

Medienmitteilung vom 29. April 2022

Zweitbestes Ergebnis für Appenzeller[®] Käse im Geschäftsjahr 2021

Im zweiten Jahr der Coronapandemie hat die Sortenorganisation Appenzeller Käse es nahezu geschafft, den Gesamtabsatz des erfolgreichen Vorjahres zu halten beziehungsweise nur geringfügig zu unterschreiten. Im Exportgeschäft wurde der Absatz sogar deutlich gesteigert, sodass die Sortenorganisation im Geschäftsjahr 2021 insgesamt ihr zweitbestes Ergebnis erzielte. Einen wichtigen Beitrag dazu lieferte auch die Lancierung der neuen Markenkampagne, welche zu Impulskäufen am Regal und an der Theke führte.

Zur diesjährigen ordentlichen Gesellschafterversammlung konnten sich nach zwei Pandemiejahren endlich alle wieder einmal persönlich treffen. Gemeinsam blickte man auf das vergangene Jahr zurück und stellte dabei Erfreuliches fest.

Insgesamt wurden im Geschäftsjahr 2021 9'743 Tonnen Appenzeller[®] Käse produziert, was das zweitbeste Resultat in der Geschichte von Appenzeller[®] Käse darstellt. Absatzzuwächse gab es beim Appenzeller[®] Bio sowie beim Appenzeller[®] Edel-Würzig, zusätzlich wurde im Berichtsjahr der neue Appenzeller[®] Höhlengold / Cave d'Or lanciert, sodass das Portfolio an länger gereiften Appenzeller[®] Käsen mittlerweile auf vier Artikel angestiegen ist. Zudem konnten mit verschiedenen Industriepartnern Lizenzverträge für verarbeitete Produkte mit Appenzeller[®] Käse abgeschlossen werden. Es zeigte sich, dass in diesem Bereich noch ein großes Potenzial vorhanden ist.

Die Verfügbarkeit konnte über das gesamte Appenzeller[®] Sortiment hinweg während des gesamten Geschäftsjahres sichergestellt werden, sodass keine Lieferschwierigkeiten zu verzeichnen waren. Angesichts der vielen Ungewissheiten in diesem zweiten Pandemiejahr darf damit von einer erfolgreichen Produktionslenkung gesprochen werden.

Rückläufiges Ergebnis im Schweizer Heimmarkt

Nach dem starken Inlandswachstum von 15 Prozent im Vorjahr war absehbar, dass dieses außergewöhnliche Resultat kaum gehalten werden konnte. Zu groß war hier der Einfluss des harten Lockdowns sowie der Grenzschließungen im Vorjahr, die einen starken Heimkonsumschub ausgelöst hatten.

So wurden 4'459 Tonnen Appenzeller[®] Käse verkauft, was zum Vorjahr einem Rückgang von 7.4 Prozent entspricht. Im Vergleich zum Vorpandemiejahr 2019 bleibt damit aber immer noch ein Zuwachs von 6.4 Prozent bestehen. Ermöglicht wurde dieses Resultat durch verschiedene Distributionsgewinne in der Deutsch- und Westschweiz, durch Verpackungsoptimierungen, Lancierung von Innovationen, neue Lizenzverträge mit Industriepartnern, die Wiederaufnahme von Degustationen und Aktivverkäufen im Detailhandel sowie durch die neu aufgesetzte, starke Werbekampagne im TV-, Plakat- und Onlinebereich, die die Kernwerte von Appenzeller[®] Käse einmal mehr neu inszeniert ins Zentrum stellte und für Impulskäufe am Kühlregal und an der Theke sorgte.

Starkes Exportgeschäft

Das Exportgeschäft konnte mit +5,8 Prozent auf total 5'108 Tonnen weiter zulegen. Damit stieg der Exportanteil am Gesamtgeschäft auf total 53,4 Prozent an. Dies war dank dem starken Wachstum in den Märkten Benelux, Frankreich sowie im übrigen Europa möglich, die den moderaten Rückgang in Deutschland von -2.1 Prozent überkompensieren konnten. Es ist diesem guten Exportergebnis zu verdanken, dass der Gesamtabsatz trotz rückläufiger Entwicklung im Inland lediglich um 0,8 Prozent abnahm und das hervorragende Gesamt-Vorjahresresultat fast gehalten werden konnte.

Erfolgreiche Marketing- und Kommunikationsmassnahmen

Mit grossem Erfolg wurde eine neue internationale Markenkampagne lanciert, welche im TV, im Web-TV und in den sozialen Medien zu sehen war. Weltbekannte Hollywoodgrössen wie Charlie Chaplin, Sherlock Holmes und Marilyn Monroe spielten mit, mussten aber einsehen, dass auch sie den eisern schweigenden Sennen das Geheimnis des Geschmacks von Appenzeller[®] nicht entlocken konnten. Zudem erwies sich ein Aprilscherz im Onlinemarketing als überaus erfolgreicher Sympathieträger und Hingucker für die Marke Appenzeller[®]: Die erste Website zum Riechen! Die nationale Presse berichtete schweizweit davon. Das ganze Jahr hindurch wurde die Marke Appenzeller[®] in allen Kommunikationskanälen, online wie offline, am Verkaufspunkt wie auch im Regal sichtbar gemacht und aufmerksamkeitsstark inszeniert. Dies trug dazu bei, dass die Appenzeller[®] Werbung mit dem Käsegeheimnis die Marke ganz zuoberst präsent hält in den Köpfen von Käseliehabern.

Ein klares Bekenntnis zu mehr Nachhaltigkeit und Tierwohl

Im Rahmen der diesjährigen Gesellschafterversammlung wurden verschiedene neue Regelungen im Themenbereich Nachhaltigkeit und Tierwohl im Basisreglement per Abstimmung verankert. So gilt für die Milchproduktion der Branchenstandard nachhaltige Schweizer Milch BNSM als minimaler Standard. Alles Jungvieh ab einjährig sowie die Milchkühe der Betriebe müssen zudem entsprechend dem Tierwohlstandard "RAUS" gehalten werden. Sofern ein Betrieb Soja verfüttert, darf einzig Soja eingesetzt werden, welches dem Standard des Soja Netzwerkes Schweiz entspricht und aus dem Herkunftsgebiet der Schweiz oder Europa unter Ausschluss von Russland sowie von Russland annektierter Gebiete stammt. Damit ist der Einsatz von Soja aus Übersee tabu.

Aber auch die Käsereien und Handelsfirmen werden zur Nachhaltigkeit beitragen. So müssen die Käsereien beim Branchenstandard nachhaltige Schweizer Milch BNSM angemeldet sein und die Branchenlösung «Energiediagramm nach 2021» einhalten oder die «Fromarte Checkliste Nachhaltigkeit» umsetzen. Die Handelsfirmen verpflichten sich, bei Energie und Transport Lösungen zu wählen, welche dem Standard DIN EN ISO 14001 genügen.

Die Sortenorganisation Appenzeller Käse ist überzeugt, mit der stärkeren Gewichtung von Tierwohl und Nachhaltigkeit einen wichtigen gesellschaftlichen Beitrag zu leisten und der höheren Sensibilisierung unserer Konsumentinnen und Konsumenten gegenüber diesen Themen Rechnung zu tragen.

Kontaktadresse

SO Appenzeller Käse GmbH
Christoph Holenstein
Direktor
Poststraße 12
9050 Appenzell
c.holenstein@appenzeller.ch
Tel. +4171788 30 40
Fax +4171788 30 45