller manchmal seltsam.

Wir stellen fest, dass die meisten Besucher den Emmentaler AOP sehr mögen, ihn häufig degustieren oder kaufen und auch oft im Restaurant Käsegerichte geniessen. Auch die asiatischen Gäste essen effektiv mehr Käse, als wir in unseren Breitengraden annehmen würden. Die asiatische Kundschaft schätzt besonders, dass Emmentaler AOP natürlicherweise laktosefrei ist. Der religiöse Hintergrund kann beim Käsegenuss aber auch eine Rolle spielen. Besucher aus Indien fragen häufig, welches Lab verwendet wird. Für Hinduisten ist die Kuh ein heiliges Tier und sie essen kein Rindfleisch. Sie wollen deshalb genauer wissen, woher das Lab stammt, und verzichten nicht selten auf eine Degustation.

Was beeindruckt die Besucher am meisten?

– **Die Grösse und das Gewicht der Emmentaler-AOP-Laibe:** Viele fragen im Käsekeller: «Sind das echte Käse?» Und: «Wieso produzieren Sie keine kleineren Käse? Das wäre doch einfacher.»

– **Die Regionalität sowie die Nähe zu den Bauern** bezogen auf die enge Zusammenarbeit, aber auch die Entfernung von 20 Kilometern zwischen

Milchproduktion und Verarbeitung: Je nach Land sind sie auch verblüfft, wie klein die Höfe sind, dass die Kühe fast wie Familienmitglieder behandelt werden und Namen haben und dass die Kühe und die Bauernhöfe so nah bei der Käserei sind.

– **Die Tierhaltung:** Sie sind beeindruckt davon, dass die Kühe schöne, grüne Weiden haben mit viel frischem Gras (und allgemein die strengen Futterrichtlinien bezüglich Silofutter-Verbot etc.).

– **Die verschiedenen Reifegrade** und dass sich der Geschmack wirklich nur durch die Lagerung bzw. Reifung verändert, ohne künstliche Zusatzstoffe. Die häufigste Aussage hierzu ist: «Wir haben nicht gewusst, dass es verschiedene Emmentaler AOP gibt!»

– **Die Grösse der Produktion:** Viele Besucher fragen, ob das die tatsächliche Grösse der Produktion und der tatsächliche Herstellungsort ist, bis wir ihnen schliesslich erklären, dass der Emmentaler AOP in rund 109 verschiedenen Käsereien hergestellt wird. Die meisten Besucher erwarten eine industrielle Herstellung respektive eine Käsefabrik.

– **Die hergestellte Menge pro Tag:** Vor allem Gäste aus grossen Nationen haben oft die Vorstellung, dass der Emmentaler AOP in riesigen Fabriken hergestellt wird. Die Herstellung von acht Laiben pro Tag in der Emmentaler Schaukäserei ist für sie wenig.

DIE ERSTE TALKÄSEREI.



Im Milchwirtschaftlichen Museum in Kiesen erfahren Sie viel Spannendes über die Geschichte und die Entwicklung der Käsereien. Das Museum ist ein wertvolles Kulturgut, das eng mit der Geschichte der Schweizer Land- und Milchwirtschaft verknüpft ist.

Die erste bernische Dorfkäserei
Ursprünglich wurde in der Schweiz nur auf den Alpen Käse hergestellt. Erst um das Jahr 1815 gründete der damalige Oberamtmann von Kollnigen, Rudolf Emanuel Effinger von Wildeggen, in Kiesen die erste Talkkäserei. Ohne Unterstützung des Staates finanzierte er das Projekt und baute den noch heute erhaltenen Küherstock in Kiesen, wo er einen dem Emmentaler AOP ähnlichen Hartkäse herstellen liess. Nach

dem Start der ersten Talkkäsereien brach Mitte des 19. Jahrhunderts ein regelrechtes Käsefieber aus. Um 1850 gab es in der Schweiz bereits etwa 180 Dorfkäsereien, davon ca. 110 Emmentaler Käsereien im Kanton Bern. 25 Jahre später waren es gesamtschweizerisch über 800 Betriebe, wovon knapp 400 Käsereien im Kanton Bern beheimatet waren. Die erste Talkkäserei ist bis heute erhalten und als das Nationale Milchwirtschaftliche Museum in Kiesen zu besichtigen.

Das Museum – ein kleines Gebäude voller Geschichte(n)

Das Nationale Milchwirtschaftliche Museum in Kiesen wurde 1965 vom Schweizerischen Milchwirtschaftlichen Verein als Stiftung gegründet. Der Zweck der Stiftung war die Er-

richtung des Milchwirtschaftlichen Museums. Zu Beginn befand sich das Museum in den Räumlichkeiten der Schweizerischen Käseunion AG in Bern. Ende 1971 konnte das Gebäude der ersten bernischen Talkkäserei in Kiesen von den noch heutigen Besitzern gemietet und als Museum genutzt werden. 1972 wurde der Verein «Freunde des Nationalen Milchwirtschaftlichen Museums in Kiesen» gegründet, der den Betrieb des Museums übernahm. Im kleinen Gebäude der ersten Käserei wird eindrücklich und unterhaltsam die Geschichte rund um die erste Dorfkäserei erzählt. Das Milchwirtschaftliche Museum in Kiesen ist heute ein saisonales Kleinmuseum, das von Mai bis Oktober jeweils am Mittwoch- und am Sonntagnachmittag geöffnet ist. Auf

Anfrage sind Führungen für Gruppen ausserhalb der Öffnungszeiten möglich. Weitere Informationen finden Sie auf www.museumkiesen.ch.

Wer macht das Beste aus Milch?

Die aktuelle Sonderausstellung «Wer macht das Beste aus Milch?» gibt einen spannenden Einblick in die Welt der Milchtechnologien. Wussten Sie, dass in der Schweiz bereits seit dem Jahr 1894 Käsermeisterprüfungen durchgeführt werden? Die Molkereischulen wurden bereits ab dem Jahr 1880 gegründet. Diese boten zuerst Käserkurse an, später führten sie die theoretische und die praktische Ausbildung durch. Zur Verbesserung und Förderung der Käsequalität



GEGENSTÄNDE UND BILDER VISUALISIEREN DEN BEGINN DER GEWERBLICHEN KÄSEHERSTELLUNG. URSPRÜNGLICH WURDE IN DER SCHWEIZ NUR AUF DEN ALPEN KÄSE HERGESTELLT.

forderten die Käseexporteure damals eine bessere Ausbildung der Käser. Eine Käserlehre gab es damals noch nicht. Die Meisterkäser bildeten ihre Hüttenknechte selbst aus. Erst im 20. Jahrhundert folgten Berufsschulklassen für Lernende. 1933 schloss erstmals ein Molkerist in einer Verbandsmolkerei seine Lehre ab. Im Jahr 2000 wurden die zwei Berufe Käser und Molkerist zum attraktiven Berufsbild des Milchtechnologen zusammengeführt. Die Ausstellung ist vom 23. Mai bis zum 28. Oktober 2020 geöffnet.

Das Archiv

Neben dem Museum wird in der Zivilschutzanlage der Gemeinde Affoltern i. E. auch eine Sammlung von Gegenständen, Dokumenten und Bildern aus der Vergangenheit der Schweizer Milchwirtschaft beherbergt und ausgestellt. Die Sammlung beinhaltet antike Gerätschaften, Maschinen und Analysegeräte sowie auch Bilder, Fotos, Fachbücher und Dokumente.

Das älteste Stück in der Sammlung ist ein umfangreiches Kontobuch der Käsehandelsfirma Muther aus Schüpfheim aus dem Jahr 1832. Die Einträge sind in französischer Sprache abgefasst, denn dies war damals die internationale Handelssprache der Käsehandelsfirmen. Bereits damals wurde Emmentaler in diverse Länder Europas und nach Übersee exportiert. Der Export der Käselaipe erfolgte in sogenannten geküferten Exportkübeln. Der Aufschwung der Käsewirtschaft war daher eng verbunden mit dem heute fast unbekanntem Beruf des Küfers (Fasshersteller).

Ein weiteres interessantes Exponat ist ein Milchkaufvertrag zwischen der Käsegesellschaft Thalgraben und dem Milchkäufer Johann Hoffmann aus dem Jahr 1859. Für die Lieferperiode vom 10. März bis 25. Oktober wurde ein Preis von 22 Rappen per Maas (1,5 Liter) respektive 22 Franken per Saum (100 Maas = 150 Liter) verein-

bart, also rund 14,7 Rappen pro Liter. Dies entspricht bei Berücksichtigung der Teuerung im gleichen Zeitraum einem heutigen Preis von ca. 1.60 pro Liter Milch.

Die Sammlung wird durch eine sogenannte Archivgruppe, ein Team engagierter ehemaliger Milchwirtschaftler, betreut und unterhalten. Für Festanlässe, Ausstellungen und andere Events werden Gegenstände, Bilder oder Dokumente ausgeliehen. So können die schönen und seltenen Exponate einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. Das Archiv ist für interessierte Einzelpersonen oder Gruppen bei Voranmeldung zur Besichtigung geöffnet. Führungen sind von Montag bis Samstag möglich und lassen sich perfekt mit einem Besuch in der Emmentaler Schaukäserei kombinieren. Die Anmeldung kann über die Emmentaler Schaukäserei (Tel. 034 435 16 11, Mobile 079 752 39 61) erfolgen.

Die Heimat vom
Emmentaler AOP.

NEUES AUS DER
**EMMENTALER
SCHAUKÄSEREI.**

Den wohl berühmtesten Käse der Welt – «der mit den Löchern» – in seiner Heimat besuchen, kennenlernen und genießen. In der Emmentaler Schaukäserei tauchen Sie in die Welt des echten Emmentaler AOP ein. Wussten Sie zum Beispiel, dass Emmentaler AOP natürlicherweise laktosefrei ist? Diese und viele andere Fakten können Sie in Workshops erlernen, bei Führungen erfahren oder auf dem unterhaltsam Erlebnisrundgang, dem Königsweg, entdecken.

TEXT: EMMENTALER SWITZERLAND, FOTOS: MANUEL LOPEZ UND Z.V.G.

Ein Tag im Emmental

Das Emmental ist berühmt für seine einzigartige Hügellandschaft. Daher ist schon die Anreise in die Emmentaler Schaukäserei ein Highlight. Die stündlichen ÖV-Verbindungen bringen Sie bequem bis nach Affoltern im Emmental. Alternativ können Sie am Bahnhof in Burgdorf ein E-Bike mieten und den Weg bis nach Affoltern radelnd zurücklegen. E-Bikes können übrigens auch in der «Schouchäsi» gemietet werden. Auf diese Weise lässt sich das Emmental per Muskelkraft erkunden. In jedem Fall lohnt sich der Halt in der Emmentaler Schaukäserei in Affoltern. Tipp: Informieren Sie sich bei der Anreise mit den öffentlichen Verkehrsmitteln auf den Websites von RailAway und BLS, um von den verschiedenen Vorteilsangeboten zu profitieren.

Die Emmentaler Schaukäserei beheimatet vier Käsegenerationen

Stöcklikäse seit 1750 – hier erleben Sie die Geschichte der Käseherstellung im historischen Ambiente. Unter fachkundiger Anleitung durch unsere Käser stellen Sie Ihren eigenen Stöcklikäse her. Nach vier Monaten Hege und Pflege in unserem Stöcklikeller senden wir Ihnen Ihren selbstgemachten Stöcklikäse zu Ihnen nach Hause. Gruppen bis 20 Personen ab CHF 430.–.

Ehemalige Käserei von 1900 – heute Mätteli Beck

In der ehemaligen Käsehütte von Affoltern befindet sich heute die berühmte Bäckerei Mätteli Beck. Es erwarten Sie frische Zöpfe, Brote und feinste Spezialitäten aus dem Emmental. Jeweils am Sonntag bei schönem Wetter werden vor der Bäckerei frische Berliner hergestellt. Bei Ihrem Einkauf im Verkaufslokal können Sie zudem die alte Feuerwagen-Käserei besichtigen.

Dorfkäserei von 1950 und Königsweg – bestes Infotainment für die ganze Familie

Auf dem Königsweg erwartet Sie Wissenswertes zur Geschichte der Marke Emmentaler AOP und zur Herstellung des berühmten Käses. Die «digitale» Tour zeigt

auf digitale und zugleich traditionelle Weise, wie hochwertige Rohmilch in köstlichen Käse verwandelt wird. Die drei Hauptcharaktere, die Käserin, die Maus und die Kuh, führen unterhaltsam durch neun Räume bis in die Tiefen des imposanten Reifekellers. Nach der kurzweiligen, rund 30-minütigen Tour ist der Besucher der Entstehung so nah wie noch nie. Die verschiedenen Reifegrade können direkt neben der Produktionsstätte mit Blick in die Emmentaler AOP-Reifekeller degustiert werden. Tipp: Der Königsweg ist bei jedem Wetter einen Ausflug wert. Familien und Gruppen ab sechs Personen profitieren von Rabatten. Eintritt: Erwachsene CHF 15.–, Jugendliche 12–17 Jahre CHF 8.–, Kinder bis 11 Jahre erleben den Königsweg gratis.

Käserei, Restaurant und Käsefachgeschäft – alles unter einem Dach

Das Restaurant der Schaukäserei bietet traditionelle Gerichte an, die wann immer möglich aus regionalen Zutaten zubereitet werden. Sonntags findet der berühmte Sennenbrunch statt, der meist schon weit im Voraus ausgebucht ist. Daher lohnt es sich, früh zu reservieren. Für alle, die gern unter der Woche entspannt und mit viel Genuss in den Tag starten wollen, bietet das Restaurant der Schaukäserei eine vielseitige Frühstückskarte.



Im Käsefachgeschäft finden Sie neben dem Emmentaler AOP rund 90 weitere Schweizer Käsesorten und Spezialitäten. Das Emmental bietet ausser Käse auch viele weitere Spezialitäten wie zum Beispiel Meränggä oder die berühmten Emmentaler Wurstwaren.

Der Lockdown trifft auch die Emmentaler Schaukäserei

Per 17. März 2020 mussten in der Schaukäserei wie auch in der restlichen Schweiz die Vorschriften des Lockdowns umgesetzt werden. Die Gastronomie, der Betrieb des Königsweg-Erlebnistrundgangs sowie das Stöckli- und das Frischkäsen mussten aufgrund der Coronapandemie eingestellt werden. Für grosse Teile der Belegschaft musste Kurzarbeit beantragt werden. Einzig das Käsefachgeschäft und die Käserei konnten geöffnet bleiben. Die Produktion von Emmentaler AOP funktioniert natürlich auch ohne Besucher aus aller Welt. Das Käsefachgeschäft und der Mätteli Beck waren die Nahversorger in der Region. Sie wurden von der lokalen Bevölkerung sehr geschätzt. Dank dem schönen und warmen Frühling nutzten zudem viele Wanderer, Spaziergänger, Biker und Töfffahrer die Schaukäserei als Zwischenhalt und verpflegten sich mit den Spezialitäten aus dem Käsefachgeschäft. Erfreulicherweise konnte die Gastronomie am 11. Mai 2020 mit den entsprechenden Schutzmassnahmen und einem eingeschränkten Angebot wiedereröffnet werden. Mit dem Lockerungsschritt vom 6. Juni 2020 konnten auch der Königsweg sowie das erweiterte Angebot der Gastronomie inklusive des sonntäglichen Sennenbrunchs wieder in Betrieb genommen werden. Seit Juli sind wieder alle Angebote der Schaukäserei verfügbar.

Weitere Informationen rund um die Schaukäserei:

Emmentaler Schaukäserei
 Schaukäsereistrasse 6
 3416 Affoltern im Emmental
 Telefon: +41 34 435 16 11
 E-Mail: info@e-sk.ch
www.emmentaler-schaukaeserei.ch

«Mit über 300'000 Besuchern pro Jahr ist die Emmentaler Schaukäserei einer der touristischen Hotspots im Emmental.»



SPIELEN UND GEWINNEN.



Finde die zehn Fehler und schicke ein Foto davon an info@emmentaler.ch mit dem Vermerk «Wettbewerb».

ZU GEWINNEN: 10 HEIM-KÄSEREIEN

Aus Milch wird Käse! Aber wie? Mit dem Spiel «Heim-Käsereien» stellen die Nachwuchskäser und -käsereien ihren eigenen kleinen Käse her. Eine faszinierende und lehrreiche Aktivität für die ganze Familie.





— DER EMENTALER —
DAS ORIGINAL ALS MAGAZIN