



Switzerland Cheese Marketing AG

Brunnmattstrasse 21  
Postfach, CH-3001 Bern  
T +41 31 385 26 26  
F +41 31 385 26 27  
info@scm-cheese.com  
www.schweizerkäse.ch

Medienmitteilung vom 7. Juni 2019

## Steigende Nachfrage nach Schweizer Käse

***2018 war alles in allem ein positives Jahr für die Schweizer Käsebranche. Sowohl die Exporte von Schweizer Käse als auch die Nachfrage nach Schweizer Käse im Inland konnten gesteigert werden. Um die Dynamik der Branche weiter zu stärken, hat SCM zudem beschlossen, ihre Aktivitäten in sechs neuen Märkten nachhaltig zu intensivieren.***

An ihrer 21. ordentlichen Generalversammlung in Affoltern im Emmental blickte die Switzerland Cheese Marketing AG (SCM) gemeinsam mit ihren Aktionären auf die Aktivitäten des Jahres 2018 zurück. David Escher, Geschäftsführer von SCM, stellte erfreut fest, dass laut Nielsen-Daten „der Anteil der in der Schweiz eingekauften Schweizer Käse weiter zunimmt“. Aber das ist nicht die einzige gute Nachricht: Tatsächlich stiegen auch die Exporte (+1,4% volumenmässig), sowohl in die europäischen als auch in die aussereuropäische Märkte. Im gesättigten und wettbewerbsintensiven europäischen Markt entwickelte sich das Wachstum nur schwach. Deshalb hat sich SCM dafür entschieden, ihre Aktivitäten in sechs besonders vielversprechenden Märkten zu intensivieren. So können sich die Schweizer Käseexporteure und Sortenorganisationen neu auch in den nordischen Ländern auf einen SCM-Experten verlassen, welcher ausschliesslich für die Promotion und das Marketing von Schweizer Käse arbeitet. Und in unmittelbarer Zukunft soll eine solche Option mit einem SCM-Experten auch in den USA umgesetzt werden. Der Export von Schweizer Käse bleibt unerlässlich, damit das aktuelle Produktionsniveau gehalten werden kann, liegt dieses doch deutlich über dem Schweizer Verbrauch. Die weltweite Suche nach neuen Absatzmöglichkeiten ist daher eine grosse Herausforderung, der sich SCM zu stellen hat.

### **Konsumenten- und Trademarketing für Schweizer Käse**

Über die letzten 20 Jahre hat sich SCM als Kompetenzzentrum für die Vermarktung von Schweizer Käse etabliert. Mit ihren Aktivitäten will SCM sowohl beim Endkonsumenten, im Handel, als auch in der Lebensmittelindustrie verankern, dass die Schweizer Käse „die beliebtesten Premium-Käse der Welt“ sind. So inszeniert der Schweizer Käse seit dem Herbst 2018 mittels einer völlig neuen, unkonventionellen Basiskampagne in neun Filmen/Spots seine Mehrwerte. Schweizer Käse zeigt sich stolz über diese inneren Werte und möchte sie deshalb auch mit den Konsumenten teilen, zumal sie dessen Erwartungen entsprechen. Für Lorenz Hirt, Präsident von SCM, „nimmt die Bedeutung dieser echten, unveränderten Mehrwerte in unserer schnelllebigen, zunehmend oberflächlichen und stark digitalisierten Welt permanent zu und bildet dadurch eine solide Basis für glaubhafte Kommunikation und überzeugendes Marketing“. Zusammen mit ihren Tochtergesellschaften konnte SCM im Jahr 2018 mehr als 300 unterschiedlichste Marketingaktivitäten umsetzen und damit über 4,7 Milliarden Kontakte generieren. Schweizer Käse wurde weltweit professionell ins Scheinwerferlicht gerückt, bekannt gemacht sowie zur Degustation und zum Kauf angeboten. Beispielsweise mittels Teilnahmen an internationalen Messen wie der Internationalen Grünen Woche in Berlin oder der Fachmesse SIAL in Paris, durch die Organisation von Schweizer Wochen im Detailhandel oder durch die



Zusammenarbeit mit klassischen Medien und Bloggern. Der Wettbewerb auf dem internationalen Käsemarkt ist hart, die Werbebudgets der Konkurrenz unvergleichlich höher. In einem solchen Kontext ist es entsprechend schwierig, sich zu differenzieren und beim Konsumenten genügend Aufmerksamkeit zu erzielen. Die Aktivitäten von SCM im Jahr 2018 erreichten oder übertrafen jedoch grossmehrheitlich alle gesteckten Ziele. Die offensive Kommunikation der inneren Werte der Schweizer Käsesorten wie die Qualität der Schweizer Milch, die traditionelle Produktion oder auch die strengen Kontrollen und Vorschriften sind in der Kommunikation unverzichtbar und dienen dazu, die Schweizer Produkte deutlich von denen der Mitbewerber zu differenzieren.

### **Frischkäse bleibt wichtigstes Importprodukt**

Frischkäse bleibt der wichtigste Importkäse und verzeichnete auch 2018 das stärkste Wachstum. Während die Käseimporte im Vergleich zu 2017 insgesamt um 1'734 Tonnen (+3,0%) anstiegen, betrug der Zuwachs der Kategorie Frischkäse und Mozzarella rund 1'337 Tonnen, was etwa 80% des Mengenwachstums entspricht. Der durchschnittliche Importpreis stieg 2018 erneut an auf CHF 6.85 / kg gegenüber CHF 6.48 / kg im Jahr 2017. Deutschland bleibt der wichtigste Markt für Schweizer Käse: sowohl bezüglich Export als auch bezüglich Import, insbesondere auch von sehr preisgünstigen Produkten für Industrie und Gastronomie.

### **Fazit der Generalversammlung von SCM**

Nach den einleitenden Worten des Verwaltungsratspräsidenten, Lorenz Hirt, zur 21. Generalversammlung von SCM, blickte Geschäftsführer, David Escher, auf das Geschäftsjahr 2018 zurück. Die SCM-Aktionäre fassten die folgenden Beschlüsse:

- Die Aktionäre genehmigen Jahresbericht und Jahresrechnung 2018; sie nehmen Kenntnis vom Bericht der Revisionsstelle 2018.
- Die Aktionäre entlasten die Geschäftsleitung und den Verwaltungsrat. Ebenfalls bestätigen sie für ein weiteres Jahr die Refiba Treuhand AG als Revisionsstelle von SCM AG.

Bilder zum Thema finden Sie auf [www.schweizerkaese.ch](http://www.schweizerkaese.ch)

Für weitere Auskünfte:

Martin Spahr, Chief Marketing Officer  
Switzerland Cheese Marketing AG  
Brunnmattstrasse 21, Postfach 8211, 3001 Bern  
Telefon 031 385 26 26 / 079 159 94 43  
E-Mail [m.spahr@scm-cheese.com](mailto:m.spahr@scm-cheese.com)