



Einschreiben

Bundesamt für Landwirtschaft BLW
Fachbereich Tierische Produkte und Tierzucht
Schwarzenburgstrasse 165
3003 Bern



Bern, 30. Juni 2025/WG

Gesuch um Verlängerung der Selbsthilfemassnahmen: Beiträge Nichtmitglieder ES zur Absatzförderung

Sehr geehrte Damen und Herren

Gemäss Verordnung über die Branchen- und Produzentenorganisationen (VBPO) können von Sortenorganisationen Selbsthilfemassnahmen beim Bundesrat beantragt werden. Die Sortenorganisation Emmentaler Switzerland (ES) erhob resp. erhebt gemäss dieser Verordnung in den Jahren 2002 bis 2021, sowie unmittelbar daran anschliessend (bis Ende 2025) bei den Emmentaler AOP herstellenden Nichtmitgliedern Beiträge zur Finanzierung von Selbsthilfemassnahmen (sog. «Produktebeitrag»). Der für die Mitglieder von ES relevante Produktebeitrag der Sortenorganisation beträgt mit Beschluss der Delegiertenversammlung (DV) vom 19. April 2018 ab 1. Mai 2018 CHF 0.75/kg. Für Nichtmitglieder beträgt der Produktebeitrag seit 1. Januar 2019 CHF 0.70. Das Gesuch der ES wurde vom Bundesrat am 24. November 2021 gutgeheissen.

Die ES beantragt hiermit dem Bundesrat, gemäss Beschluss der Delegiertenversammlung vom 29. April 2025 (siehe Beilage/Trakt. 5), die Weiterführung dieser Massnahmen sowie die Weitergabe der für den Vollzug der Massnahmen erforderlichen Daten ab dem 1. Januar 2026 bis am 31. Dezember 2029, damit die Wettbewerbsfähigkeit von ES-Mitgliedern gegenüber Nichtmitgliedern gewahrt bleibt.

1. Beschreibung und Tätigkeitsbereiche der ES

Die ES bezweckt gemäss den Statuten ES (siehe Beilage), den Emmentaler AOP als traditionelle Schweizer Käsespezialität zu erhalten und fördert die wirtschaftliche und qualitativ hochstehende Herstellung und Reifung sowie den Verkauf. Insbesondere sind ihr folgende Aufgaben übertragen:



- Schaffung von Leitideen für das Produkt Emmentaler AOP
- Festlegung und Umsetzung einer gemeinsamen Markenpolitik
- Durchführung des Herkunftsschutzes gemäss Landwirtschaftsgesetz
- Bestimmung der Qualitätsziele und Anforderungen
- Überwachung und Förderung der Qualität
- Öffentlichkeitsarbeit und gemeinsame Absatzförderung
- Treuhänderische Bewirtschaftung der Produktion Emmentaler AOP z. Hd. ihrer Mitglieder
- Unterstützung bei der Schaffung optimaler Strukturen und Verhaltensweisen der Beteiligten
- Mitwirken am Abschluss von standardisierten Käsekaufverträgen unter Zurverfügungstellung von Kalkulationshilfen.

Die ES vertritt die Interessen ihrer Mitglieder, d. h. der ihr angeschlossenen Milchproduzenten, Milchverarbeiter sowie Käsereifungs- und Handelsunternehmen, insbesondere bei der Ausgestaltung politischer, rechtlicher und wirtschaftlicher Rahmenbedingungen. Die ES koordiniert die Produktions- und Verkaufsmengen sowie die Verkaufs- und Preispolitik bis und mit Reifung.

2. Beantragte Selbsthilfemassnahmen

2.1 Unbefristete Verlängerung des erhöhten Sortenbeitrags zur Finanzierung von Selbsthilfemassnahmen bei Emmentaler AOP herstellenden Mitgliedern

Um die der ES übertragenen Aufgaben zu finanzieren, wird von den Mitgliedern ein Produktebeitrag erhoben. Neben den von der ES generierten Mitteln werden indirekt auch Bundesgelder für die Marketingmassnahmen zu Gunsten des Emmentalers AOP eingesetzt. Das Bundesgericht hat in seinem Urteil vom 22. März 2006 (2A.62/2005; und in einem weiteren Urteil im Jahr 2008, 2C_96/2008), die Beschwerde von zwei betroffenen Nichtmitgliedern gegen diese Selbsthilfemassnahmen abgelehnt und diese somit als rechtsgültig beurteilt. Die Rechtmässigkeit dieser Massnahmen ist bundesgerichtlich abgesichert.

Die von den ES Mitgliedern erhobenen Produktebeiträge belaufen sich seit 1. Mai 2018 auf CHF 0.75/kg. Die allgemeinverbindlichen Produktebeiträge, welche von den Nichtmitgliedern zu bezahlen sind, betragen seit dem 1. Januar 2019 CHF 0.70/kg, womit eine Differenz von CHF 0.05/kg besteht. Dieses Delta von CHF 0.05/kg wurde dabei als gerechtfertigt angesehen, kommen die Mitglieder doch in den Genuss zusätzlicher Leistungen, wie beispielsweise die Zurverfügungstellung der von ES gehaltenen Immaterialgüterrechte. Damit die Wettbewerbsfähigkeit von ES-Mitgliedern gegenüber Nichtmitgliedern jedoch gewahrt bleibt, war die Sortenorganisation und das faktisch genehmigende BLW stets bemüht, die Differenz der beiden Produktebeiträge (für Mitglieder und Nichtmitglieder) möglichst klein zu halten. Ein Unterschied von mehr als CHF 0.05/kg würde allenfalls einen Anreize zum Austritt aus der Sortenorganisation schaffen.

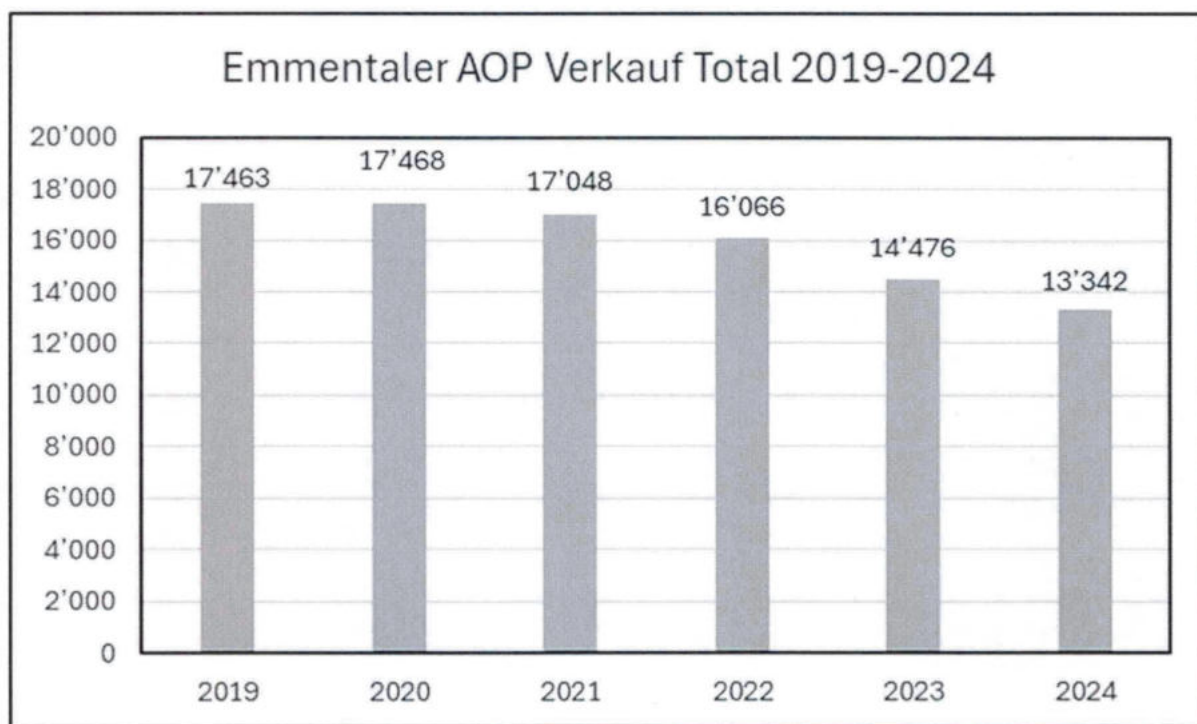
Die Delegierten, der ES genehmigten am 8. Juni 2021 mittels Zirkularbeschluss (siehe Beilage) mit folgender grosser Mehrheit (auf allen drei Stufen Milchproduzenten, Milchverarbeiter sowie Käsereifungs- und Handelsunternehmen), die Beiträge zur Finanzierung von

Selbsthilfemassnahmen bei Emmentaler AOP herstellenden Mitgliedern in der Höhe CHF 0.75/kg unbefristet zu verlängern:

	Ja	Nein	Enthaltung
Milchproduzenten	33	0	0
Käsehersteller	27	5	1
Reifung/Handel	28	5	0

Der beiliegende Auszug aus dem Protokoll/Ergebnisse des Zirkularbeschluss vom 8. Juni 2021 belegt die Zustimmung für die unbefristete Verlängerung des Sortenbeitrags von CHF 0.75/kg, für die Durchführung der geplanten Selbsthilfemassnahmen, für ES Mitglieder durch die Delegierten per Zirkulationsbeschluss.

Die Gründe für die unbefristete Verlängerung sind vielschichtig. Vordergründig ist, dass durch den gezielten Einsatz der zusätzlichen Mittel seit Mai 2018 (Erhöhung des Produktebeitrags von CHF 0.60 auf CHF 0.75) es gelungen ist, den Abwärtstrend zu stoppen und die Mengen zu halten. Seit der Corona Pandemie leiden die Absätze stark und weiterführende Mittel sind unerlässlich. Die nachfolgende Darstellung (siehe Beilage Geschäftsbericht 2024) bietet eine Übersicht über die Verkäufe von Emmentaler AOP der letzten Jahre:



Quelle TSM/Emmentaler Switzerland in Tonnen

Durch ihren mit grosser Mehrheit gefassten Entschluss haben die Delegierten der Sortenorganisation dabei kundgetan, dass sie die unbefristete Verlängerung des erhöhten Sortenbeitrags nicht nur als sinnvoll, sondern auch als tragbar erachten.

Die ES benötigt für die Weiterführung des eingeschlagenen Weges und zur Stärkung der Marke Emmentaler AOP diese Marketingmittel, welche gezielt für die Entwicklung und die Durchsetzung von neuen Angebotsformen und für Massnahmen am Verkaufspunkt eingesetzt werden. Dazu entschlossen sich die Delegierten von ES mit grosser Mehrheit, den Sortenbeitrag von CHF 0.75/kg Emmentaler AOP, welcher seit 1. Mai 2018 in Kraft ist, unbefristet zu verlängern.

2.2 Verlängerung der Beiträge zur Finanzierung von Selbsthilfemassnahmen bei Emmentaler AOP herstellenden Nichtmitgliedern

Die Delegierten der ES beschlossen am 29. April 2025 an der Delegiertenversammlung einstimmig (auf allen drei Stufen Milchproduzenten, Milchverarbeiter sowie Käsereifungs- und Handelsunternehmen), dem Bundesrat zu beantragen, die Beiträge zur Finanzierung von Selbsthilfemassnahmen bei Emmentaler AOP herstellenden Nichtmitgliedern in der Höhe von zurzeit maximal CHF 0.70/kg gemäss, Verordnung über die Ausdehnung der Selbsthilfemassnahmen von Sorten- und Produzentenorganisationen, bis Ende 2029 zu verlängern (der beiliegende Auszug aus dem Protokoll/Ergebnisse Trakt. 5, der Delegierten vom 29. April 2025, belegt die Zustimmung für die Verlängerung der Selbsthilfemassnahmen durch die Delegierten):

	Ja	Nein	Enthaltung
Milchproduzenten	32	0	0
Käsehersteller	32	0	0
Reifung/Handel	27	0	0

Die Sortenorganisation ist sich einig:

Damit die Wettbewerbsfähigkeit von ES-Mitgliedern gegenüber Nichtmitgliedern gewahrt bleibt, ist die Verlängerung der Beitragspflicht für Selbsthilfemassnahmen für Nichtmitglieder der ES beizubehalten. Ohne die Beitragspflicht für Selbsthilfemassnahmen von CHF 0.70 pro Kilogramm Emmentaler AOP würde die Wettbewerbsfähigkeit von ES-Mitgliedern gegenüber Nichtmitgliedern stark einschränken und die Branchensolidarität sowie die bewährte Mengensteuerung gefährden. Wie allgemein bekannt ist, hat sich indessen das System der Mengensteuerung klar positiv auf die Wertschöpfung ausgewirkt. Die Wertschöpfung konnte verbessert werden.

Die Delegierten von Emmentaler Switzerland haben entsprechend an der DV 2025 einstimmig beschlossen, dem BLW das vorliegende Gesuch, um Verlängerung der Beitragspflicht für Selbsthilfemassnahmen für Nichtmitglieder, bis am 31. Dezember 2029 einzureichen.

2.3 Weitergabe zusätzlicher Daten an die ES

Vorgehen von Nichtmitgliedern, welche versuchen, die der ES geschuldeten Beiträge durch Nichteinhaltung einer wahrheitsgetreuen Deklaration der Produkte resp. durch eine Falschdeklaration zu umgehen, bedingen, dass die ES über die relevanten Daten verfügen muss.

Wir beantragen hiermit, uns auch nach der Weiterführung des Beitrages, die in der Verordnung über

die Branchen- und Produzentenorganisationen (Anhang 213 C) aufgeführten Daten weiterhin zukommen zu lassen:

- Die Adressen der Hersteller und falls vorhanden der Affineure
- Die hergestellte Menge Emmentaler AOP (Grüngewicht) und Anzahl Laibe
- Die zu Emmentaler AOP verarbeitete Milchmenge
- Die hergestellte Menge «übrige Hartkäse vollfett» und Anzahl Laibe
- Die zu «übrige Hartkäse vollfett» mit einem Laibgewicht von mehr als 70 Kilogramm verarbeitete Milchmenge
- Die hergestellte Menge «Hartkäse Schmelzrohware vollfett» mit einem Laibgewicht von mehr als 70 Kilogramm (Grüngewicht) und Anzahl Laibe
- Die zu «Hartkäse Schmelzrohware vollfett» mit einem Laibgewicht von mehr als 70 Kilogramm verarbeitete Milchmenge.

3. Begründung zum Gesuch, um die Weiterführung der Beiträge Selbsthilfemassnahmen

3.1 Beschreibung der Selbsthilfemassnahmen und deren Ziele

Die ES bezweckt gemäss Statuten ES, den Emmentaler AOP als traditionelle Schweizer Käsespezialität zu erhalten und fördert die wirtschaftliche und qualitativ hochstehende Herstellung und Reifung sowie den Verkauf. Insbesondere sind ihr folgende Aufgaben übertragen:

- Marketing und Kommunikation
- Festlegung und Umsetzung der Markenpolitik
- Öffentlichkeitsarbeit und Absatzförderung

Webseite, Social Media und Online

Die Inhalte der Webseite «emmentaler.ch», sowie der Facebook und Instagram Profile, wurden kontinuierlich aktualisiert und optimiert, um gemäss den Grundsätzen der integrierten Kommunikation (360 Grad) einen hohen Wiedererkennungseffekt auf allen Kommunikationskanälen zu gewährleisten. In unserer mehrsprachigen Schweiz erfordern diese Anpassungen auch die Übersetzung der Texte. Zudem wurde die neue Brandkampagne mit dem Slogan «SHARE A PIECE OF YOU» auf allen Kanälen fortgeführt, die zur Steigerung der Markenbekanntheit beiträgt.

Messen, Sampling und Degustationen

Um den Konsumentinnen und Konsumenten die Möglichkeit zu bieten, den Emmentaler AOP hautnah zu erleben und zu geniessen, sind Auftritte bei Messen und Degustationen von grosser Bedeutung. Diese Veranstaltungen stärken nicht nur die Positionierung des Produkts, sondern ermöglichen auch einen direkten Austausch mit den Konsumentinnen und Konsumenten. Dabei können deren Bedürfnisse erfasst und die Sortimentsvielfalt des Emmentaler AOP präsentiert werden. Während der «Milde» oft bereits bekannt ist, bieten Messen, Degustationen und Sampling-Aktionen die Gelegenheit, die besonderen Eigenschaften der reiferen Varianten vorzustellen und zur Verkostung anzubieten. Dies fördert ein umfassenderes Verständnis und eine gesteigerte Wertschätzung für die unterschiedlichen Reifegrade des Emmentaler AOP.

Markenkampagne TV

Die durchgeführte Markenkampagne hat massgeblich zur Förderung der Bekanntheit und zur Stärkung der Positionierung von Emmentaler AOP in der gesamten Schweiz beigetragen. Durch gezielte Marketingmassnahmen und umfassende Strategien konnten die Werte von Emmentaler AOP transportiert und das Bewusstsein der Konsumentinnen und Konsumenten für diesen Schweizer Naturkäse gesteigert werden.

Eingesetzte Mittel der Nichtmitglieder

Begünstigter resp. Debitor	Betrifft	Belastung
Zimmermann communications	Website Zusatzwende Nov. + Dez. 2023 (bez. 2024)	CHF 4'411.39
Goldbach Media AG, Küsnacht	TV, RTL, RTL2, Vox-1Welle, SAPOY	CHF 10'776.82
Goldbach Media AG, Küsnacht	TV-Kabel, Pro7, SAT1, 1.Welle SAPOY	CHF 14'786.27
Admeira AG, Zürich	TV 1. Welle, SAPOY	CHF 29'232.75
System 1 Research Sarl	System 1 Research	CHF 21'403.80
Mediaschneider AG, Zürich	Online Programmatic DV360	CHF 24'136.80
Admeira AG, Zürich	TV 2. Welle, SAPOY 01.05.-31.05.2024	CHF 23'201.15
Admeira AG, Zürich	TV 1. Welle, SAPOY 01.04.-30.04.2024	CHF 22'884.40
Mediaschneider AG, Zürich	Programmatic SAPOY 01.05.-31.05.2024	CHF 16'648.70
Goldbach Media AG, Küsnacht	TV 2. Welle, SAPOY 01.05.-31.05.2024	CHF 16'789.94
Goldbach Media AG, Küsnacht	TV 2. Welle, SAPOY 01.05.-31.05.2024	CHF 8'663.65
Admeira AG, Zürich	TV 2. Welle, SAPOY 01.06.-30.06.2024	CHF 29'380.65
Switzerland Cheese Marketing AG	BEA 2024 - Stand SCM	CHF 40'161.15
Goldbach Media AG, Küsnacht	TV 3. Welle SAPOY	CHF 13'648.77
Admeira AG, Zürich	TV 3. Welle SAPOY, 1.10.-31.10.2024	CHF 57'542.45
Goldbach Media AG, Küsnacht	TV 3. Welle SAPOY, 1.10.-31.10.2024	CHF 18'042.78
Goldbach Media AG, Küsnacht	TV 3. Welle SAPOY, 1.10.-31.10.2025	CHF 12'053.19
Pixelfarm Grafikdesign, Bern	Betreuungsaufwände	CHF 27'025.00
Pixelfarm Grafikdesign, Bern	Ad Spend Social Media	CHF 6'486.00
CHILD The Agency GmbH	Musik für Imagevideo TV	CHF 5'405.00
CHILD The Agency GmbH	Entwicklung und Umsetzung "Tag-On" TV	CHF 16'755.50
		CHF 419'436.16

3.2 Begründung der Beibehaltung der Selbsthilfemassnahmen

Um die der ES übertragenen Aufgaben zu finanzieren, wird von den Mitgliedern ein Produktebeitrag erhoben. Ohne diesen Beitrag kann die ES ihre Kernaufgaben nicht wahrnehmen. Die weitere Einforderung der erhöhten Beiträge zur Finanzierung von Selbsthilfemassnahmen bei Emmentaler AOP herstellenden Nichtmitgliedern sind aus folgenden Gründen notwendig:

- Der Produktebeitrag der Mitglieder beträgt CHF 0.75/kg.
- Die Möglichkeit, ohne den Selbsthilfebeitrag von CHF 0.70/kg ausserhalb der ES Emmentaler AOP herzustellen zu können, würde die erreichte Solidarität unter den Mitgliedern sprengen. Diese Erfahrung musste die ES bekanntlich leider bereits mehrfach machen. So zeigte sich einerseits in den Jahren 2003 bis April 2009, dass die Senkung des allgemeinverbindlichen Produktebeitrages genügend Austritte von Mitgliedern zur Folge hatte, um auch die Selbsthilfemassnahmen innerhalb der ES zu gefährden, respektive sogar teilweise auszuhebeln. So musste die ES damals den Produktebeitrag auch für Mitglieder substanziell senken, um die eigenen Mitglieder gegenüber den Aussenseitern, die von den Marketingmassnahmen ebenfalls profitierten, nicht übermässig zu benachteiligen.
- Durch die Erfahrungen der vergangenen Jahre ist im vorliegenden Fall nicht bloss eine «potenzielle Gefährdung» durch Trittbrettfahrer, sondern vielmehr eine bewiesene

Gefährdung für die Emmentaler AOP-Branche gegeben. Sind die Selbsthilfemassnahmen in ihrer Höhe für Nichtmitglieder nicht angeglichen, wird dies (genauso wie in der Vergangenheit) ohne Zweifel zu neuerlichen Austritten führen. Diese Aussenseiter wiederum – auch das zeigen die Mechanismen der letzten Jahre unmissverständlich – führen zu einem Ungleichgewicht: Sind die Selbsthilfemassnahme des Produktebeitrages nur für Mitglieder, werden Letztere gegenüber den Aussenseitern zu stark benachteiligt und eingeschränkt. Folge davon ist, dass sich der für die Aufgaben der ES zentrale Produktebeitrag von CHF 0.75/kg nicht halten können. Die beantragte Verlängerung ist damit notwendig, um die entsprechenden Selbsthilfemassnahmen nicht effektiv zu gefährden.

4. Repräsentativität der Organisation

4.1 Quantitative Repräsentativität

Der Organisationsgrad der ES liegt bei ca. 98 %, wobei die Aufteilung nach den einzelnen Gruppen (Stand 1. Mai 2025) wie folgt aussieht:

a. Käsehersteller

	Anzahl	Prozent
- Mitglieder	76	98.70
- Nichtmitglieder	1	1.30
Total	77	100.0

Das Verhältnis der Referenzmenge innerhalb ES zu der am 1. Mai 2015 ausgetretenen Käserei Bazenheid beträgt 100 : 0.7.

b. Käsereigenossenschaften

	Anzahl
- Mitglieder ES	87 1)
- Nichtmitglieder	1 2)

1) Gemäss Statuten der ES können natürliche und juristische Personen Mitglied der ES sein, die in der Produktion von Milch (Milchproduzenten) tätig sind. Dabei wird davon ausgegangen, dass bei den Milchproduzenten deren Genossenschaften und nur ausnahmsweise sie selbst Mitglied der ES sind. Pro Produktionsbetrieb (Käserei) ist jeweils eine Genossenschaft – welche Milch in die betreffende Käserei liefert – Mitglied der ES. Wird zusätzliche Milch aus anderen Genossenschaften in dieselbe Käserei geliefert, sind diese in der Zertifizierungsvereinbarung mit der OIC enthalten.

2) Seit 1. Mai 2015 wird in einer Käserei ([REDACTED]) Emmentaler AOP hergestellt, welche die ES-Mitgliedschaft per 30. April 2015 gekündigt hatte. Wir gehen davon aus, dass von dieser Käserei eine Käsereigenossenschaft als Nichtmitglied betroffen ist. Somit wäre das Verhältnis der Mitglieder- zu Nichtmitglieder-

Käsereigenossenschaften 87 zu 1.

c. Käsehandel

	Anzahl
- Mitglieder ES	19 3)
- Nichtmitglieder	1 4)

- 3) Gemäss Reglement ES, Artikel 7, Absatz 5, dürfen Käsehersteller die Emmentaler-Produktion nur an Handelsfirmen, die Mitglied der ES sind, verkaufen oder als Ortsreserve verwenden. Somit wird 100 % der Emmentaler AOP, welche von unseren Mitgliedern hergestellt werden, durch diese 19 Handelsfirmen vertrieben.
- 4) Am 1. Mai 2025 wurde in einer Käserei Emmentaler AOP hergestellt, welche nicht Mitglied der ES ist. Die [REDACTED] hat mit der OIC eine Zertifizierungsvereinbarung als Handelsfirma unterzeichnet. Somit ist das Verhältnis der Mitglieder- zu Nichtmitglieder-Käsehandelsfirmen per 1. Mai 2025 insgesamt 19 zu 1.

d. Produktionsmengen Emmentaler AOP

	Tonnen	%
- Mitglieder ES	11'016	95.77
- Nichtmitglieder	486	4.23

4.2 Delegierte der ES

Die Delegierten der ES werden von den einzelnen Gruppierungen (Milchproduzenten, Käsehersteller sowie Käsereifungs- und Handelsunternehmen) gestellt. Die Sortensektion Emmentaler Milchproduzenten SEM melden die Delegierten der Gruppe Milchproduzenten, die IG Emmentaler Käser diejenigen der Gruppe Käsehersteller. Jedes Käsereifungs- und Handelsunternehmen bestimmt seine Delegierten selbst. Den beigelegten Auflistungen entnehmen Sie die detaillierten Angaben zu den jeweiligen Delegierten per Ende April 2025.

4.3 Beschluss der Delegiertenversammlung

Die Delegierten haben an der Delegiertenversammlung von Emmentaler Switzerland vom 29. April 2025 in allen drei Gruppierungen einstimmig (bei insgesamt 91 Ja-Stimmen) beschlossen, dass beim Bundesamt für Landwirtschaft ein Begehren, um Verlängerung der Selbsthilfemassnahmen bis 31. Dezember 2029, einzureichen ist. Ziel des Begehrens ist die Ermächtigung der ES, Beiträge in der Höhe von CHF 0.70 je Kilogramm produziertem Emmentaler AOP von Nichtmitgliedern einzuziehen.

5. Umsetzung der Massnahme

5.1 Einforderungsverfahren der Beiträge

Als Grundlage für die Erhebung der Beiträge dient die, von der TSM gemeldete Menge Emmentaler AOP. Die Einforderung der Beträge erfolgt über monatliche Fakturierungen durch

die ES bei den von der TSM gemeldeten Käseherstellern.

Die ES fordert bei ihren Mitgliedern die Beträge wie folgt ein: Der Käsehersteller schuldet der ES den Produktebeitrag von CHF 0.75 je Kilogramm produziertem Emmentaler AOP. Das Inkasso erfolgt über den Verkauf der Käsereimarkte an die einzelnen Käsehersteller.

5.2 Beschreibung des Mitteleinsatzes

Der erhobene Beitrag wird für Massnahmen im Bereich Consumer-Marketing und Kommunikation, insbesondere für Werbung, Public Relations, Messen und Ausstellungen gemäss Anhang 2 D VBPO, eingesetzt. Der Mitteleinsatz wird jährlich mit dem Bericht über die Durchführung und Wirkung der Massnahmen belegt.

5.3 Beschreibung zur Berücksichtigung der Direktverkäufe

Gemäss VBPO, 1. Abschnitt: Selbsthilfemassnahmen, Art. 1, Abs. 4, sind Erzeugnisse, die von den Produzenten direkt an den Endverbraucher für dessen Haushalt verkauft werden, den Selbsthilfemassnahmen nicht unterworfen. Die betreffenden Produzenten werden mit folgendem Vermerk auf der Rechnungsstellung darauf aufmerksam gemacht:

«Produzenten, die den produzierten Emmentaler direkt an den Endverbraucher für dessen Haushalt vermarkten und die direkt abgesetzte Menge belegen können, können diese Beiträge bei der Geschäftsstelle ES zurückfordern».

Sollten Sie weitere Unterlagen oder Informationen benötigen oder Fragen haben, stehen wir Ihnen selbstverständlich gerne zur Verfügung.

Wir bedanken uns für die wohlwollende Prüfung und Gutheissung des vorliegenden Gesuchs.

Freundliche Grüsse



Urs Schluechter
Direktor



Werner Gerber
Kaufmännischer Leiter

Beilagen:

- Statuten
- Zirkularbeschluss vom 8. Juni 2021
- Geschäftsbericht Jahr 2024
- Protokollauszug vom 29. April 2025
- Auflistung der Delegierten
- Abrechnung Nichtmitglieder
- Antrag Verlängerung Gesuch

STATUTEN EMMENTALER SWITZERLAND

Fassung vom 8. Juni 2021 Art. 2 Zweck, Zweck, Mängeln

IV. Mitgliedschaft

4	Art. 3	Mitglieder
4	Art. 4	Aufnahme und Annahme
4	Art. 5	Verlust der Mitgliedschaft
4	Art. 6	Haltung

V. Organisation

5	Art. 7	Organe
5	Art. 8	Mitgliederversammlung
5	Art. 9	Delegiertenversammlung – Zusammensetzung
6	Art. 10	Delegiertenversammlung – Erziehung
6	Art. 11	Delegiertenversammlung – Geschäftsbereich
7	Art. 12	Delegiertenversammlung – Befugnisse
7	Art. 13	Zirkularbeschlüsse
7	Art. 14	Vorstand – Zusammensetzung
8	Art. 15	Vorstand – Befugnisse
8	Art. 16	Vorstand – Befugnisse
8	Art. 17	Beschäftigte – Befugnisse
8	Art. 18	Zeichnungsberechtigung
9	Art. 19	Rechtsmittel

VI. Finanzen

9	Art. 20	Finanzierung
---	---------	--------------

VII. Klärungsvorgänge

9	Art. 21	Standardisierte Klärungsvorgänge
---	---------	----------------------------------

VIII. Übergangsbestimmungen

10	Art. 22	Statutenänderungen
10	Art. 23	Aufhebung und Liquidation
10	Art. 24	Zerfallensfall
11	Art. 25	Geschäftsverteilung
11	Art. 26	Schlussbestimmungen



Delegiertenversammlung

Ergebnis Zirkularbeschluss gemäss Art. 13 der Statuten

Protokoll Zirkularbeschluss DV 2021 vom Juni 2021

Aufgrund der anhaltenden Coronavirus-Situation musste Emmentaler Switzerland auch in diesem Jahr auf die physische Durchführung der Delegiertenversammlung 2021 verzichten und legte dem Vorstand sowie den Delegierten die statutarisch dringenden Geschäfte deshalb auf dem Zirkularweg zum Beschluss vor.

Abgabedatum Dienstag, 8. Juni 2021

Präsident	Meyer Daniel Alain (ohne Stimmrecht)	
Vorstand	Aeschlimann Walter	Pittet Pierre-André
	Baumgartner Christof	Räz Christoph
	Gygax Jacques	Wyss Fritz
	Hardegger Josef	Wyss Josef
	Liechti Markus	Zemp Adrian
	Mathier Michael	Zemp Roman

Protokoll Miesch Regina

Delegierte

Milchproduzenten	Bachmann Thomas	Kurmann Thomas
	Berner Markus	Leuenberger Thomas
	Bernhard Andres	Münger Stefan
	Bisang Ferdi	Oswald Heinz
	Brägger Pius	Rey Markus
	Brühlmann Christof	Rohrbach Beat
	Burkhardt Reto	Ruchti Urs
	Etter Daniel	Rufer Beatrice
	Furrer Pirmin	Schöni Jörg
	Gisler Markus	Stalder Armin
	Jenni Urs	Steiger Franz
	Jung Alois	Studer Franz
	Keller Hans	Thomann Simon
	Kipfer Martin	Vetterli Urs
	Kupferschmied Adrian	Wiedmer Martin

Käsehersteller Baumgartner Fritz
Beer Jakob
Birrer Anton
Camenzind Daniel
Gerber Christian
Gübeli Toni
Haldner Stefan
Hodel Adrian
Hodel Toni
Hofer Thomas
Kämpfer Urs
Kaufmann Toni
Keusen Stefan
Lang Walter
Leuenberger Markus

Lustenberger Elmar
Müller Manuel
Renggli Franz
Röthlisberger Peter
Rytz Marcel
Schenk Alfred
Siegenthaler Jakob
Sonderegger Jan
Stalder Daniel
Studerus Ruedi
Thierstein Thomas
Wick Michael
Wüthrich Urs
Zbinden Theo
Züger Marcel

Handel 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
Michel Christian
Milka Käse AG
Mooser Chäsi GmbH
Spirit Market GmbH

Wüthrich Jürg
Hinder Urban
Wegmüller Andreas
Beer Ueli/Lukas Schneeberger
Sahli Roland
Hardegger Josef
Wey Leonhard
Robbiani Sarah
Neuenschwander Thomas und Marc
Gander Simon
Michel Christian jr.
Mathier Michael
Egger Peter
Vogt Thomas

Beschlussfassung Beschlussfassung bei Zirkularbeschlüssen:

Der Vorstand und die Delegierten fassen ihre Beschlüsse auf dem Zirkularweg mit einfachem Mehr gemäss Statuten Art. 13.

Anzahl Stimmen Zirkularbeschluss

	inkl. VS	ohne VS
Stimmenverhältnis Milchproduzenten	<u>34</u>	<u>30</u>
Käsehersteller	<u>34</u>	<u>30</u>
Handelsfirmen	<u>34</u>	<u>30</u>
<u>Total Teilnehmer</u>	<u>102</u>	<u>90</u>
Einfaches Mehr der Stimmen	<u>52</u>	<u>46</u>

- Traktanden
1. Protokoll Zirkularbeschluss DV 2020 vom April 2020 (Beilage)
 2. Genehmigungen
 - 2.1 Geschäftsbericht 2020 (Beilage)
 - 2.2 Jahresrechnung und Revisionsbericht 2020 (Beilage)
 - 2.3 Entlastung des Vorstands (Beilage)
 3. Antrag Statutenanpassung Art. 24, Abs. 3 (Beilage)
 4. Antrag unbefristete Verlängerung des erhöhten Sortenbeitrags (Beilage)
 5. Gesuch um Verlängerung Selbsthilfebeitrag für Nichtmitglieder (Beilage)
 6. Wahlen
 - 6.1 Erneuerung der Revisionsstelle (Beilage)
 - 6.2 Ersatzwahlen Vertreter des Vorstandes Gruppe Reifung/Handel (Beilage)
 - 6.3 Gesamterneuerungswahlen 2021 – 2025 Vorstand inklusive Präsident (Beilage)

4. Antrag unbefristete Verlängerung des erhöhten Sortenbeitrags

Antrag für unbefristete Verlängerung des erhöhten Sortenbeitrags gemäss Beilage zu Traktandum 4.

Beschlussfassung Einfaches Mehr gemäss Art. 13 der Statuten.

Antrag Die bis 30. April 2022 befristete Erhöhung des Sortenbeitrags wird auf unbefristete Zeit verlängert. Die Verlängerung der Allgemeinverbindlichkeit der Selbsthilfemassnahmen für Nichtmitglieder von CHF 0.70/kg wird beim BLW mittels Gesuchs beantragt.

Beschluss	Ja	Nein	Enthaltung	Keine Stimmabgabe
Milchproduzenten	33			1
Käsehersteller	27	5	1	1
Reifung/Handel	28	5		1

5. Gesuch um Verlängerung Selbsthilfebeitrag für Nichtmitglieder

Gemäss der Verordnung über die Ausdehnung der Selbsthilfemassnahmen von Branchen- und Produzentenorganisationen (VBPO SR 919.117.72), Abschnitt D, Ziffer 4, gilt die Beitragspflicht für Nichtmitglieder von Emmentaler Switzerland von 70 Rappen je Kilogramm produziertem Emmentaler AOP bis zum 31. Dezember 2021. Soll die Verlängerung der Beitragspflicht für Nichtmitglieder von Emmentaler Switzerland beim Bundesrat (Bundesamt für Landwirtschaft BLW) beantragt werden, ist die Zustimmung der Delegiertenversammlung ES notwendig.

Beschlussfassung Einfaches Mehr gemäss Art. 13 der Statuten.

Antrag Die Delegiertenversammlung ES beschliesst, dass Emmentaler Switzerland beim Bundesrat (Bundesamt für Landwirtschaft BLW) ein Begehren um Weiterführung des Beitrags für Nichtmitglieder von CHF 0.70/kg Emmentaler AOP ab Produktion 1. Januar 2022 bis 31. Dezember 2025 stellt.

Beschluss	Ja	Nein	Enthaltung	Keine Stimmabgabe
Milchproduzenten	33			1
Käsehersteller	32	1		1
Reifung/Handel	31	2		1

7. Verschiedenes

DV 2022

Die nächste ordentliche Delegiertenversammlung findet statt am:

Dienstag, 12. April 2022 in der Kartause Ittingen, Warth/TG

Wir bitten Sie, sich den Termin heute schon einzutragen. Besten Dank.

Emmentaler Switzerland
Geschäftsbericht

2024



EMMENTALER
SWITZERLAND

INHALT

Emmentaler Switzerland **Geschäftsbericht 2024**

1	BERICHT DES PRÄSIDENTEN
2	BERICHT DER DIREKTION
3	MARKETING DER LÄNDER
4	QUALITÄT & TECHNIK
5	ORGANISATION, SORTIMENT, KÄSEREIEN



Der diesjährige Geschäftsbericht von Emmentaler Switzerland wird wie im letzten Jahr digital als PDF für Sie bereitgestellt.

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

→ [ZUR DRUCKVERSION](#)

BERICHT DES PRÄSIDENTEN

12

12



Fokus auf Mengensteuerung und Wertschöpfung



DANIEL ALAIN MEYER,
PRÄSIDENT EMMENTALER SWITZERLAND

Das Geschäftsjahr 2024 war für Emmentaler AOP rückblickend ein Jahr mit vielen Herausforderungen, welchen die Sortenorganisation Emmentaler Switzerland mit grossem, marktfokussiertem Engagement entgegengetreten ist.

Konsequente Ausrichtung der Produktionsmengen auf die Absatzpotenziale

Einerseits hat eine strikte Mengenausrichtung auf die Bedürfnisse unserer Absatzmärkte dazu geführt, dass die Freigaben für unsere Käsereien restriktiv und damit auch sehr einschneidend waren, andererseits hat dieses konsequente Mengenmanagement dazu geführt, dass sich die

Reifelager per Ende 2024 auf einem marktorientierten Niveau eingependelt haben und somit die Gefahr von preisdrückenden Überlagern verhindert werden konnte. Trotz einem preislich sehr aggressiven Konkurrenzumfeld im Grosslochkäsebereich konnte damit das Preisniveau für die verarbeitete Milch und die Käseproduktion gehalten werden. Eine konsequente Mengensteuerung hat sich einmal mehr als wichtigster Garant für stabile Preise erwiesen.

Sehr unterschiedliche Entwicklung der Absatzmärkte in einem insgesamt harten Marktumfeld

Sehr grosse Herausforderungen, aber auch erfreuliche Lichtblicke hat Emmentaler AOP auf den Absatzmärkten im Jahr 2024 erfahren. Der für Emmentaler AOP mit Abstand wichtigste Exportmarkt Italien hat 2024 einen in diesem Ausmass nicht erwarteten Absatzeinbruch erlitten. Ein für die italienischen Konsument:innen schwieriger Mix aus inflationsbedingtem Kaufkraftverlust und wechselkursbedingten Preissteigerungen hat zu einer Kaufabwanderung zu günstigeren ausländischen Kopien von Emmentaler AOP geführt. Dieser massive Einbruch konnte von den anderen Märkten nicht kompensiert werden, auch wenn Emmentaler AOP erfreulicherweise in der Schweiz, aber auch in Märkten wie den USA und weiteren kleineren Ländern für 2024 steigende Absatzzahlen vermelden kann.

Steigende Preisdifferenz von Schweizer Emmentaler AOP im Vergleich zu ausländischen Grosslochkäsen

Während sich das Preisniveau von Emmentaler

AOP für die Konsument:innen in der Schweiz mehrheitlich stabil entwickelt hat, führen grösser werdende Preisdifferenzen von Emmentaler AOP im Vergleich zu den deutlich günstigeren und reichlich vorhandenen ausländischen Kopien von Grosslochkäsen dazu, dass Emmentaler AOP zunehmend zu einer hochqualitativen und geschätzten Käsespezialität für ein kleineres, aber kaufkräftiges Publikum auf den ausländischen Märkten wird. Es ist davon auszugehen, dass sich dieser Trend fortsetzen wird.

Der Wertschöpfung Sorge tragen und damit die Produktion von hochwertiger silofreier Milch sichern

Auch wenn die Folgen dieses Trends insgesamt negativ für die Volumenentwicklung von Emmentaler AOP sind, kann damit die Wertschöpfung bei der Käseproduktion und somit auch bei der Milch gehalten werden, was für die Versorgung unserer Käsereien mit hochwertiger silofreier Milch von grosser Bedeutung ist. Der aktuelle A-Richtpreis

„
EINE KONSEQUENTE
MENGENSTEUERUNG
HAT SICH EINMAL MEHR
ALS GARANT FÜR DIE
SICHERUNG EINER
NOTWENDIGEN
WERTSCHÖPFUNG
ERWIESEN.

für Molkereimilch stellt diesbezüglich für die Verfügbarkeit von silofreier Käsereimilch für die Emmentaler AOP Käsereien eine Herausforderung dar, der nur durch die Sicherung einer anhaltend hohen Wertschöpfung bei der Veredelung von Milch zu Emmentaler AOP begegnet werden kann.

Danke für Zusammenhalt und Engagement

Der Zusammenhalt der Branche, der sich nicht zuletzt durch eine von allen getragene Mengensteuerung auszeichnet, und ein hohes Engagement von unseren Milchproduzenten und Käsereien für die Qualität unseres Emmentaler AOP sowie von den Käsehändlern auf der Absatzseite verdienen an dieser Stelle meinen Dank. Danken möchte ich aber auch unserer Geschäftsstelle und unseren Kolleg:innen in den SCM-Absatzmärkten, welche sich mit viel Herzblut und Einsatz tagtäglich für unseren Emmentaler AOP einsetzen: Ihnen allen ein herzliches Merci für Ihre motivierte und motivierende Arbeit! ◀



BERICHT DER DIREKTION



Schritt für Schritt beharrlich mit dem Original EAOP arbeiten

Markt

Mit fast 60 % ist der Export von Emmentaler AOP äusserst wichtig und massgebend für den Gesamterfolg. Doch leider belasten uns der Wechselkurs und der Kaufkraftverlust in verschiedenen europäischen Ländern immer noch schwer. Ausländische Kopien von Emmentaler AOP gibt es mittlerweile zum halben Preis des Originals zu kaufen. Die grössten Einbrüche erlebten wir im Hauptexportmarkt Italien, aber auch Frankreich und Deutschland haben weniger Emmentaler AOP verkauft, während Benelux ihre Stellung verteidigen konnten und leicht mehr als 2023 absetzten.

Um Europa als Schwergewicht im Export etwas zu entlasten, haben wir 2024 intensive Grundlagenarbeit in den USA geleistet und konnten so den Markt gegenüber dem Vorjahr stabilisieren. Wir sind überzeugt davon, dass wir damit die Grundlage für zukünftiges Wachstum gelegt haben – im Moment noch auf kleinem Niveau, aber steter Tropfen höhlt den Stein.

In der Schweiz dürfen wir seit längerer Zeit wieder ein erfreuliches Jahr verzeichnen. Mit über 4 % Wachstum konnten wir den Umsatzeinbruch im Ausland nicht kompensieren, aber seit November 2024 ist die Schweiz wieder der grösste Markt für Emmentaler AOP.

Verfügbarkeit

Seit Mitte 2023 und sehr konsequent im Jahr 2024 wurde der Lagerabbau, den der Vorstand beschlossen hatte, aktiv vorangetrieben und von den EAOP-Händlern unterstützt. Als Resultat der tiefen Freigaben, des Lagerabbaus und der Unterstützung des CH-Handels – mit dem Bekenntnis



**URS SCHLUECHTER,
DIREKTOR EMMENTALER SWITZERLAND**

zu CH-Käse – konnte eine gewisse Preisstabilität im Markt herbeigeführt werden. Der Warenausgleich funktioniert und die Wertschöpfung über die gesamte Supply Chain (Wertschöpfungskette) ist gegeben. Der 2024 eingeschlagene Kurs sollte auch in den kommenden Monaten strikte weiterverfolgt werden.

Neuheiten

Neuheiten bescheren uns sicherlich nicht auf Anhieb die grossen Volumen, aber es ist wichtig, dass der Emmentaler AOP bei (potenziellen) Konsument:innen wieder wahrgenommen wird. Mit hauchdünnen Scheiben bieten wir neu auch

Emmentaler AOP in einer Form an, wie dies Teile unserer ausländischen Mitbewerber schon lange machen. Mit dem Chäs-Griller haben wir eine Alternative und/oder Ergänzung zu klassischem Fleischgrillgut geschaffen und mit den Chäs-Knöpfen kann der Emmentaler AOP in Kombination mit einem Hefengebäck auch im Brotregal angeboten werden – eine optimale Plattform ausserhalb des Käseregals, aber an stark frequentiertem Ort im Laden.

Visibilität

Mit der Kampagne «SHARE A PIECE OF YOU», welche seit 2023 den Auftritt von Emmentaler AOP prägt, war man auch 2024 erfolgreich unterwegs und der eingeschlagene Weg wird uns ebenso in den kommenden Jahren begleiten. Verschiedene Parameter der Kommunikation werden kontinuierlich gemessen, um die Basiswerbung bei den bestehenden und potenziellen Konsument:innen weiter anzupassen. Folgende Ereignisse, Kommunikationen und Auftritte waren besonders erfolgreich und bringen den Emmentaler AOP wieder vermehrt ins Bewusstsein der CH-Bevölkerung:

- Starke TV-Kampagne im November direkt vor der «Tagesschau» um 19.30 Uhr auf SRF1
- Permanente Beiträge auf Social Media (Facebook, Instagram, LinkedIn)
- 2. Austragung des EAOP-Tages – konzentriert in Affoltern i.E. zusammen mit der Schaukäserei
- Emmentaler AOP-Rollen mit viel Sportprominenz (hohes Medieninteresse)
- Auftritt/Präsenz an zahlreichen Messen wie: BEA, OLMA, Sial, Cheese Berlin, Fancy Food Show in New York oder Internationale Grüne Wochen in Berlin
- Zahlreiche Preisträger:innen an den Swiss Cheese Awards in Lugano
- Zahlreiche Preisträger:innen an den World Cheese Awards in Viseu (Portugal)
- Positive Beiträge im Radio (z.B. Radio Central, «Milchkafi»)

Markenbotschafter

Mit unserem langjährigen Markenbotschafter Matthias Sempach (Milchproduzent für Emmentaler AOP und Schwingerkönig), Zoe Torinesi (Rezeptbuchautorin und Moderatorin) und neu seit Mitte 2024 mit Nickless (Musiker und Millennial) haben



wir drei Personen als Markenbotschafter, die unsere Zielgruppen Millennials+, junge Familien, urbane Leute und Käseliebhaber:innen perfekt ansprechen und denen sie direkt die Vorzüge von Emmentaler AOP kommunizieren können.

Diese drei Personen sind aber nicht die einzigen Botschafter:innen: Sie alle, die diese Zeilen lesen, gehören auch dazu. Wir zählen auf Sie, wir brauchen glaubwürdige Emmentaler AOP-Liebhaber:innen, die ihre Leidenschaft, Passion und Hingabe fürs Produkt weitererzählen und die Geschichte dieses Kulturgutes in ihrem Freundes- und Bekanntenkreis weitertragen, denn es gibt nur einen Original Emmentaler AOP!

Qualität/Markenschutz

Aktuell sind noch zwei Anträge aus der DV vom Juni 2022 hängig. Die Zulassung des Heublumpens zur Verbesserung des Lochansatzes steht aktuell noch aus, Emmentaler Switzerland wartet auf den Entscheid des Bundesverwaltungsgerichts, da der negative Entscheid des Bundesamtes für Landwirtschaft seitens Emmentaler Switzerland angefochten wurde. Auch liegt aktuell noch kein Entscheid über die «Verlängerung der Verarbeitungsfrist von 24 Std. auf 29 Std.» vor.

Bezüglich Markenschutz arbeiten wir an der Ausdehnung des schweizerischen Schutzes von Emmentaler AOP (in Alleinstellung) über die Genfer Akte zum Lissaboner Ursprungsabkommen, dabei stützen wir uns auf existierende bilaterale Staatsverträge mit etlichen europäischen Ländern.

Die Qualität befindet sich auf einem hervorragenden Niveau und die alljährlich ausgezeichneten Top 10 Käseereien motivieren die anderen zusätzlich, die Qualität fortlaufend hochzuhalten und zu verbessern. Die Vertreter:innen der Top 10 Käseereien 2023 durften im November einen gemütlichen Abend unter dem Chapiteau des Zirkus Knie in Luzern geniessen. Vielen Dank den Preisträger:innen.

Personelles

Auf der Geschäftsstelle gab es auch 2024 einige Veränderungen. Wir bedauern den Weggang von zwei Mitarbeitenden, dürfen aber entwarnen und trotz Reduktion der Stellenprozente sind wir davon überzeugt, dass wir mit den neuen Mitarbeiter:innen die Effizienz und Schlagkraft des kleinen Teams weiter erhöhen konnten. Wir werden alles daran setzen, dass wir Sie, geschätzte Mitglieder, auch weiterhin zuvorkommend und effizient bedienen können und dürfen.

Dank

Ohne die Unterstützung zahlreicher Beteiligter würde das Schiff die stürmischen Zeiten nur schwerlich überstehen. Damit wir das Schiff auf Kurs halten können, braucht es viele Teile, die ineinanderpassen und zusammen harmonisieren. Darum möchte ich gerne den folgenden Personen für ihre Leidenschaft, Passion und den Glauben an Emmentaler AOP danken: dem gesamten Vorstand von Emmentaler Switzerland, dem Präsidenten, den Personen in den verschiedenen Ausschüssen und Kommissionen und natürlich Ihnen, geschätzte direkt oder indirekt beteiligte Milchproduzent:innen, Käser:innen und Händlern/Affineuren, merci!

Und zum Schluss noch eins: Am meisten stolz bin ich auf mein Team auf der Geschäftsstelle und die Leute von SCM draussen in den Märkten sowie den Unterstützern für die USA. Der Einsatz, der von diesen Mitarbeiter:innen tagtäglich geleistet wird, ist nicht selbstverständlich. Auf «stürmischer See» erbringen sie Höchstleistungen, um das Schiff auf Kurs zu halten und jeden noch so hohen Wellengang mit einem Lächeln hinter sich zu lassen. Bleiben wir optimistisch – vom Emmentaler gibt es nur ein Original Emmentaler AOP und darauf sind wir stolz – so wie Sie es auch sind, danke! Wir sehen uns an den World Cheese Awards in Bern! ◀

MARKETING DER LÄNDER



Marketing der Länder



Bericht Schweiz

In schwierigen Zeiten ist es nicht immer einfach, konstant hohes Engagement und Freude am Tun aufrechtzuerhalten. Doch gerade dann sind wir überzeugt davon, dass wir umso motivierter an neue Themen herangehen müssen. Der Begriff *Motivation* stammt vom lateinischen Wort *motivus* ab und bedeutet, in der Lage zu sein, etwas zu bewegen. Mit dieser Überzeugung sind wir voller positiver Energie ins Jahr 2024 gestartet – mit dem klaren Ziel, den Emmentaler AOP gemeinsam ins Rollen zu bringen und unseren feinen Naturkäse den Konsument:innen näherzubringen.

Neue Zielgruppen erreichen, bestehende Konsument:innen begeistern

Die Ernährung hat sich in den letzten Jahrzehnten stark gewandelt. Wo früher 2–3 Mahlzeiten pro Tag ausreichten, geniessen die Schweizer:innen heute im Schnitt 5,4 Mahlzeiten täglich*. Besonders junge Generationen legen grossen Wert auf die Herkunft ihrer Lebensmittel. Sie möchten wissen, wie, wo und mit welchen Zutaten ein Produkt hergestellt wird. Es soll gesund, genussvoll und umweltfreundlich sein. Der Emmentaler AOP erfüllt all diese Anforderungen: Als Schweizer Naturprodukt kommt er ohne Zusatzstoffe aus, ist reich an Kalzium, Proteinen und Vitaminen und zudem von Natur aus laktosefrei. Unser Erfolg wird davon abhängen, junge Konsument:innen für den Emmentaler AOP zu begeistern, bestehende Fans immer wieder neu zu inspirieren und den Käse zur richtigen Zeit, am richtigen Ort und in der richtigen Form anzubieten.

*Quelle: Schweizer Ernährungsbulletin 2021 –
4142 Interviews



Innovation und neue Angebotsformen zur Stärkung des Kerngeschäfts

Im Jahr 2024 konnten wir erfolgreiche Innovationen präsentieren: Pünktlich zur Grillsaison führten wir den Emmentaler AOP Chäs-Griller ein, es folgten der von Emmentaler AOP in hauchdünnen Scheiben und im Oktober der Emmentaler AOP Chäs-Knopf Rösti-Speck. Diese Produkte passen perfekt zu neuen Konsumsituationen. Der Chäs-Griller ist eine hervorragende Fleischalternative für Grillpartys, die dünnen Scheiben eignen sich ideal für angesagte Cheese-Burger, Toasts oder Sandwiches, und der Chäs-Knopf ist eine praktische, preiswerte und sättigende Mahlzeit für unterwegs. Diese Innovationen helfen, den Emmentaler AOP besonders bei jüngeren Generationen ins Rampenlicht zu rücken und als modernes Produkt neu zu positionieren.

Kulinarische und spielerische Markenerlebnisse für Jung und Alt

Der Emmentaler AOP ist in jungen Familien noch zu wenig verbreitet. Da häufig die Grosseltern auf die Kinder aufpassen – und diese mit Emmentaler AOP aufgewachsen sind –, sehen wir ein grosses Potenzial, den Käse in jungen Familien wieder zu etablieren und als gesunden, alltäglichen Bestandteil der Ernährung zu integrieren. 2024 waren wir Partner von MS Sports, bei den Sportsamps für Kinder und Jugendliche sowie Partner von Circus Knie. Ausserdem organisierten wir den 2. Emmentaler AOP Tag, der kulinarische Erlebnisse und spielerische Aktivitäten für Kinder bot, darunter einen Kinderhort mit Emmentaler-Spielen und einen Fotobus im Lochdesign.

Der Emmentaler AOP rollt – authentisch und echt

Am 2. November 2024 fand der zweite Emmentaler AOP Tag in der Schaukäserei in Affoltern im Emmental statt. Neben einem einzigartigen Food-Pairing mit vier verschiedenen Reifegraden des Emmentalers AOP und passendem «Mein Emmental»-Bier, moderiert von unserer Botschafterin Zoe Torinesi, stellte das Team von Jumi, die wilde Truppe aus dem Emmental, einen spannenden Rollparcours auf. Der Parcours erforderte Kraft, Geschick und ein wenig Glück. Ein weiteres Highlight war unser langjähriger Botschafter Mätu Sempach, der sich mit Schwingfreunden im Wettkampf mit Emmentaler-Käsern mass. Den krönenden Abschluss bildete ein Konzert von Nickless, der in den Sozialen Medien als «Swiss Cheese Guy» bekannt wurde, als er seine Zuschauer:innen mit einem Fondue auf der Bühne überraschte. Seit letztem Jahr ist er ebenfalls ein begeisterter Botschafter des Emmentaler AOP. Alle drei haben eine grosse Fangemeinde und unterstützen uns dabei, neue Konsument:innen zu gewinnen.

Gemeinsam den Emmentaler AOP voranbringen

Es ist unsere Überzeugung, dass es viel Kraft, Energie, Gespür und vor allem Motivation braucht, um den Emmentaler AOP wieder auf den richtigen Kurs zu bringen – nach oben. Deshalb danken wir allen herzlich, die uns dabei unterstützen.



Budgetsplit 2024 Schweiz	2024	vgl. 2023
Messen	3 %	3 %
Marktforschung	2 %	1 %
Verkaufsförderung	30 %	32 %
Markenwerbung on-/offline (Brand)	48 %	37 %
Soziale Medien und emmentaler.ch	6 %	13 %
Öffentlichkeitsarbeit	4 %	8 %
Sponsoring	7 %	7 %
Total	100 %	100 %



Bericht Italien

Der italienische Käsemarkt insgesamt zeigte im Jahr 2024 eine ausgezeichnete Performance (Wert + 4,6 %), während das Volumenwachstum moderat ausfiel (+1 %).

Umgekehrt entwickelte sich der «Käse mit Löchern». Insbesondere der Emmentaler AOP verzeichnete einen deutlichen Rückgang der verkauften Mengen mit einem Umsatzrückgang von mehr als 18 %, was vor allem auf seinen im Vergleich zur Konkurrenz sehr hohen Preis zurückzuführen ist. Vergleicht man nämlich die Preise von Emmentaler AOP mit denen seiner Mitbewerber, so ergibt sich ein Preisunterschied von zum Teil mehr als 10 Euro, das heisst, Emmentaler AOP wird zu 23 Euro/kg verkauft, während französischer Emmentaler zu 12–14 Euro/kg zu finden ist.

Andererseits bestätigen die Daten von Nielsen für das zweite Jahr in Folge, dass im Jahr 2024 die Zahl der Familien, die Emmentaler AOP kaufen, steigt, aber die Grösse der gekauften Portionen abnimmt und so die Ausgaben für Lebensmittel eingedämmt werden. Dies wird auch von den Einzelhändlern bestätigt, deren Angebot an

Frischpackungen ein durchschnittliches Gewicht von 200 g pro Portion gegenüber 300 g in den Vorjahren aufweist.

Wichtigste Aktionen

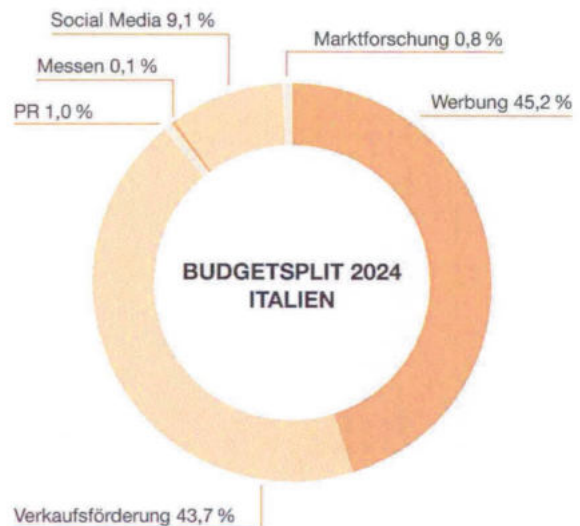
2024 hatte Emmentaler AOP eine negative Performance, da es schwierig war, mit den Mitbewerbern zu konkurrieren, die immer mit Preisaktionen verkaufen. Die Anzahl der Aktivitäten am Verkaufspunkt (POS) wurde verstärkt, indem man mehr Aktivitäten für jeden Einzelhändler sowie die Anzahl der beteiligten Verkaufsstellen erhöht hat, um so die Sichtbarkeit der Marke weiter zu maximieren.

Alle grossen Einzelhandelsgruppen und eine grosse Anzahl von traditionellen Geschäften waren an der Valentinstags-, der Schulanfangs- und der Weihnachtspromotion beteiligt. Bergemmentaler AOP war Protagonist mehrerer Aktionen in den Einzelhandelsgeschäften von Esselunga und die hauchdünnen Emmentaler AOP Scheiben wurden in weiteren Einzelhandelsgeschäften gelistet, so auch bei der Nummer 1 des italienischen Einzelhandels, Conad.



Was die Kommunikation anbelangt, so stand die Kampagne «SHARE A PIECE OF YOU» in einer TV-Kampagne im Mittelpunkt. Mit der Ausstrahlung konnten insgesamt > 30 Mio. Zuschauer:innen erreicht werden. Das digitale Projekt «Vita da casaro», ein Tagebuch von einem jungen Italiener auf TikTok, der das Leben in einer Käserfamilie beschreibt, erhielt eine enorme Presseberichterstattung mit einer Reichweite von mehr als 11 Mio. Menschen.

Im Laufe des Jahres wurden zudem Masterclass-Aktivitäten durchgeführt, die sich an die Facheinkäufer:innen richteten und die führenden italienischen Einzelhändler mit massgeschneiderten Schulungen bedienten, welche von Fachleuten abgehalten wurden und die sich auf die Eigenschaften von Emmentaler AOP und die entsprechenden Verkaufsargumente konzentrierten.





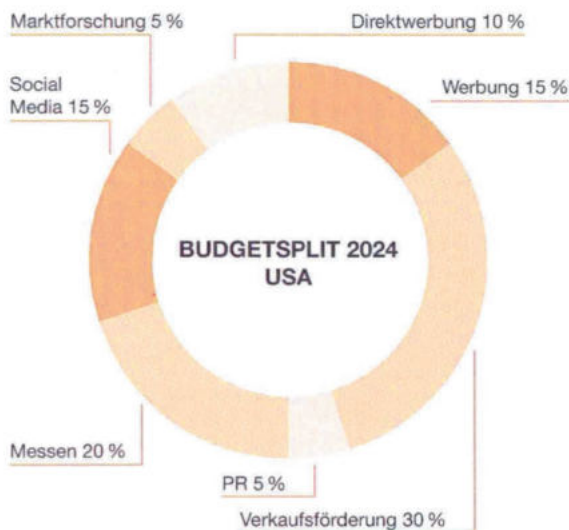
Bericht USA

Die Sortenorganisation Emmentaler AOP hat 2024 eine umfassende und nachhaltige Initiative zur Remobilisierung des US-amerikanischen Marktes lanciert. Im Zentrum der Aktivitäten stand die Einbindung aller Branchenakteure für das Engagement des EAOP. Hierzu wurden im Berichtsjahr die konzeptionellen, strukturellen und operativen Voraussetzungen geschaffen, mit dem Ziel, den EAOP zurück auf die Landkarte der Importeure, Distributoren und Händler zu holen. Gleichzeitig wurde das benötigte Promotionsrepertoire und -material vor Ort aufgebaut und eine marktspezifische Onlinepräsenz geschaffen.



Die umfangreichen Vorarbeiten des Marketingteams der Sortenorganisation im Bereich Branding und Promotionunterstützung haben erheblich zu einem effizienten Aufbau beigetragen. So konnten bereits erste Aktivitäten im Berichtsjahr erfolgreich umgesetzt werden. Damit konnte die seit Jahren rückläufige Entwicklung gestoppt werden. Wir sind zuversichtlich, dass wir den Emmentaler AOP 2025 wieder auf Wachstumskurs bringen.

Anlässlich der Fancy Food Show in New York war der Emmentaler AOP auch am Anlass «Cheesemonger Invitational» (einer Veranstaltung von Verkaufspersonal an Käsetheken) präsent. In einer spektakulären Show wurde ein ganzer Laib Emmentaler AOP medienwirksam aufgeschnitten (vgl. Foto) und im Anschluss verkostet.





Bericht Benelux

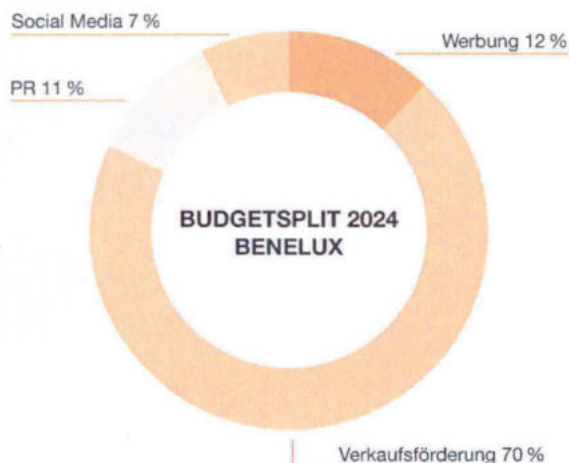
Wie überall hat der Emmentaler AOP auch in Belgien, Holland und Luxemburg zahlreiche Mitbewerber. Er wird oft mit französischem Emmentaler oder mit anderen Substituten verschiedener Herkunft verwechselt. Daher ist es wichtig, die natürlichen Qualitäten von Emmentaler AOP weiter bekannt zu machen und ihn als «das Schweizer Original» zu positionieren, dies nicht nur bei unseren traditionellen Zielgruppen, sondern auch bei jüngeren, urbanen Verbraucher:innen und jungen Familien.

SCM BNL baut die Kommunikation für Emmentaler AOP rund um die Kampagne «SHARE A PIECE OF YOU» auf. Wir sprechen eine neue Zielgruppe an, indem wir an öffentlichen Veranstaltungen teilnehmen, die jung, modern und urban sind und die unsere Werte wie Geselligkeit, Tradition und Qualität teilen.

Im Mai nahm Emmentaler AOP am Street Food Festival «StreatFest» in Brüssel teil. Dieses Festival war qualitativ hochwertig und lag voll im Trend (Zero Waste). Wir waren mit zwei Crémier-Botschaftern vertreten. Es wurden neben köstlichen Street-Food-Rezept-Kreationen auch Verkostungen, ein Gewinnspiel und Workshops angeboten. Bei den Influencer:innen fand der Anlass grosse Unterstützung auf Social Media. Im Juni nahm Emmentaler AOP an der «Brussels Tour» teil, einem Radrennen durch Brüssel (Amateurrennen). 2024 gingen mehr als 6'000 Teilnehmer:innen an den Start. Ein Team von Emmentaler Switzerland / SCM Benelux nahm ebenfalls – zusammen mit einem Laib Emmentaler AOP – teil und erlangte grosse Aufmerksamkeit sowie Sympathie beim Publikum. Am Fusse des Atomiums, des symbolträchtigen Monument in Brüssel, wurde im Anschluss eine Emmentaler AOP-Verkostung durchgeführt. Ziel war es, neue Emmentaler AOP-Freund:innen und -Familien zu gewinnen und die Werte des Käses herauszustreichen.



Der Fokus der Werbemassnahmen ist auf die zahlreichen Verkostungen mit qualifiziertem Personal in Supermärkten gerichtet. Dank gezielter Marketingmassnahmen vor Ort erhält man oft zusätzlich Platz und Sichtbarkeit. Aktivitäten mit Goodies wie Messern oder Falttaschen – immer im visuellen Einklang mit der Kampagne «SHARE A PIECE OF YOU» – ergänzen die Promotionen.





Bericht Frankreich

Da die Lebensmittelpreise in den letzten zwei Jahren um +22 % stark gestiegen sind, bleibt die Kaufkraft ein grosses Problem für die französischen Verbraucher:innen. Viele Leute verzichten auf den Konsum von höherpreisigen Lebensmitteln, was automatisch zu einem Rückgang der Volumen, auch von EAOP, führt.

Auf dem französischen Markt ist der Schweizer Emmentaler AOP starker Konkurrenz durch französischen Emmentaler mit Ursprungsbezeichnungen wie dem Emmental Grand Cru Label Rouge oder dem Emmental de Savoie IGP ausgesetzt, die in Bezug auf den Verkaufspreis wettbewerbsfähiger sind.

Der Marketingplan für den französischen Markt im Jahr 2024

Das ganze Jahr über hat SCM Frankreich die Werbeaktivitäten vorrangig auf den Verkaufspunkt (POS) und die Nähe zum Kaufentscheid ausgerichtet, um die Verbraucher:innennachfrage zu animieren.

- Verkostungsanimationen bei den grössten Einzelhandelsketten (Hypermarchés).
- Verbraucher:innenpromotionen: Gewinner:innen pro Laden, direkte Kaufprämien (z.B. Käseprobe) das ganze Jahr über.
- Feldmarketingkampagnen in den Regionen: Wellen von Verkaufsstellenbesuchen durch spezialisierte Merchandiser:innen mit einem auf die Schnittwarenabteilung und die frisch verpackte Ware zugeschnittenen Merchandising-System ist (mehr Details nachstehend).
- Spezifische Kommunikation mit den traditionellen Einzelhändler:innen und Crémiers – gross angelegte Kommunikation mit der Broschüre «Passionément Suisse», wo im November 2024 der Emmentaler AOP in grossem Stil vorgestellt wurde (Unterschiede zu anderen Emmentalern, Rezepte, Herkunft, Tradition, Handwerk und Vielfalt).

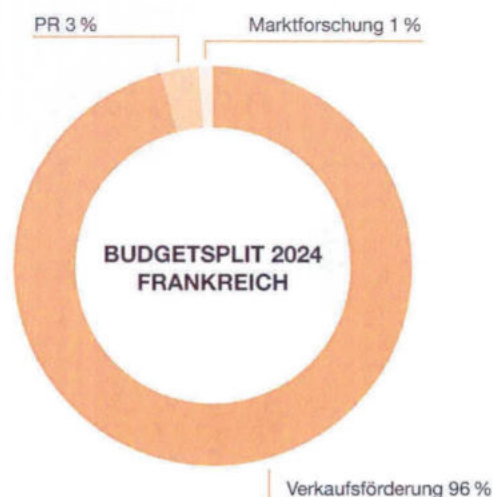


Massive Feldmarketingkampagne

Im September fanden zwei starke Feldmarketingwellen in ganz Frankreich statt.

- 300 besuchte Verkaufsstellen in der «Hochburg» Nord- und Nordostfrankreich.
- 200 Verkaufsstellen in den neuen Regionen: Südost-, Südwest- und Westfrankreich.

Ein Team von zehn Merchandiser:innen bereiste alle genannten Regionen und orchestrierte in ausgewählten Läden einen «SHARE A PIECE OF YOU»- Verkaufspunkt, der speziell für die Abteilungen Schnittware und Frischverpackungen entwickelt wurde. Insgesamt konnten in über 500 Läden Abteilungsleiter:innen und Mitarbeiter:innen der Theke für Emmentaler AOP sensibilisiert werden, um so den Käse den Kund:innen näherzubringen.





Bericht Spanien

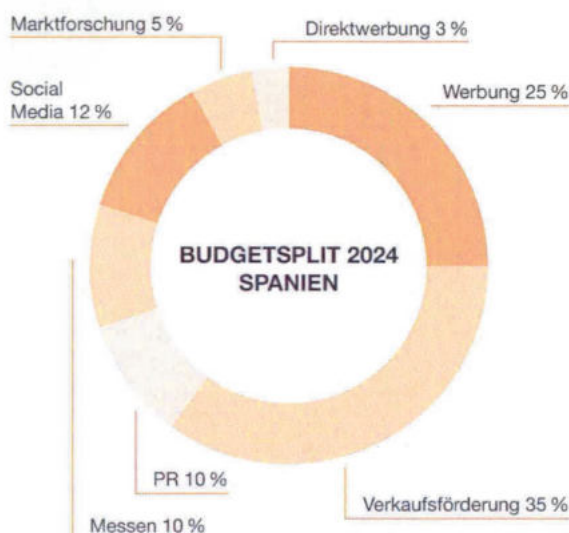
Spanien ist ein kleiner aber relativ stabiler Markt für Emmentaler AOP, der über die Jahre seine Volumen halten oder gar leicht ausbauen konnte.

Zu den Sensibilisierungsmassnahmen, die 2024 für Emmentaler AOP durchgeführt wurden, gehören die Kampagne «SHARE A PIECE OF YOU» im katalanischen Lokalfernsehen TV3, die Kampagne in zahlreichen Iryo-Zügen «Let's talk about craftsmanship» landesweit sowie zahlreiche Veranstaltungen für potenzielle Neukund:innen im Bereich Millennials+.

Auf der POS-Seite reichten die Aktionen von Verkostungen und Verbraucher:innenwettbewerben bis hin zu mehreren Give-away-Unterstützungsmassnahmen mit Gadgets.



Erwähnenswert ist die Aktion «Diselo con Emmentaler AOP» (Erzählen Sie es mit Emmentaler AOP) für Sant Jordi, dem Fest der Liebe in Katalonien. Es handelt sich um eine Kampagne, bei der zehn renommierte Restaurants in Barcelona anlässlich dieses Festes eine spezielle Tapa mit unserem Käse kreiert haben. Diese Gelegenheit hat es SCM ermöglicht, eine starke Kommunikationskampagne (in den traditionellen Medien, den sozialen Medien, bei Influencer:innen usw.) durchzuführen und über 200 Käsefachgeschäfte für die Aktion zu animieren.





Bericht Deutschland

Das Jahr 2024 war wie das Vorjahr von starker Konsumzurückhaltung geprägt. Das unsichere wirtschaftliche und politische Umfeld, steigende Lebensmittelpreise und ein zunehmender Personalmangel an den Käsetheken erschwerten den Absatz hochpreisiger Käse – so auch für den Emmentaler AOP.

Der Marketingmix war aus diesem Grund stark auf den POS (Verkaufspunkt) ausgerichtet mit attraktiven Kaufanreizen und aufmerksamkeitsstarken Verkostungen sowie einer hohen Anzahl an Schneidetischaktionen. Um speziell im 4. Quartal den Absatz zu stärken, wurde die Digitalkampagne «SHARE A PIECE OF YOU» durchgeführt.



Qualitativ hochwertige Sonderauftritte an den besten Theken Deutschlands wie bei Dallmayr und Feinkost Käfer in München, im KaDeWe, zur Internationalen Grünen Woche in Berlin oder auch zur Messe Cheese in Berlin rundeten den Mix ab.

Ein Highlight waren die Schneidetischaktionen, die im Jahr 2024 mit 70 Aussendienstmitarbeiter:innen für insgesamt 420 Tischaktionen und einen Verkauf von ca. 23 Tonnen gesorgt haben.

Im Rahmen der Digitalkampagne wurden gezielt jüngere Käufer:innen/Verwender:innen angesprochen, mit dem Fokus auf Millennials+. Neben dem reichweitenstarken Ausspielen von Bannern im Rahmen einer programmatischen Kampagne wurde parallel eine Social-Media-Kampagne auf Facebook, Instagram und YouTube geschaltet. Zudem sprachen auf TikTok 15-Sekunden-Videospots ein jüngeres Publikum an. Über die Digitalkampagne wurden über 17 Millionen Kontakte erzielt.

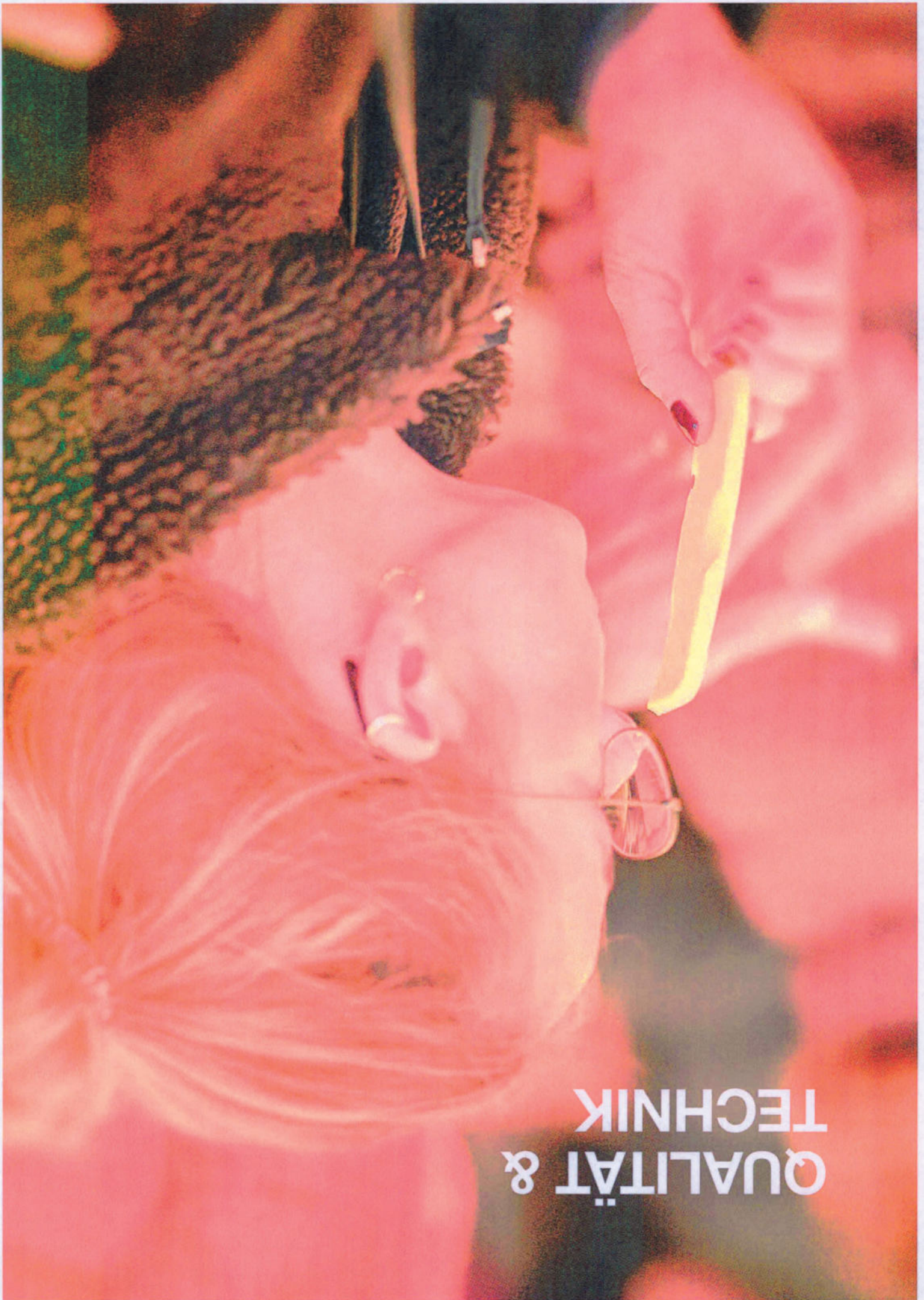
Messen 5,5 %

Werbung 9,4 %



Verkaufsförderung 86,1 %

QUALITÄT &
TECHNIK



Emmentaler AOP – Qualität konstant hoch

DANIEL WOCHNER,
LEITER QUALITÄT & TECHNIK

Qualitätsbeurteilung

Das Jahr 2024 war geprägt von spannenden Herausforderungen und wertvollen Erkenntnissen im Bereich Qualität & Technik. Die Qualitätsauswertung zeigt eine weitgehend erfreuliche Entwicklung mit einem nahezu identischen Anteil an Spitzenware zwischen Winter (86,15 %) und Sommer (86,57 %).

Bei genauerer Betrachtung zeigt sich, dass der Anteil der Käse der Klasse 2 und 3 im Winter mit 2,28 % höher lag als im Sommer (1,57 %). Als häufige Ursache für Qualitätsprobleme im Winter wurden Teigfehler identifiziert, insbesondere weisser, kurzer Teig.

Versuch Prop 96

Ein wichtiger Schritt für die langfristige Qualitätssicherung war der Prop 96-Versuch. Da periodisch neue Lyo-Ampullen der Prop 96-Stämme hergestellt werden müssen, um die Produktion der Prop 96-Versandkulturen sicherzustellen, wurden im September 2024 Versuche in vier Käsereien durchgeführt. Ziel war es, mögliche Auswirkungen auf die Lochbildung zu prüfen. Die Ergebnisse der Taxation im Januar 2025 zeigten keine Abweichungen im Kriterium Lochung, sodass wir zuversichtlich sind, den Versuch 2025 erfolgreich abzuschliessen.

Einhaltung der Reglemente

Neben der kontinuierlichen Qualitätsbeurteilung haben wir im Jahr 2024 auch die Markenkontrollen in den Käsereien sowie die Klasse-2a- und -3a-Kontrollen in den Handelsfirmen erfolgreich durchgeführt. Diese Kontrollen sowie den Nach-

Punkte	Winter 2023/2024 in %	Sommer 2024 in %
20,0	7,11	9,50
19,5	37,58	41,80
19,0	41,46	35,28
18,5	8,21	8,58
18,0	0,29	0,84
Ortsreserve ¹	3,07	2,44
Total Klasse 1	97,72	98,43
Total Klasse 2 und 3 ²	2,28	1,57
Total	100,0	100,0

¹ Die Ortsreserve entspricht ebenfalls der Qualität Klasse 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.

weis der Herkunftsnachweiskultur (HNK) werden wir 2025 fortsetzen, um die Einhaltung der Reglemente weiter zu sichern.

Fazit Qualität & Technik

Mein erstes Jahr als Leiter Qualität & Technik war geprägt von spannenden Entwicklungen, wertvollen Einblicken und einer konstruktiven Zusammenarbeit mit unseren Mitgliedern und Partnern. Besonders beeindruckt hat mich die Leidenschaft für den Emmentaler AOP, die ich in vielen Gesprächen und Begegnungen erleben durfte. Ich bin stolz, ein Teil davon zu sein, und freue mich darauf, gemeinsam mit euch die Zukunft von Emmentaler AOP weiter mitzugestalten.

Top 10 Käsereien 2023

Die Gewinner

Welche Käsehersteller zu den Top 10 im Jahr 2024 gehören, wird erst anlässlich der Delegiertenversammlung im April 2025 bekannt gegeben. An der Delegiertenversammlung 2024 wurden die nachfolgend aufgeführten Top 10 Käsereien 2023 ausgezeichnet und geehrt.

GOLD

Punkte: 19,88
BZ-Nr. 3685

Käserei Schmid AG,
Erwin Schmid

GOLD

Punkte: 19,88
BZ-Nr. 3205

Käserei Höhe,
Alfred Schenk

BRONZE

Punkte: 19,71
BZ-Nr. 3403

Wildberg Käse AG,
Simon Lehmann

SILBER

Punkte: 19,75
BZ-Nr. 3528

Käserei Guntershausen,
Bernhard Näf

SILBER

Punkte: 19,75
BZ-Nr. 3730

MBB Trutiger Biochäsi,
Bruno Dubach

BRONZE

Punkte: 19,71
BZ-Nr. 3437

Käserei Engelburg AG,
Michael Wick,
Roland Schlegel

BRONZE

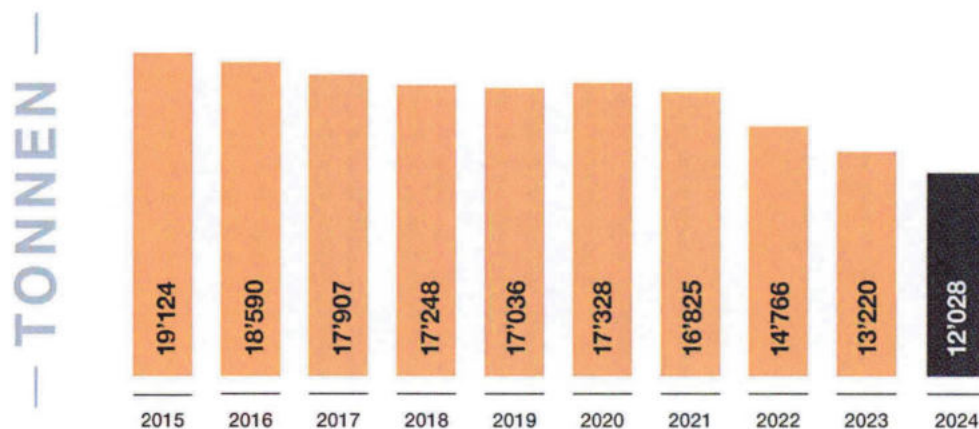
Punkte: 19,71
BZ-Nr. 3648

Käse vom Schöpfer AG,
Albert und
Silvio Schöpfer

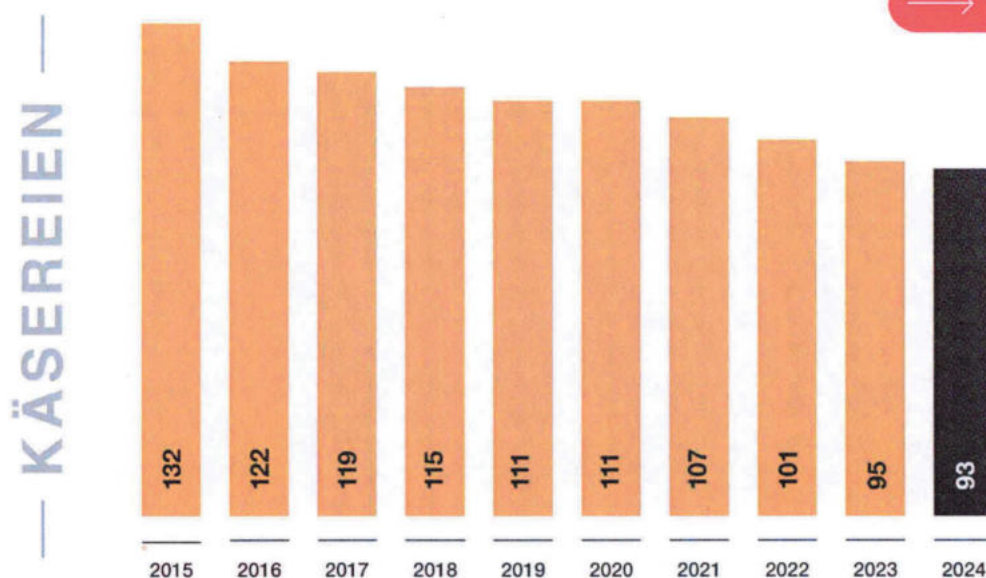
DIPLOME 2023

19,67 Punkte:	BZ-Nr. 3080, Käserei Ursenbach, Karl Thoma
19,63 Punkte:	BZ-Nr. 3666, Käserei Seetal AG, Walter Lang, Manuel Lang, Adrian Willimann
19,58 Punkte:	BZ-Nr. 3193, REK AG, Käserei Oberbütschel, Theo Zbinden
19,58 Punkte:	BZ-Nr. 3252, Käserei Uebeschi, Stefan Keusen

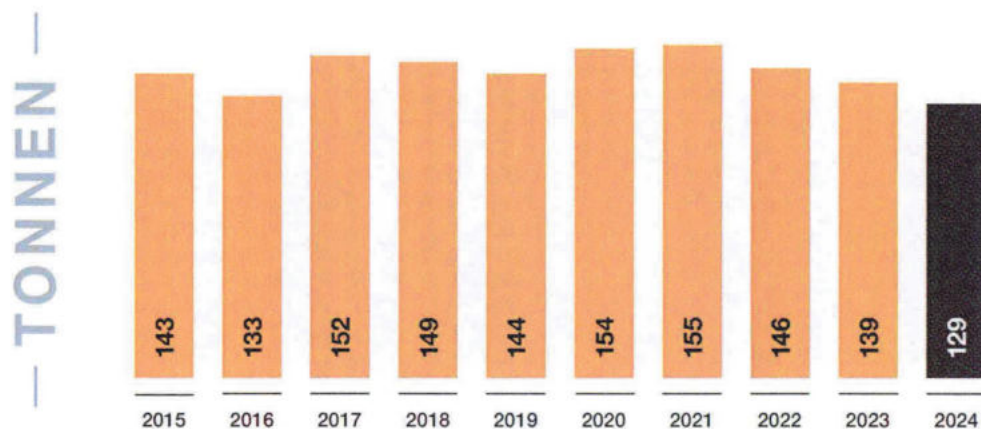
Produktion Emmentaler AOP
Mitglieder Emmentaler Switzerland



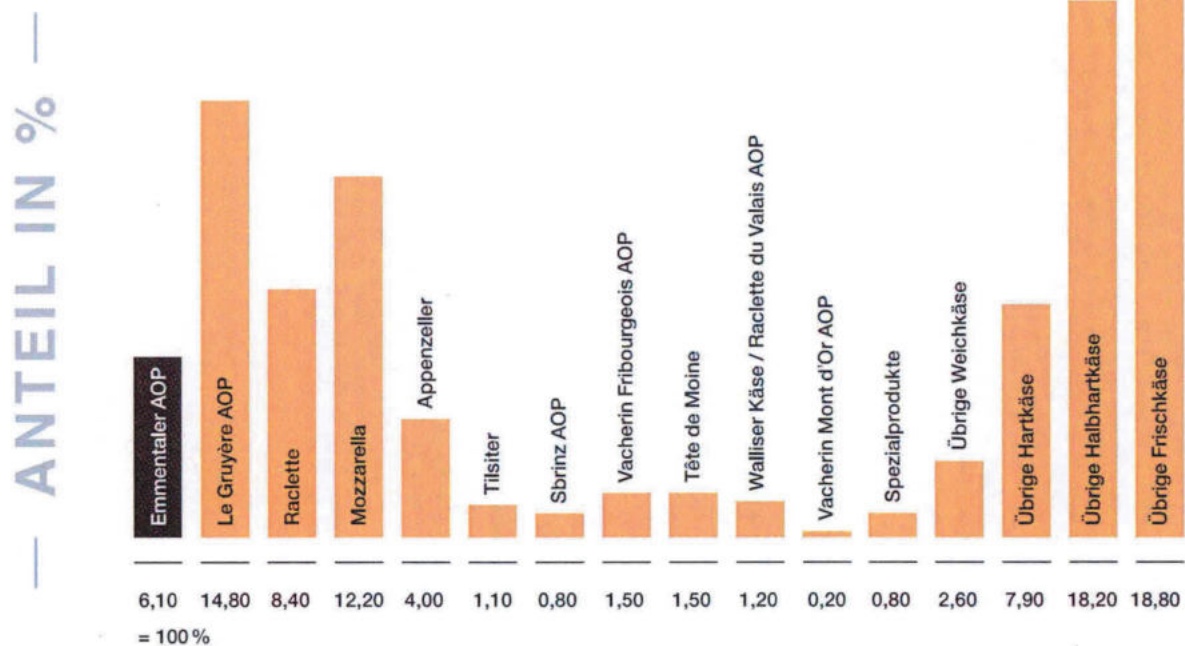
Entwicklung Emmentaler AOP Käsereien
Mitglieder Emmentaler Switzerland



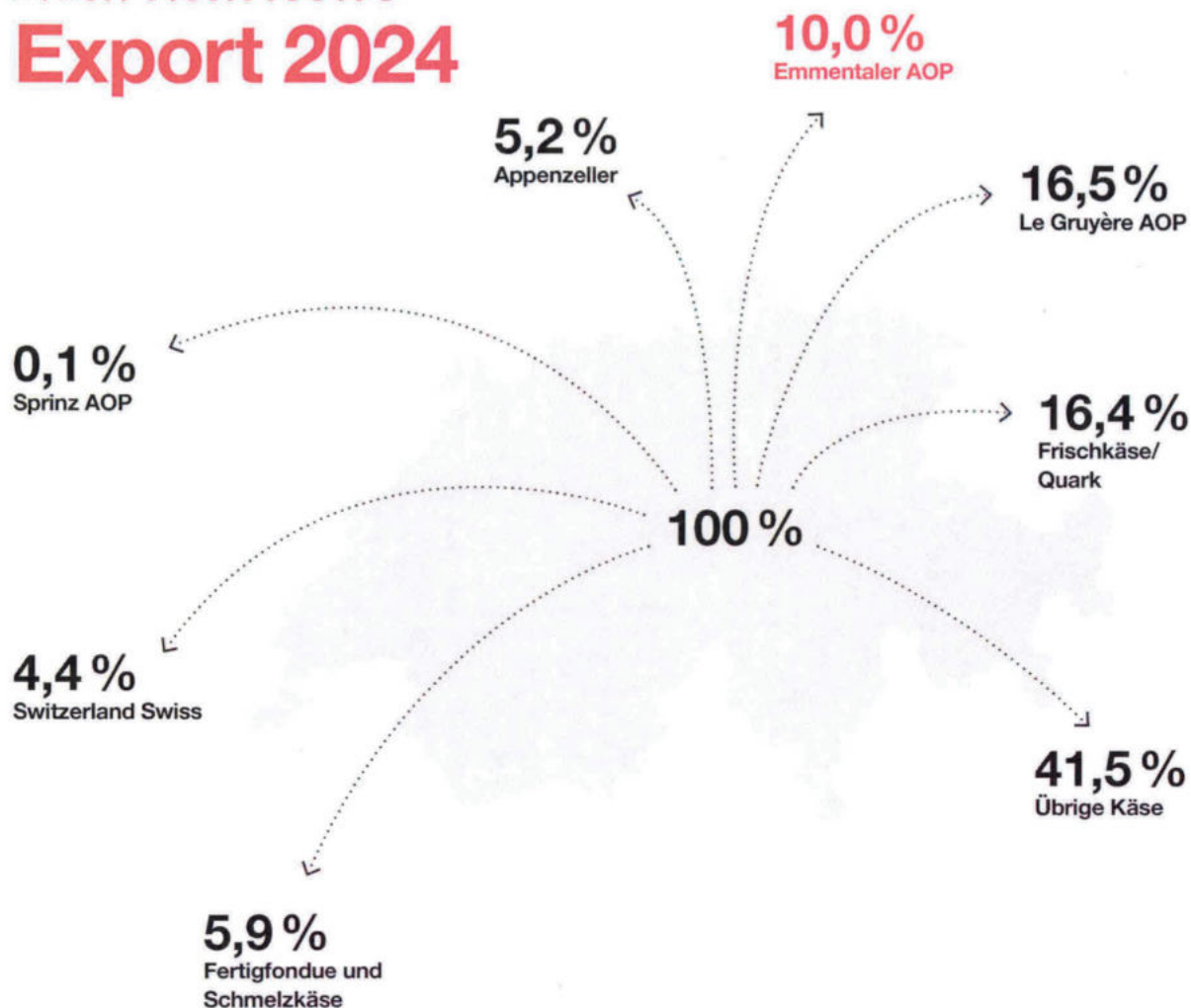
Durchschnittliche jährliche Produktion Emmentaler AOP pro Käserei



Käseproduktion 2024 in der Schweiz Quelle: TSM



Marktanteile Export 2024



Exportanteile 2024

Die Zunahme der Käseexporte betrug +7,85 %. Insgesamt wurden im Jahr 2024 79'268 Tonnen Schweizer Käse exportiert. Der Anteil von Emmentaler AOP im Export beläuft sich auf 7'943 Tonnen oder 10,0 %.

Quelle: TSM

Zum Vergleich die Zahlen von 2023

12,2 %	Emmentaler AOP
17,1 %	Le Gruyère AOP
0,1 %	Sprinz AOP
5,7 %	Appenzeller
5,0 %	Switzerland Swiss
14,7 %	Frischkäse/Quark
6,7 %	Fertigfondue und Schmelzkäse
38,5 %	Übrige Käse

Gesamte Verkäufe EAOP pro Land

in Tonnen	2024	2023
Total Europa	6'973	8'000
Total andere Länder	970	995
Total Export	7'943	8'995
Davon Exporte Nichtmitglieder ES	547	1'076
Gesamte Verkäufe Tafelware	12'227	13'079
Total Schmelzware	1'115	1'397
Total Verkäufe	13'342	14'476

Export 2024

Quelle: TSM

3'937 t – (2023: 4'850 t)

Italien

1'795 t – (2023: 1'870 t)

Deutschland

494 t – (2023: 549 t)

Frankreich

507 t – (2023: 501 t)

Benelux-Staaten

240 t – (2023: 233 t)

Übriges Europa

Export 2024

Quelle: TSM

396 t – (2023: 397 t)

USA

371 t – (2023: 416 t)

Kanada

203 t – (2023: 182 t)

Übrige Länder

Inland 2024

Quelle: ES

4'284 t – (2023: 4'084 t)

Tafelware

1'115 t – (2023: 1'397 t)

Schmelzware

ORGANISATION SORTIMENT KÄSEREIEN

Surchoix 8 Monate

Extra 12 Monate

Felsenkeller 16 Monate

EMMENTALER
Schaukäserei

Mein
Emmental®

Organisation

Der Vorstand

Präsidium

Daniel Alain Meyer

Vertreter der

Milchproduzenten

- Christof Baumgartner
Märwil
- Pierre-André Pittet
SMP
- Christian Troxler
Schlierbach
- Fritz Wyss
Wengi b. Büren

Vertreter der Käsehersteller

- Jacques Gygax
Fromarte
- Urs Kämpfer
Dürrenroth
- Markus Liechti
Ricken
- Roman Zemp
Rengg

Vertreter des Handels

- Michael Mathier
Milka Käse AG
(Vizepräsident / Austritt
per 30.11.2024)
- Marc Neuenschwander
Käserei Neuenschwander AG
- Sandro Renz
Hardegger Käse AG
- Josef Wyss
Emmi Schweiz AG

Aufteilung und Anzahl der Mitglieder 2024 per 31.12.2024



Organisation

Mitarbeitende der Geschäftsstelle

Direktion

- Urs Schluechter, Direktor
- Alfred Rufer, Kaufmännischer Leiter/Vizedirektor

Marketing & Kommunikation

- Cornelia Brechbühl, Senior Managerin Brand, Marketing & Kommunikation
- Deborah Ackermann, Managerin Marketing & Kommunikation
- Sandra Wiedmer, Managerin Marketing & Kommunikation & Digital Media (bis 30.9.2024)
- Maria Stalder, Junior Managerin Marketing & Kommunikation (ab 16.9.2024)

Qualität & Technik

- Daniel Wochner, Leiter Qualität & Technik
- Marcel Rytz, Qualität & Technik

Sekretariat/Administration

- Martin Brandt, Administration Qualität & Technik
- Monika Meyer, Rechnungswesen und Administration (bis 31.3.2024)
- Yvonne Ogi, Rechnungswesen und Administration (19.2. bis 30.11.2024)
- Katrin Tadic-Batt, Direktion/Sekretariat

Handelsfirmen

Alibona AG, Alpenswiss AG, Cremo SA, ELSA Group SA, Emmi Schweiz AG, Gourmino AG, Hardegger Käse AG, InterCheese AG, Jumi AG (ab 1.5.2024), Käsereigenossenschaft Ebersecken (ab 1.5.2024), Käserei Laubbach AG, Käserei Neuenschwander AG, Käserei Riet-Wilen, Lustenberger & Dürst SA, Milka Käse AG, Mooser Chäsi GmbH, Spirit Market GmbH

Emmentaler AOP Sortimentsvielfalt

Emmentaler AOP Mild/Classic

Mindestens 4 Monate Reifezeit.

Emmentaler AOP Bio

Mindestens 4 Monate Reifezeit,
aus Biomilch.

Emmentaler AOP Bergemmentaler

Mindestens 4 Monate Reifezeit,
aus berg zertifizierten Betrieben.

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 Gotthelf

Mindestens 12 Monate
Reifezeit und hergestellt
wie zu Gotthelfs Zeiten.

Emmentaler AOP URTYP®

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

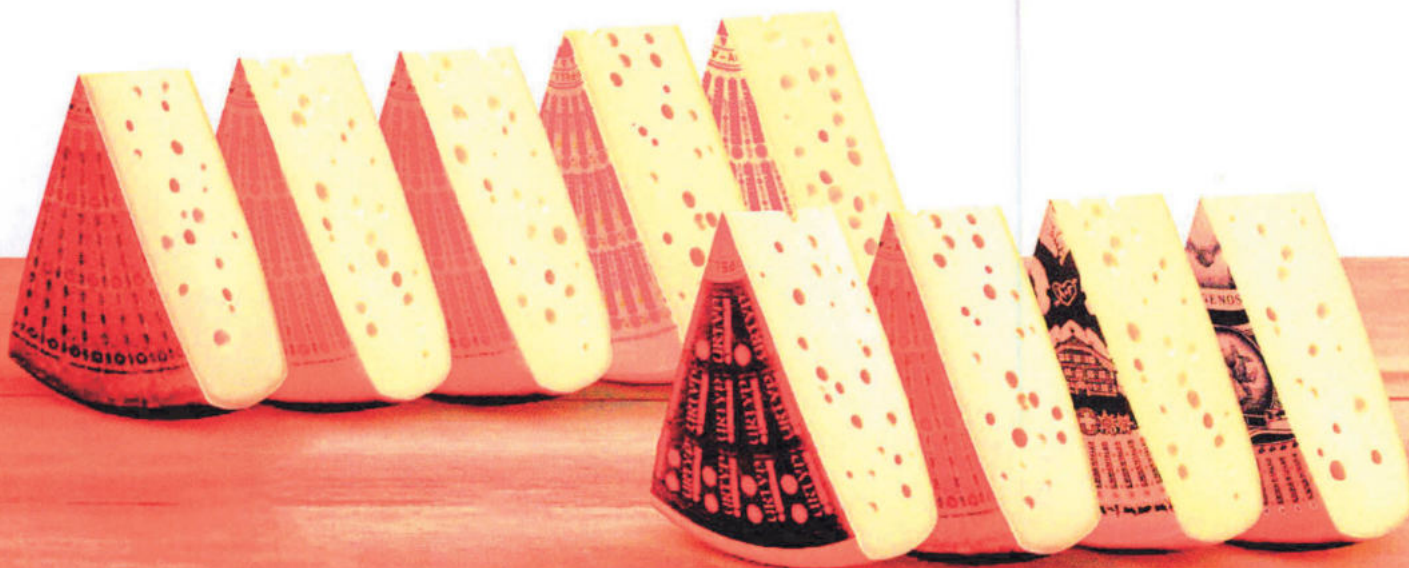
Emmentaler AOP Extra

Mindestens 12 Monate
Reifezeit.

Emmentaler AOP Eidgenoss

Mindestens 14 Monate Reifezeit,
davon 11 Monate feucht
gelagert.

→ **ZUM SORTIMENT**



Käsereien

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





PROTOKOLL DELEGIERTENVERSAMMLUNG 2025

Sitzungsdatum: Dienstag, 29. April 2025
Zeit: 13.30 bis 16.30 Uhr, anschliessend Apéro
Ort: Kartause Ittingen in Warth

Ablauf: 11.00 – 13.00 Uhr Vorbesprechungen MP, KH, HF
13.00 – 13.30 Uhr Eingangskontrolle Foyer Remise
13.30 – 16.30 Uhr Delegiertenversammlung Remise
16.30 – 18.00 Uhr Apéro, unter der Kornschütte

Vorstand 10 Stimmen von 11

(Erklärung: ☒ = Anwesend)

Präsident	☒ Daniel Meyer DM		
Vorstand	Vertreter Milchproduzenten	Vertreter Käsehersteller	Vertreter Handelsfirmen
	☒ Christoph Baumgartner CB	☒ Jacques Gygax JG	☐ Name
	☒ Pierre-André Pittet PAP	☒ Markus Liechti ML	☒ Marc Neuenschwander MN
	☒ Christian Troxler CT	☒ Urs Kämpfer UK	☐ Sandro Renz SR
	☒ Fritz Wyss FW	☒ Roman Zemp RZ Top 10	☒ Josef Wyss JW

Geschäftsstelle (keine Stimmen)

☒ Urs Schluechter USC	☒ Deborah Ackermann DA	☒ Martin Brandt MB
☒ Cornelia Brechbühl CBr	☒ Werner Gerber WG	☒ Maria Stalder MS
☒ Marcel Rytz MR	☒ Katrin Tadic-Batt KTB (Protokoll)	☐
☒ Daniel Wochner DW		

Funktionäre (keine Stimmen)

Treuhand Zentrum	☒ Mark Schüpbach
Lenz & Staehelin	☒ Jürg Simon

Delegierte Milchproduzent:innen 28 Stimmen von 30

☒ Baettig Michel	☒ Eugster Andreas	☒ Liechti Markus	☒ Schmocker Beat
☐ Berner Markus	☒ Furrer Pirmin	☒ Muff Hubert	☒ Stalder Armin
☒ Brägger Pius	☒ Häni Martin	☒ Müller Micaël Stv. für Wiedmer Martin	☒ Stern Jsabel
☒ Brühlmann Christoph	☒ Haffa Heinz	☒ Mürnger Stephan	☒ Studer Franz
☒ Bucheli Christof	☒ Hinnen Thomas	☒ Oswald Heinz	☒ Thomann Simon
☒ Daenzer Daniel	☒ Kipfer Martin	☒ Rey Markus	☒ Vetterli Urs
☒ Duppenenthaler Simon	☐ Koch Pirmin	☒ Rohrbach Beat	
☒ Etter Daniel	☒ Leuenberger Thomas	☒ Ruchti Martin	

Delegierte Käsehersteller:innen 28 Stimmen von 30

☒ Baumgartner Fritz	☒ Häni Oskar	☐ Keusen Stefan	☒ Schöpfer Silvio Top10
☒ Beer Reto	☒ Haldner Stefan	☒ Lang Walter	☒ Schütz Adrian
☒ Blaser Daniel Top10	☒ Hengartner Markus	☐ Leuenberger Markus	☒ Staub Eric
☒ Bucher Roman	☒ Hodel Adrian	☒ Lustenberger Elmar	☒ Studerus Ruedi
☒ Camenzind Severin	☒ Hodel Toni	☒ Manser Michael	☒ Thierstein Thomas Top10
☒ Gasser Hans Rudolf	☒ Hofer Thomas	☒ Meier Bernhard	☒ Wüthrich Urs Top 10
☒ Gerber Christian	☒ Känel Lukas	☒ Schenk Alfred Top 10	
☒ Gübeli Toni	☒ Kaufmann Toni	☒ Schlegel Roland Stv. Michael Wick	

Delegierte Handelsfirmen Vertreter:innen 25 Stimmen von 30

Alibona AG 2 Stimmen	☒ Wüthrich Jürg	Käserei Laubbach 1 Stimme	☒ Miguel De Lima
Alpenswiss AG 2 Stimmen	☒ Hinder Urban	Käserei Ebersecken 0 von 1 Stimme	☐ Steinmann-Hoyo Hans
Crema SA 2 Stimmen	☒ Hostettler Beat	Käserei Neuen- schwander 2 Stimmen	☒ Neuenschwander Thomas
ELSA Group SA 2 Stimmen	☒ Pieraerts Edouard	Lustenberger & Dürst SA 2 Stimmen	☒ Gander Simon
Emmi Schweiz AG 5 Stimmen	☒ Gilgen Urs	Michel Christian 0 von 1 Stimme	☐ Michel Christian
Gourmino AG 2 Stimmen	☒ Vogel Benjamin	Milka Käse AG 2 Stimmen	☒ Mathier Michael
Hardegger Käse AG 2 Stimmen	☒ Hardegger Josef	Mooser Chäsi GmbH 0 von 1 Stimme	☐ Michel Christian
InterCheese AG 1 Stimme	☒ Wey Leonhard	Spirit Market GmbH 0 von 1 Stimme	☐ Künzi Tobias
Jumi AG 0 von 1 Stimme	☐ Mike Glauser		

Top 10 mit Begleitung Top 10 Delegierte KH und Top 10 Vorstandsmitglieder: siehe unter Delegierte Del.KH und VS

Benima AG, Käserei Näf Guntershausen	Näf Bernhard Opprecht Michael	Käserei Unterfrittenbach	Geissbühler Walter Soom Jannik
Käserei vom Schöpfer AG Käserei Kleinstein	Schacher Thomas	Käserei Röthenbach	Leuenberger Jakob Leuenberger Veronika Bigler Urs
Käserei Bramegg	Josef Spycher Christian	Käserei Stampfli Geiss	Stampfli Jules Bühlmann Simon Mattmann Urs
Käserei Buttisholz	Schmid Erwin	KG Dürrenbühl	Wüthrich Ruth
Käserei Engelburg AG	Schlegel Marianne Luder Benno u. Silvia	Müller-Thurgau, Käserei Steinebrunn	Müller Toni und Melanie Beer Reto
Käserei Gondiswil	Thierstein Esther Schneeberger Hans u Da- maris	MBB Trutiger Bio- chäsi	Dubach Bruno Bättig Magnus Hodel Ruedi
Käserei Höhe, Signau	Schenk Barbara Mosimann Hansruedi		

Gäste

BO Butter	Rufer Alfred	Markenbot- schafter:innen ES	Torinesi Zoe Sempach Matthias Nickless
Bernischer Milchkäufer- verband	Stoll Hansjörg	OIC	Küffer Marc
Elsa Group SA	Weber Stéphane	Raclette Suisse	Kriech Jürg
Compresso	Grieder Chiara Nievergelt Suzanne	Tilsiter Switzerland GmbH	Hofer Otmar
Fromarte	Meier Paul	Treuhand-Zentrum AG	Birchmeier Bettina
Fotograf	Nemeth Sedrik	Thurgauer Milch- produzenten TMP	Kurt Krucker
Käserei Laubach AG	Scheiwiller Lukas	ZMP	Schwarz Robert
Lustenberger & Dürst	Tagmann Urs		

Beschlussfassung bei Abstimmungen

«Die DV fasst ihre Beschlüsse in offener Abstimmung mit der Zweidrittelmehrheit auf allen drei Stufen (Milchproduzenten, Käsehersteller, Reifung/Handel).» Art. 11 Abs. 2 Statuten

Beschlussfassung bei Statutenänderungen

«Die DV beschliesst Statutenänderungen mit einer Zweidrittelmehrheit auf allen drei Stufen (Milchproduzenten, Käsehersteller, Reifung/Handel).» Art. 22 Statuten

Geheime Abstimmung

«Auf Antrag der Mehrheit der anwesenden (Stimmen gemäss Einschreibung) Stimmen einer Stufe wird über die verlangten Geschäfte eine geheime Abstimmung geführt.» Art. 11 Abs. 2 Statuten

Wahlen

Wahlen in den Vorstand werden offen vorgenommen. Es entscheidet das absolute Mehr der abgegebenen (abgegebenen Stimmen bei Wahl) Stimmen. Art. 11 Abs. 3 Statuten

Geheime Wahl

Ein Dittels der anwesenden Stimmen kann eine geheime Wahl verlangen.

Delegierte Milchproduzenten DV 29. April 2025 (von der SEM Sortensektion Emmentaler Milchproduzenten nominiert)

Anrede	Name	Vorname	Adresse	PLZ Ort	Region	Tätigkeit
Herr	Baettig	Michel	Seewagen 17	6217 Kottwil	ZMP	Milchproduzent
Herr	Berner	Markus	Vereinigte Milchbauern Mitte-Ost, Poststr. 13	9200 Gossau	VMMO	Funktionär
Herr	Brägger	Pius	Müetligen 4387	9602 Müselbach	VMMO	Milchproduzent
Herr	Brühlmann	Christof	Buberg 1	9315 Neukirch-Egnach	TMP	Milchproduzent
Herr	Bucheli	Christof	Hostris 5	6247 Schötz	ZMP	Milchproduzent
Herr	Daenzer	Daniel	Schöntal 8	8489 Schalchen	VMMO	Milchproduzent
Herr	Duppenthaler	Simon	Fäilimoos 161D	4917 Melchnau	aaremilch	Milchproduzent
Herr	Etter	Daniel	Dorfplatz 2	3045 Meikirch	aaremilch	Milchproduzent
Herr	Eugster	Andreas	Rohracker 1	8512 Thundorf	TMP	Milchproduzent
Herr	Furrer	Pirmin	ZMP, Friedentalstr. 43	6002 Luzern	ZMP	Funktionär
Herr	Häni	Martin	Schwandenstrasse 10	3256 Seewil	aaremilch	Milchproduzent
Herr	Haffa	Heinz	Eckartshausen 25	8586 Andwil	TMP	Milchproduzent
Herr	Hinnen	Thomas	Zorn 1	9225 Wilen-Gottshaus	VMMO	Milchproduzent
Herr	Kipfer	Martin	Tannackerweg 15	3633 Amsoldingen	aaremilch	Milchproduzent
Herr	Koch	Pirmin	Linden 5	6289 Hämikon	ZMP	Milchproduzent
Herr	Leuenberger	Thomas	Schnydersgrabe 4	3465 Dürrenroth	aaremilch	Milchproduzent
Herr	Liechti	Markus	Oeschenmatt 273	3538 Röthenbach i.E.	aaremilch	Milchproduzent
Herr	Muff	Hubert	Windblösen 2	6206 Neuenkirch	ZMP	Milchproduzent
Herr	Münger	Stephan	Rotzenwil 391	9313 Muolen	VMMO	Milchproduzent
Herr	Oswald	Heinz	Löwenhaus 8	5886 Kümmerthausen	TMP	Milchproduzent
Herr	Rey	Markus	Raage 1	6016 Hellbühl	ZMP	Milchproduzent
Herr	Rohrbach	Beat	Niederbütschelstrasse 18	3088 Oberbütschel	aaremilch	Milchproduzent
Herr	Ruchti	Martin	Dorf 8	3087 Niedermuhlern	aaremilch	Milchproduzent
Herr	Schmocker	Beat	Enzenbühl 26	3622 Homberg	aaremilch	Milchproduzent
Herr	Stalder	Armin	Rüezligen 2	6022 Grosswangen	ZMP	Milchproduzent
Frau	Stern	Jsabel	aaremilch/SEM, Marktplatz 7	3250 Lyss	aaremilch	Milchproduzent
Herr	Studer	Franz	Brügghof 2	6170 Schüpfheim	ZMP	Milchproduzent
Herr	Thomann	Simon	Eystrasse 52	3427 Utzenstorf	aaremilch	Milchproduzent
Herr	Vetterli	Urs	Wellenbergstrasse 1	8500 Frauenfeld	TMP	Milchproduzent
Herr	Wiedmer	Martin	Bioring Emmental, Unterstutz 258	3557 Fankhaus	aaremilch	Milchproduzent

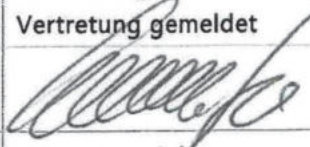
**EMMENTALER**
SWITZERLAND**Präsenzliste Delegierte Milchproduzent:innen**

Delegiertenversammlung vom 29. April 2025

Kartause Ittingen, Warth

Dauer: 13.30 – 17.00 Uhr

Name/Vorname	Adresse	Unterschrift
Michel Baettig ✓	Seewagen 17, 6217 Kottwil	
Berner Markus ✓	WMMO, Poststrasse 13, 9200 Gossau	Entschuldigt ohne Vertretung
Brägger Pius ✓	Müetligen 4387, 9602 Müselbach	
Brühlmann Christof ✓	Buberg 1, 9315 Neukirch-Egnach	
Bucheli Christof ✓	Hostris 5, 6247 Schötz	
Daenzer Daniel ✓	Schöntal 8, 8489 Schalchen	
Duppenthaler Simon ✓	Fällimoos 161 D, 4917 Melchnau	
Etter Daniel ✓	Dorfplatz 2, 3045 Meikirch	
Eugster Andreas ✓	Rohracker 1, 8512 Thundorf	
Furrer Pirmin ✓	ZMP, Fiedentalstr. 43, 6002 Luzern	
Häni Martin ✓	Schwandenstrasse 10, 3256 Seewil	
Haffa Heinz ✓	Eckartshausen 25, 8586 Andwil	
Hinnen Thomas ✓	Zorn 1, 9225 Wilen-Gottshaus	
Kipfer Martin ✓	Tannackerweg 15, 3633 Amsoldingen	

Koch Pirmin ✓	Linden 5, 6289 Hämikon	Entschuldigt keine Vertretung gemeldet
*Leuenberger Thomas ✓	Schnydersgrabe 4, 3465 Dürrenroth	
Liechti Markus ✓	Oeschenmatt 273, 3538 Röthenbach i.E.	M. Liechti
Muff Hubert ✓	Windblösen 5, 6206 Neuenkirch	H. Muff
Müller Micaël	SMP, Laubeggstrasse 68, 3006 Bern	Vollmachtsformular ist OK
Stv. für Wiedmer Martin)	Bioring Emmet., Unterstutz 258, 3557 Fankhaus	Entschuldigt
Münger Stephan ✓	Rotzenwil 391, 9313 Muolen	
Oswald Heinz ✓	Löwenhaus 8, 5886 Kümmerthausen	H. Oswald
Rey Markus ✓	Raage 1, 6016 Hellbühl	Markus Rey
Rohrbach Beat ✓	Niederbütschelstr. 18, 3088 Oberbütschel	B. Rohrbach
Ruchti Martin ✓	Dorf 8, 3087 Niedermuhlern	M. Ruchti
Schmocker Beat ✓	Enzenbühl 26, 3622 Homberg	B. Schmocker
Stalder Armin ✓	Rüezligen 2, 6022 Grosswangen	A. Stalder
Stern Jsabel ✓	Aaremilch /SEM, Marktplatz 7, 3250 Lyss	J. Stern
Studer Franz ✓	Brügghof 2, 6170 Schüpfheim	F. Studer
Thomann Simon ✓	Eystrasse 52, 3427 Utzenstorf	S. Thomann
Vetterli Urs ✓	Wellenbergstr. 1, 8500 Frauenfeld	U. Vetterli

*Stimmenzähler



EMMENTALER.
SWITZERLAND

Beilage 2: Vollmacht Stellvertretung Delegiertenversammlung 2025

Ich kann leider nicht an der Delegiertenversammlung, vom 29. April 2025 teilnehmen und erteile gemäss Statuten ES, Art. 9, Abs. 6 die Vollmacht zur Vertretung meiner Delegiertenstimme an:

Stellvertretung (ankreuzen) ☒ Gruppe Milchproduzenten oder ☐ Gruppe Käsehersteller

Vorname/Name: Micaël Müller

Adresse: Schweizer Milchproduzenten SMP, Laubeggstrasse 68

PLZ/Ort: 3006 Bern

E-Mail: micael.mueller@swissmilk.ch

Telefon: 031 359 51 11

Unterzeichnender abgemeldete:r Delegierte:r

Vorname/Name: Martin Wiedmer

Ort, Datum: Fankhaus, 15.4.25

Telefon: 034 495 61 36

Unterschrift:

H. L. Wiedmer

Dieses Formular ist bis spätestens am 11. April 2025 unterzeichnet zurückzusenden an:

Emmentaler Switzerland, Zieglerstrasse 43 B, Postfach, 3000 Bern 14
k.tadic-batt@emmentaler.ch

Delegierte Käsehersteller DV 29. April 2025 (von der IG Emmentaler Käser nominiert)

Anrede	Name	Vorname	Adresse	PLZ Ort	Region	Tätigkeit
Herr	Baumgartner	Fritz	Käserei Mühlekehr, Mühlestr. 31	3556 Trub	Bern	Milchkäufer
Herr	Beer	Reto	Käserei Müller-Thurgau AG, Amriswilerstr. 80	9314 Steinebrunn	Ostschweiz	Meisterkäser
Herr	Blaser	Daniel	Käserei Unterfrittenbach	3436 Zollbrück	Bern	Milchkäufer
Herr	Bucher	Roman	Käserei Winon	6215 Beromünster	Zentralschweiz	Betriebsleiter
Herr	Camenzind	Severin	Käserei Camenzind	8489 Schalchen	Ostschweiz	Milchkäufer
Herr	Gasser	Hans Rudolf	Bergkäserei Oberei, Oberei 313A	3618 Süderen	Bern	Milchkäufer
Herr	Gerber	Christian	Käserei Neukirch, Käsereistrasse 79	9217 Neukirch a.d. Thur	Ostschweiz	Milchkäufer
Herr	Gübeli	Toni	Käserei Dreien, Müselbachstr. 559	9612 Dreien	Ostschweiz	Milchkäufer
Herr	Haldner	Stefan	Käserei Sommeri AG, Hauptstrasse 39	8580 Sommeri	Ostschweiz	Milchkäufer
Herr	Häni	Oskar	Käserei Oberwil	3298 Oberwil b. Büren	Bern	Milchkäufer
Herr	Hengartner	Markus	Hengartner Straub AG, Rohrenmoos 521	9308 Lömmenschwil	Ostschweiz	Milchkäufer
Herr	Hodel	Toni	Käserei Hodel und Odermatt GmbH/ Käserei Eschenbach, Alte Kantonsstrasse 2	6274 Eschenbach	Zentralschweiz	Milchkäufer
Herr	Hodel	Adrian	Hodel Käse AG, Käserei Windblösen	6206 Neuenkirch	Zentralschweiz	Milchkäufer
Herr	Hofer	Thomas	Dorfchäsi Hofer Aarwangen AG	4912 Aarwangen	Bern	Milchkäufer
Herr	Känel	Lukas	Käserei Thörigen, Burgdorfstrasse 15	3367 Thörigen	Bern	Betriebsleiter
Herr	Kaufmann	Toni	Dorf-Chäsi Hergiswil AG, Dorfstr. 23	6133 Hergiswil	Zentralschweiz	Milchkäufer
Herr	Keusen	Stefan	Käserei Uebeschi, Dorf 158	3635 Uebeschi	Bern	Betriebsleiter
Herr	Lang	Walter	Käserei Seetal AG, Aescherstr. 1	6289 Hämikon	Zentralschweiz	Milchkäufer
Herr	Leuenberger	Markus	Käserei Arni	3508 Arni	Bern	Betriebsleiter
Herr	Lustenberger	Elmar	Napf-Chäsi AG, Unterdorf 13	6156 Luthern	Zentralschweiz	Betriebsleiter
Herr	Manser	Michael	Käserei Laubbach AG, Laubbach 330	9205 Waldkirch	Ostschweiz	Betriebsleiter
Herr	Meier	Bernhard	Käserei Hüpfenboden, Hüpfenboden 422	3555 Trubschachen	Bern	Milchkäufer
Herr	Schenk	Alfred	Käserei Höhe, Höhe 321	3534 Signau	Bern	Betriebsleiter
Herr	Schöpfer	Silvio	Käse vom Schöpfer AG, Siggehuse 6	6170 Schüpfheim	Zentralschweiz	Milchkäufer
Herr	Schütz	Adrian	Käserei Utzenstorf, Bahnhofstrasse 41	3427 Utzenstorf	Bern	Betriebsleiter
Herr	Staub	Eric	Käserei Meikirch, Dorfplatz 1	3045 Meikirch	Bern	Betriebsleiter
Herr	Studerus	Ruedi	Dorfkäserei Thundorf, Käsereistr. 5	8512 Thundorf	Ostschweiz	Milchkäufer
Herr	Thierstein	Thomas	Käserei Gondiswil, Dorf 40	4955 Gondiswil	Bern	Milchkäufer
Herr	Wick	Michael	Käserei Engelburg AG, St.Galler Strasse 3	9032 Engelburg	Ostschweiz	Milchkäufer
Herr	Wüthrich	Urs	Käserei Dürrenbühl	4954 Wyssachen	Bern	Betriebsleiter



EMMENTALER®
SWITZERLAND

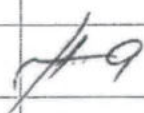
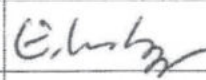
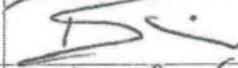
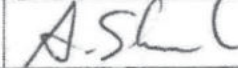
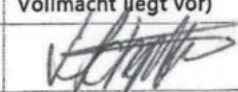
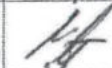
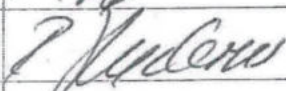
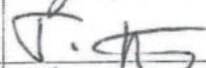
Präsenzliste Delegierte Käsehersteller:innen

Delegiertenversammlung vom 29.04.2025

Kartause Ittingen, Warth

Dauer: 13.30 – 17.00 Uhr

Name/Vorname	Adresse	Unterschrift
Baumgartner Fritz ✓	Käserei Mühlekehr 6556 Trub	
Beer Reto ✓	Käserei Müller-Thurgau, 9314 Steinebrunn	
Blaser Daniel ✓	Käserei Unterfrittenbach, Zollbrück	
Bucher Roman ✓	Käserei Winon, Beromünster	
Camenzind Severin ✓	Käserei Camenzind GmbH/Fehraltorf, 8489 Schalchen	
Gasser Hans Rudolf ✓	Bergkäserei Oberei, 3618 Süderen	
Gerber Christian ✓	Käserei Neukirch, 9217 Neukirch a.d. Thur	
Gübeli Toni ✓	Käserei Dreien, 9612 Dreien	
Häni Oskar ✓	Käserei Oberwil, 3298 Oberwil b. Büren	
Haldner Stefan ✓	Käserei Sommeri AG, 8580 Sommeri	
Hengartner Markus ✓	Hengartner Straub AG, 9305 Lömmernschwil	
Hodel Adrian ✓	Hodel Käse AG, 6206 Neuenkirch	
Hodel Toni ✓	Käserei Hodel & Odermatt GmbH, 6274 Eschenbach	
*Hofer Thomas ✓	Dorfchäsi Hofer, 4912 Aarwangen	
Känel Lukas ✓	Käserei Thörigen, 3367 Thörigen	
Kaufmann Toni ✓	Dorf-Chäsi Hergiswil AG, 6133 Hergiswil	

Keusen Stefan	Käserei Arni, 3635 Uebeschi	Entschuldigt
Lang Walter	Käserei Seetal AG, 6289 Hämikon	
Leuenberger Markus	Käserei Arni, 3508 Arni	Entschuldigt
Lustenberger Elmar	Napf Chäsi AG, 6156 Luthern	
Manser Michael	Käserei Laubach AG, 9205 Waldkirch	
Meier Bernhard	Käserei Hüpfenboden, 3555 Trubschachen	
Schenk Alfred	Käserei Höhe, 3534 Signau	
Schlegel Roland	Käserei Engelburg AG, 9032 Engelburg	(Vertretung Michael Wick Vollmacht liegt vor)
Schöpfer Silvio	Käse vom Schöpfer, 6170 Schüpfheim	
Schütz Adrian	Käserei Utzenstorf, 3427 Utzenstorf	
Staub Eric	Käserei Meikirch, 3045 Meikirch	
Studerus Ruedi	Dorfkäserei Thundorf, 8512 Thörigen	
Thierstein Thomas	Käserei Gondiswil, 4955 Gondiswil	
Wüthrich Urs ✓	Käserei Dürrenbühl, 4954 Wyssachen	

* Stimmenzähler



EMMENTALER.
SWITZERLAND

Beilage 2: Vollmacht Stellvertretung Delegiertenversammlung 2025

Ich kann leider nicht an der Delegiertenversammlung, vom 29. April 2025 teilnehmen und erteile gemäss Statuten ES, Art. 9, Abs. 6 die Vollmacht zur Vertretung meiner Delegiertenstimme an:

Stellvertretung (ankreuzen) ☐ Gruppe Milchproduzenten oder ☒ Gruppe Käsehersteller

Vorname/Name:

Roland Schlegel

Adresse:

St. Gallerstrasse 3

PLZ/Ort:

9032 Engelburg

E-Mail:

roland.schlegel@gmx.ch

Telefon:

077/470'44'14

Unterzeichnender abgemeldete:r Delegierte:r

Vorname/Name:

Michael Wille

Ort, Datum:

Engelburg 8.4.25

Telefon:

079/336'13'65

Unterschrift:

[Handwritten signature]

Dieses Formular ist bis spätestens am 11. April 2025 unterzeichnet zurückzusenden an:

Emmentaler Switzerland, Zieglerstrasse 43 B, Postfach, 3000 Bern 14
k.tadic-batt@emmentaler.ch

**EMMENTALER.**
SWITZERLAND**Präsenzliste Delegierte Reifung/Handel**

Delegiertenversammlung vom 29.04.2025

Kartause Ittingen, Warth

Dauer: 13.30 – 17.00 Uhr

Handelsfirma /Vertreter:in	Unterschrift	Stimmen
Alibona AG / Wüthrich Jürg ✓		2
Alpenswiss AG / Hinder Urban ✓		2
Cremo SA / Beat Hostettler ✓		2
ELSA Group SA / Pleraerts Edouard ✓		2
Emmi Schweiz / Gilgen Urs ✓		5
Gourmino AG / Benjamin Vogel ✓		2
Hardegger Käse AG / Hardegger Josef ✓		2
InterCheese AG / Wey Leonhard ✓		1
Jumi AG / Mike Glauser ✓	Entschuldigt	0 (von 1)
Käserei Ebersecken / Steinmann-Hoyo Hans ✓		1
Käserei Laubbach AG Miguel De Lima ✓		1
Käserei Neuenschwander AG / *Neuenschwander Thomas ✓		2
Lustenberger & Dürst SA / Gander Simon ✓		2
Michel Christian /Michel Christian ✓	Entschuldigt	0 (von 1)
Milka Käse AG / Mathier Michael ✓		2
Mooser Chäsi GmbH /Egger Peter ✓	Entschuldigt	0 (von 1)
Spirit Market GmbH / Künzi Tobias ✓	Entschuldigt	0 (von 1)

*Stimmenzähler



EMMENTALER.
SWITZERLAND

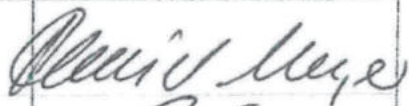
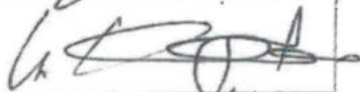
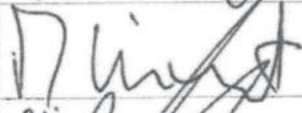
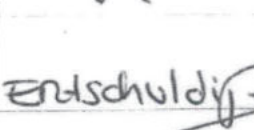
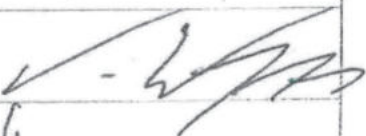
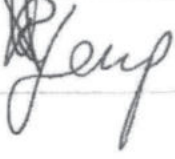
VS: MP 8
KA 4
HF 2

Präsenzliste Vorstand

Delegiertenversammlung vom 29.04.2025

Kartause Ittingen, Warth

Dauer: 13.30 – 17.00 Uhr

Name/Vorname	Gruppe	Unterschrift
Meyer Daniel	Präsident	
Baumgartner Christoph ✓	Vizepräsident/Milchproduzenten	
Gygax Jacques ✓	Käsehersteller	
Kämpfer Urs ✓	Käsehersteller	
Liechti Markus ✓	Käsehersteller	
Neuenschwander Marc ✓	Reifung/Handel	
Pittet Pierre-André ✓	Milchproduzenten	
Renz Sandro ✓	Reifung/Handel	Entschuldigt
Troxler Christian ✓	Milchproduzenten	
Wyss Fritz ✓	Milchproduzenten	
Wyss Josef ✓	Reifung/Handel	
Zemp Roman ✓	Käsehersteller	

Emmentaler Switzerland
Consortium Emmentaler AOP
Zieglerstrasse 43 B
Postfach, 3000 Bern 14

Telefon +41 (0)31 388 42 42
Fax +41 (0)31 388 42 40
info@emmentaler.ch
www.emmentaler.ch



EMMENTALER
SWITZERLAND

Käserei Rohner AG
Herr Arnold Rohner
Wilerstrasse 27
9602 Bazenheid

Rechnung

Nummer	215761	Datum	15.10.2024
Seite	1	Konditionen	30 Tage netto
BZ Nummer	3453.0	MWST UID	CHE-100.520.783 MWST
Adress Nr.	3453	Sachbearbeiter	Brandt Martin
Betreff	08_Produktion August 2024	IBAN	CH0704835079751221003
Referenz	Selbsthilfemassnahmen/Beitrag Nichtmitglieder	SWIFT	CRESCHZZ80A

Pos.	Artikel N°	Bezeichnung	Menge	Einh.	Preis	Betrag
------	------------	-------------	-------	-------	-------	--------

Hergestellter Emmentaler gemäss Meldung der TSM GmbH berechnet mit dem Ausbeutefaktor 8.15:

1	SHB_08	Beitrag Selbsthilfemassnahmen / Prod. August 482'792 kg Milch x 0.0815 = 39'348 kg Käse	39'348	kg	0.70	27'543.60
---	--------	--	--------	----	------	-----------

*Produzenten, die den produzierten Emmentaler AOP direkt an den Endverbraucher
für dessen Haushalt vermarkten und diese direkt abgesetzte Menge belegen können,
können diese Beiträge bei der Geschäftsstelle ES zurückfordern.*

Der Bundesrat hat die Verlängerung der Beiträge der Nichtmitglieder
zur Finanzierung von Kommunikationsmassnahmen in der Höhe von 70 Rappen pro Kilogramm
vom 1. Januar 2022 bis 31. Dezember 2025 gutgeheissen.

Wir weisen Sie auf die Bestimmung der VBPO hin, welche im Artikel 12 "Durchführung der Massnahmen", Abs. 4 festgehalten ist:

"Die Branchen- und Produzentenorganisationen verfügen die Durchführung der Massnahmen, wenn die Betroffenen diese nicht ausführen.
Sie verfügen die Beiträge, wenn die Betroffenen dies verlangen."

Zwischentotal			27'543.60
U109	zuzüglich 8,1% MWST	Basis: 27'543.60	2'231.03
Rundungsdiff.			0.02
Total	CHF		29'774.65



EMMENTALER
SWITZERLAND

Beilage zu Traktandum: 5

Delegiertenversammlung vom:

29. April 2025

Gesuch um Verlängerung Selbsthilfebeitrag SHB für Nichtmitglieder 1.1.2026 – 31.12.2029

Gemäss der Verordnung über die Ausdehnung der Selbsthilfemassnahmen von Branchen- und Produzentenorganisationen (VBPO SR 919.117.72), Abschnitt D, Ziffer 4, gilt die Beitragspflicht für Nichtmitglieder von Emmentaler Switzerland von 70 Rappen je Kilogramm produzierten Emmmentalers bis zum 31. Dezember 2025. Soll die Verlängerung der Beitragspflicht für Nichtmitglieder von Emmentaler Switzerland beim Bundesrat (Bundesamt für Landwirtschaft BLW) beantragt werden, ist die Zustimmung der Delegiertenversammlung ES notwendig.

Antrag

Die Delegiertenversammlung ES beschliesst, dass Emmentaler Switzerland beim Bundesrat (Bundesamt für Landwirtschaft BLW) ein Begehren, um Weiterführung des Beitrags für Nichtmitglieder von CHF 0.70/kg Emmentaler ALOP ab Produktion 1. Januar 2026 bis 31. Dezember 2029, stellt.

7. April 2025/usc



EMMENTALER.
SWITZERLAND

R

DIE POST
LA POSTE
LA POSTA

3000 Bern 14

PP



98.34.143246.00016108
Recommandé Suisse



Uneingeschrieben zurück
Retour non recommandé
Ritorno non raccomandato



Emmentaler Switzerland
Consortium Emmentaler AOP
Zieglerstrasse 43 B
Postfach
CH-3000 Bern 14

