

GESCHÄFTSBERICHT 2006





Das Jahr 2006 auf einen Blick

Anhand der Auswertungen der Degustationstage 2006 können wir feststellen, dass wir von unserem wichtigsten Gegenüber, dem Konsumenten, an der Front wieder vermehrt wahrgenommen werden. Das positive Feedback, welches wir vom Sbrinz-Konsumenten erhalten, bestärkt uns darin, den begonnenen Weg in derselben Richtung weiterzuerfolgen.

Anhand der Verkaufszahlen zeigt sich ein eindeutiger Trend hin zu Convenience-Produkten. Sbrinz AOC Möckli und Sbrinz AOC Hobelrollen in kleineren Verpackungseinheiten sind sehr gefragt. Als Apéro-Snack und als kleine Zwischenmahlzeiten eignen sich Verpackungseinheiten von 100 g ausgezeichnet. Auch eine Portionsgrösse von etwa 200 bis 300 g scheint beim Konsumenten anzukommen. Mit diesen Angebotsformen lässt sich zwar eine hohe Wertschöpfung, nicht aber ein Absatz von grossen Mengen mit entsprechenden Umsätzen erzielen.

An diversen Wettbewerben durften unsere Käser Auszeichnungen für hervorragende Sbrinz AOC in Empfang nehmen. Beim Swiss Cheese Awards in Huttwil stand Herr Franz Hegglin, Käser in Greppen, zuoberst auf dem Podest, während an der Käsiade in Hopfgarten (Österreich) Herr Hans Stadelmann aus Nesslau eine silberne Auszeichnung entgegennehmen durfte. Wir gratulieren den beiden Gewinnern an dieser Stelle ganz herzlich.

An der Gesellschafterversammlung vom 27. April 2006 in der Stadthalle in Sursee haben 51 Gesellschafter teilgenommen und ein Gesamtkapital von Fr. 155 000.– vertreten. Alle Geschäfte konnten zügig erledigt werden. Die wichtigsten Traktanden: Mengensteuerung für das Käsekaufvertragsjahr 2006/2007, Änderung der Statuten, Genehmigung der Finanzen und die Wahl eines neuen Präsidenten. An seiner letzten Gesellschafterversammlung als Präsident betonte Herr Hanspeter Käslin die Wichtigkeit einer kooperativen Zusammenarbeit innerhalb der Sbrinz Käse GmbH und die Fokussierung auf

eine gemeinsame Markenpolitik. Als neuer Präsident konnte Herr Franz Brun, Nationalrat aus Sigigen/Ruswil, gewonnen werden.

Die Neuorganisation der milchwirtschaftlichen Beratung, welche aufgrund des Inkrafttretens der neuen Milchqualitätsverordnung per 1. Januar 2007 notwendig wurde, konkretisiert sich. An Stelle des MIBD wird die Beratung der Milchproduzenten und der Milchverarbeiter neu durch regionale Dienstleistungszentren sichergestellt. Durch die Übernahme des MIBD Zentralschweiz durch den Zentralschweizerischen Milchkäuferverband (ZMKV) bietet sich uns die Gelegenheit, auf bewährte Kontrolleure und Dienstleister zurückgreifen zu können. Die LaBeCo GmbH (Nachfolgeorganisation des MIBD Zentralschweiz) garantiert uns im Bereich der AOC-Kontrollen einen lückenlosen Übergang und eine gewohnte Weiterführung der Zusammenarbeit.

Im Mai hat der Bundesrat die Botschaft zur AP (Agrarpolitik) 2011 an das Parlament verabschiedet und noch vor den Sommerferien 2006 wurde die AP 2011 in der zuständigen Kommission des Ständerates traktandiert. Die Detailberatungen wurden im Herbst aufgenommen. Während sich die WTO bisher nicht auf einen neuen Vertrag einigen konnte, entschied der Bundesrat, Vorabklärungen zu einem bilateralen Agrarfreihandelsabkommen mit der EU einzuleiten. Aus Sicht der Landwirtschaft dürfte ein Agrarfreihandel mit der EU die bessere Option sein als eine absolute Anerkennung aller WTO-Grundlagen, welche einen massiven Abbau des Grenzschutzes vorgeben.

Erfreulicherweise hat sich Frau Bundesrätin Doris Leuthard bei einem Besuch bei der EU-Kommission in Brüssel für eine gegenseitige Anerkennung der AOC-Produkte starkgemacht. Eine solche gegenseitige Anerkennung würde uns mit grosser Wahrscheinlichkeit in diversen Ländern einen Marktzutritt vereinfachen.



Kurz- und mittelfristig wird uns im Export ein rauer Wind ins Gesicht wehen. Nachdem in den letzten sechs Jahren alle staatlichen Ausfuhrbeihilfen abgebaut wurden, steht nun per 1. Juni 2007 die Grenzöffnung in die EU bevor. Diese grosse Hürde ist eine echte Herausforderung für unser Produkt. Aus diesem Grund verstärken wir die Aktivitäten mit der SCM (Switzerland Cheese Marketing AG). Den Fokus legen wir auch hier auf qualitativ hochwertige Angebote im Convenience-Bereich wie Sbrinz AOC Rollen und Sbrinz AOC Möckli. Wir hoffen, dass wir die in den Jahren 2005 und 2006 exportierten Mengen mindestens halten oder sogar leicht ausbauen können.

Längerfristig setzt für uns natürlich die AP 2011 die Leitplanken. Nach Artikel 104 der Bundesverfassung (BV) sorgt der Bund dafür, dass die Landwirtschaft durch eine nachhaltige und auf dem Markt ausreichende Produktion einen wesentlichen Beitrag zur sicheren Versorgung der Bevölkerung leistet. Dazu gehören die Erhaltung der natürlichen Lebensgrundlagen, Pflege der Kulturlandschaft und der dezentralen Besiedlung des Landes. Heute erfüllt die Landwirtschaft diese Aufgaben in verlangtem Masse.

Das Kernelement der AP 2011 stellt die starke Reduktion der heute zur Preisstützung eingesetzten Mittel und deren Umlagerung in produktunabhängige Direktzahlungen dar. Die Exportsubventionen werden vollständig abgeschafft und die Mittel zur internen Marktstützung werden um mehr als die Hälfte reduziert. Zudem werden die Zölle für Futtermittel gesenkt. Der dadurch verursachte Rückgang der Preise mobilisiert das Potenzial zur Steigerung der Produktivität und zur Kostensenkung, was zu einer Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit führt.

Die Strategie der AP 2011 wird durch die folgenden fünf Handlungsachsen konkretisiert:

1. Die Konkurrenzfähigkeit von Produktion und Verarbeitung verbessern.
2. Die gemeinwirtschaftlichen Leistungen der Landwirtschaft mit einem zielgerechten Direktzahlungssystem sicherstellen und die ökologische Weiterentwicklung fördern.
3. Die Wertschöpfung und die nachhaltige Entwicklung des ländlichen Raums fördern.
4. Den Strukturwandel sozial abfedern und durch eine Lockerung des Boden- und Pachtrechts fördern.
5. Die Administration vereinfachen und die Kontrollen besser koordinieren.



Zahlen und Fakten

Produktion

Mit einer Produktion von 2000 Tonnen Sbrinz AOC im Käsekaufvertragsjahr 2007/2008 erreichen wir eine Auslastung von etwa 83%. Die genaue technische Auslastung ist insofern schwierig zu ermitteln, weil nicht alle Milchproduzenten aus der Kontingentierung ausgestiegen sind und sich einer Produzentenorganisation angeschlossen haben. Als verbindliche Grösse muss folglich die Datengrundlage der Käsereien dienen. Bei einer Produktion von 2000 Tonnen gehen wir davon aus, dass letztendlich etwa 1800 Tonnen als Sbrinz AOC zur Ausreifung in die Lager der Affineure gelangen. Bei der Differenz von 200 Tonnen handelt es sich um Ware, welche bereits während der Lagerung frühzeitig in die Industrie (etwa 120 Tonnen) geliefert wird oder anlässlich der AOC-Klassierung den geforderten Anforderungen nicht entspricht und folglich deklassiert wird (etwa 80 bis 100 Tonnen).

Qualität/Anteil AOC

An dieser Stelle muss unseren Milchproduzenten und Käsefabrikanten ein grosses Dankeschön ausgesprochen werden. Ist doch eine einwandfreie Milchqualität die Grundvoraussetzung für die Produktion eines qualitativ hoch stehenden Produkts unabdingbar. Und genau diese beiden Faktoren scheinen bei der Produktion des Kalenderjahres 2005 perfekt zusammengepasst zu haben. Mit einem Jahresdurchschnitt von 19,37 Punkten wurde die Messlatte für die Folgejahre sehr hoch gesetzt.

Vergleich:

2002: 19,16 Punkte

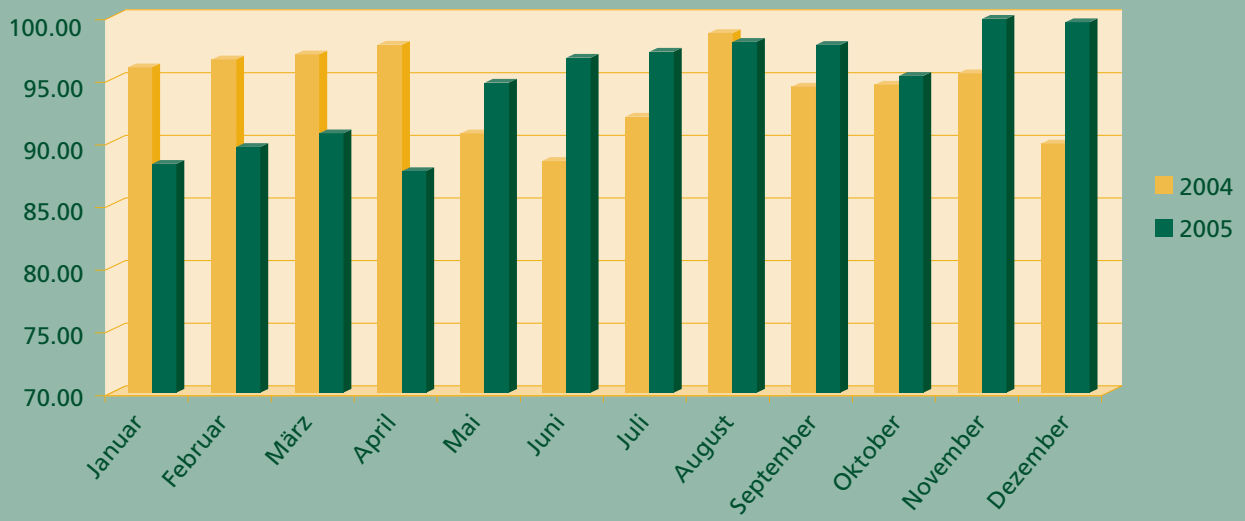
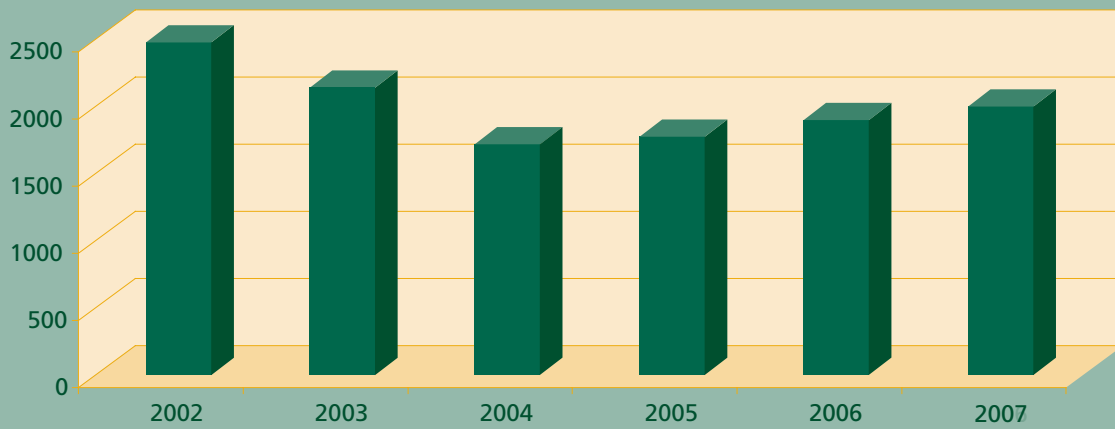
2003: 19,09 Punkte

2004: 19,04 Punkte

Mit gutem Gewissen können wir so auf der Geschäftsstelle ein Marketing betreiben, welches nicht nur auf ein Top-Produkt hinweist, sondern dieses auch tatsächlich so in den Lagern weiss. Unser Dank geht aber auch an die diversen Stellen, wie die Agroscope Liebefeld-Posieux (alp) oder an den MIBD, welche mit ihren Beratern und Kontrolleuren mit unermüdlichem Einsatz ein solches Resultat ermöglichen.

Produktion Sbrinz AOC in Tonnen

Anteil Übernahme Sbrinz AOC 2004 bis 2005 in %





Umsätze

In den ersten neun Monaten des Jahres 2006 weist die Sbrinz Käse GmbH durchschnittlich 2% Mehrverkäufe aus, welche auch auf Grund der IHA-Zahlen nachvollziehbar sind. Diese erfreuliche Situation hat sich leider im letzten Quartal nicht wiederholt und ein starkes Minus musste hingenommen werden. Unter Berücksichtigung der «Sell-Out-Aktion», welche per Ende 2005 stattgefunden hat, relativieren sich diese Verkaufszahlen allerdings ein wenig. Grundsätzlich hoffen wir alle, dass zukünftig keine «Sonderaktionen» auf Grund zu hoher Lagerbestände mehr notwendig sein werden.

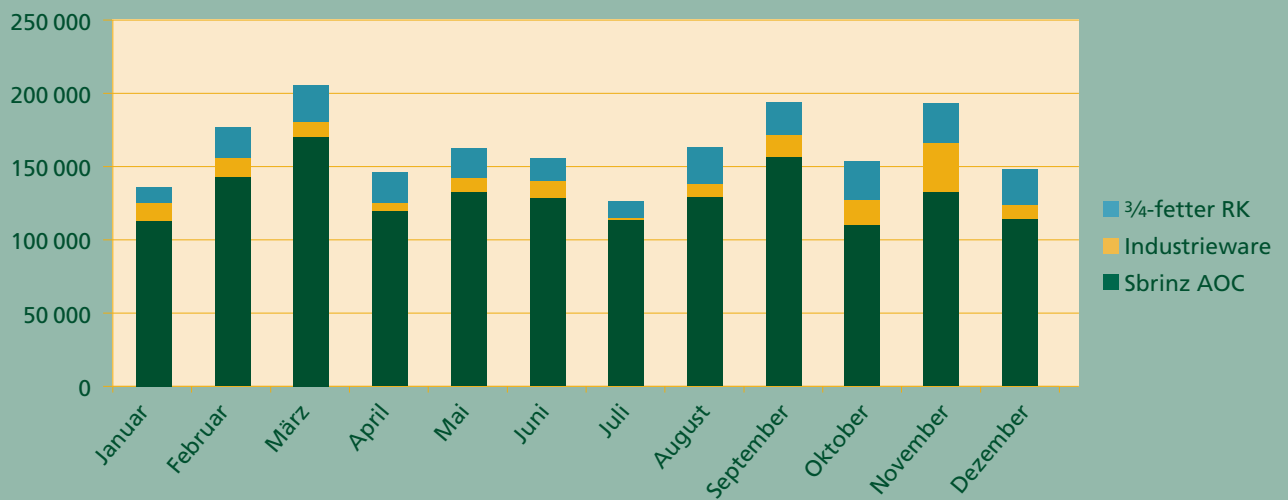
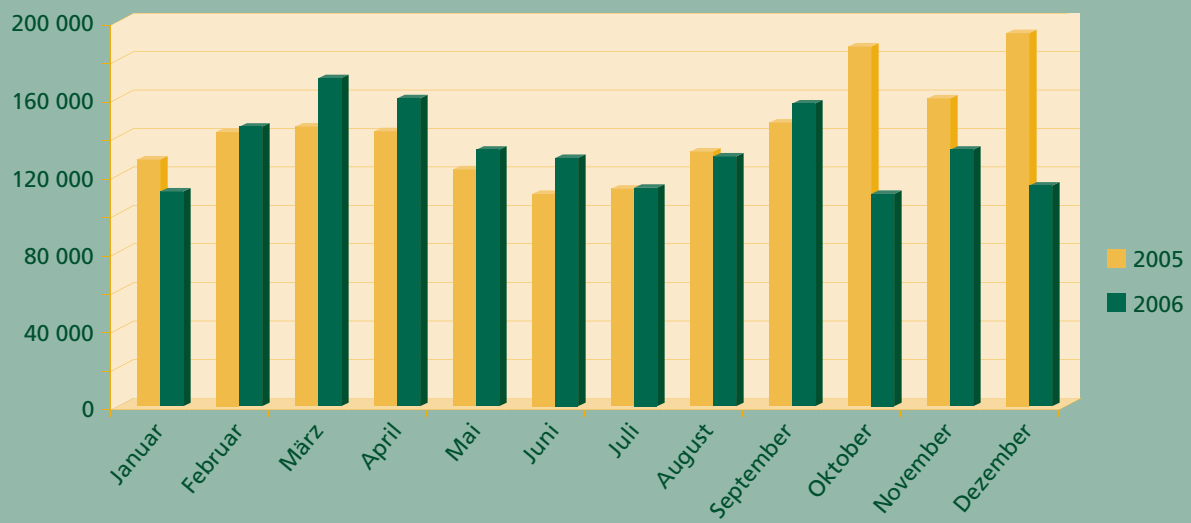
Der $\frac{3}{4}$ -fette Reibkäse dürfte nach der Öffnung der Grenzen noch mehr unter Druck geraten. Konnte die Menge im 2006 noch leicht gesteigert werden, ist ein möglicher Einbruch bereits im 2007, spätestens aber im 2008 zu erwarten.

Umsatzvergleich Sbrinz AOC 2005/2006 in kg

Umsätze Sbrinz AOC, Industrierohware und $\frac{3}{4}$ -fetter Reibkäse

Käse, welche das Prädikat «Sbrinz AOC» nicht erreichen, können als Industrierohware in kontrollierte Kanäle abgesetzt werden. In der Regel fallen aus der Gesamtproduktion etwa 6% bis 8% Industriekäse (etwa 200 Tonnen) an. Oberstes Ziel ist es aber, den AOC-Anteil bei mehr als 95% ansiedeln zu können, denn der Preisdruck auf der Industrierohware ist enorm und die Absätze sind keinesfalls gesichert. Mit einer zusätzlichen Produktion von $\frac{3}{4}$ -fettem Reibkäse kann die Betriebsauslastung kurzfristig verbessert und dem Konsumenten ein in jeder Hinsicht einwandfreies Produkt angeboten werden.

Umsätze Sbrinz AOC, Industrierohware, $\frac{3}{4}$ -fetter Reibkäse 2006 in kg





Lagerbestände

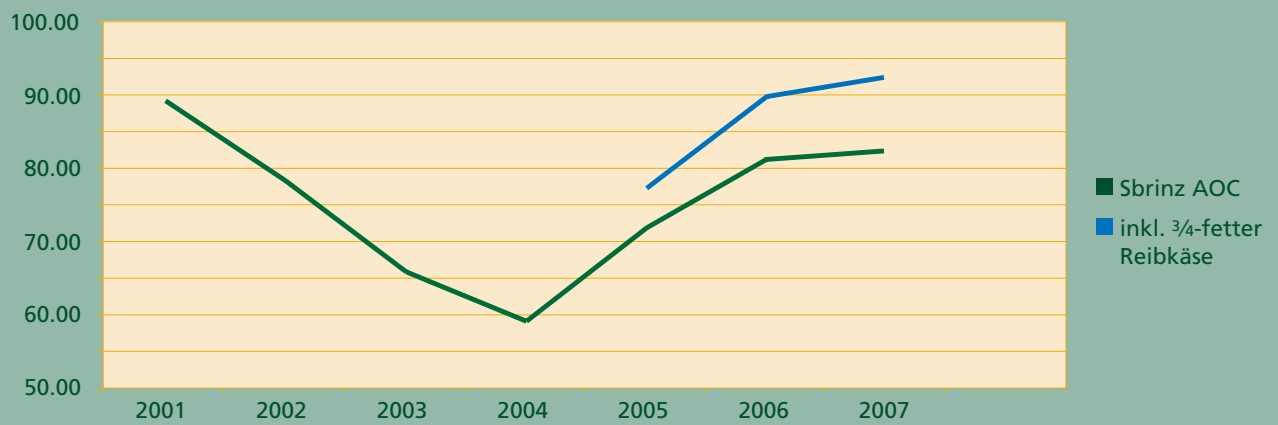
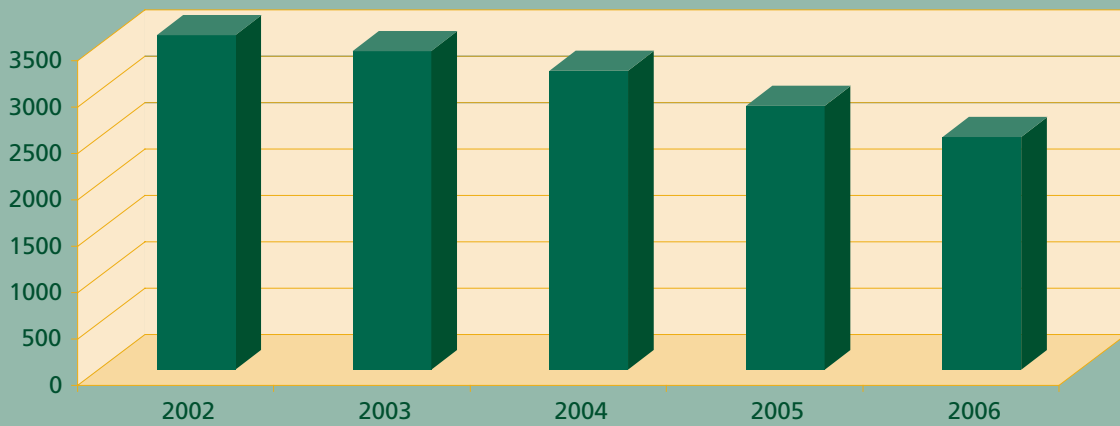
Die Lagerbestände haben im 2006 erneut um 345 Tonnen abgenommen und einen absoluten Tiefstwert von 2500 Tonnen erreicht. Wollen wir wirklich an unserem Konzept festhalten und den Sbrinz AOC mit einem durchschnittlichen Alter von 24 Monaten verkaufen, ist es unabdingbar, dass die Lagerbestände wieder auf mindestens 2700 Tonnen ansteigen. Den feinen Geschmack, verbunden mit einer angenehmen, nicht klebrigen Textur, erreicht der Sbrinz AOC wirklich erst mit etwa 24 Monaten. Mit der oben angegebenen Produktionsmenge von 2000 Tonnen wird es uns gelingen, im 2007 einen leichten Lageraufbau vorzunehmen. Die eigentliche Korrektur des Lagers dürfte allerdings erst im 2008 erfolgen. Eine exakte Mengensteuerung auf Grund der zu erwartenden Verkäufe ist hier das Mass aller Dinge.

Lagerbestände in Tonnen

Betriebsauslastung

Immer wieder zu Diskussionen Anlass gibt die Betriebsauslastung. Gehen wir von einer Sbrinz-AOC-Produktion von 2000 Tonnen und einer Produktion von 200 Tonnen $\frac{3}{4}$ -fettem Reibkäse aus, so dürften die Käsereien durchschnittlich zu über 90% ausgelastet sein. Aus betriebswirtschaftlicher Sicht spielen die Faktoren Milcheinlieferung (Menge und Milchpreis) und Betriebsauslastung bei der Preisgestaltung in Zukunft eine nicht zu unterschätzende Rolle. Es wird eine fordernde Aufgabe aller Beteiligten sein, den Preis so zu gestalten, dass eine allseits befriedigende Wertschöpfung aus dem Produkt erzielt werden kann.

Technische Betriebsauslastung





Marketing und Aktivitäten 2006

Wie anlässlich der Gesellschafterversammlung informiert wurde, lag unser Hauptaugenmerk im Bereich Marketing auch in diesem Jahr klar auf der Kommunikation. Ziel bleibt es, dem Konsumenten aufzuzeigen, welche Qualitäten der Sbrinz AOC hat und wie vielfältig er eingesetzt werden kann. Um auch im Gebiet der Westschweiz Fuss fassen zu können, wurden extra 20 Degustantinnen geschult und mit Sbrinz AOC vertraut gemacht. Voller Engagement starteten sie letzten September ihren Einsatz in Genf, im Wallis und in der Waadt.

Inland-Aktivitäten

- 540 Degustationstage im Detailhandel (COOP, MIGROS, Globus usw.) der ganzen Schweiz.
- Mehr als 90 Tage Präsenz an bewährten Publikums- und Fachmessen wie Schlaraffia, BEA, LUGA, Goûts et Terroirs, Züspa, OLMA, COMPTOIR – dies in Zusammenarbeit mit SCM und der Vereinigung AOC-IGP.
- Ausgesuchte Veranstaltungen (vorwiegend in Eigenregie): diverse Apéros, Weltrekordversuch im Mehlsuppekochen zu Gunsten der Schweizer Glückskette, Fischer's Weintage, Risottokochen mit der Gilde etablierter Köche an 42 Orten der Schweiz zu Gunsten der Multiple Sklerose, Säumerfest, Woche der Gemüse, Käsemarkt Huttwil, «Lange Nacht der Hotelbars» in ausgesuchten 4*-Hotels in Zürich und Luzern. Von ganz besonderem Wetterglück begleitet waren die Kinoabende im Seminarhotel Nottwil, wo sich die Filmfans während 14 Tagen jeweils die Filmpausen mit einem Sbrinz-Möckli verkürzten.
- Präsenz markierten wir auch an einigen Sport-Veranstaltungen. Erfreut konnten wir feststellen, dass die Athleten unserer Präsenz jeweils entgegenschauten und uns auch gerne an anderen Events sehen würden: «Slow-Up Murtensee», «Swiss Nordic Night» in vier Städten der Schweiz, Zermatt-Marathon, Jungfrau-Marathon in Interlaken. Bei diesen Anlässen werden wir teils von einem Team begeisterter Triathleten unterstützt, welche von uns für ihre Sondereinsätze auch geschult wurden.

Ausland-Aktivitäten

Den Wunsch, Sbrinz AOC auch im Ausland in einer grösseren Menge absetzen zu können, sahen wir im 2006 leider noch nicht erfüllt. Dennoch versuchten wir unser Ziel mit den uns zur Verfügung stehenden finanziellen Mitteln konsequent zu verfolgen. Unterstützend stand uns erneut die Switzerland Cheese Marketing (SCM) zur Seite. Einzelne Aktivitäten haben wir auch in Eigenregie umgesetzt (Regio-Messe Lörrach, D). Schon früh auf dem Jahresprogramm stand die SIA in Paris, wo wir, unterstützt von SCM Frankreich, während rund 10 Tagen einem interessierten Publikum Sbrinz AOC angeboten haben.

Weitere Aktivitäten, welche klar unserer Strategie und unseren Vorgaben entsprechen, wurden auch in Spanien und Italien durchgeführt. Sehr erfreulich war die verstärkte Zusammenarbeit mit SCM Deutschland: Nebst der Präsenz am Käsemarkt in Nieheim und an der «Inter-Mopro» in Düsseldorf starteten wir nach gewissen Anlaufschwierigkeiten mit Degustationen. Diese Zusammenarbeit wird im nächsten Jahr noch verstärkt werden.

Printmedien

Gezielt wurden auch im vergangenen Jahr Insertionen und Schaltungen in bewährten Fachmedien wie «Kochen», «Le Menu» usw. vorgenommen. Auch unser Hausmagazin «PANORAMA» dient uns als Sprachrohr. Der neue Aufbau mit mehr Hintergrundinformation, mit Interviews und den gluschtigen Sbrinz-Rezepten findet breiten Anklang. Mittlerweile versenden wir unser Magazin zwei Mal pro Jahr an 43 000 Adressen – und dies weltweit!

Als «Renner» präsentiert sich auch das neue Rezeptbüchlein, welches auf der Feiertagsausgabe vom «Le Menu» erstmals erschien und seither am POS reissenden Absatz findet.



Internet

Stets aktualisiert präsentiert sich unser Internet-Auftritt. Hier finden sich Angaben zu aktuellen Veranstaltungen ebenso wie jede Menge an Informationen über die Geschichte, Herstellung von Sbrinz AOC sowie über die Sortenorganisation. Die Plattform Internet möchten wir zukünftig noch aktiver nutzen und für die Internet-Nutzer auch noch attraktiver gestalten.

Infrastruktur

Wenn auch die Anschaffung unserer Zelte, Theken und Roll-Displays mit grossen finanziellen Ausgaben verbunden war, so können wir doch voller Überzeugung sagen, dass sich diese gelohnt haben: Während des ganzen Jahres wird die vorhandene Infrastruktur genutzt, dies sowohl von Käsereien, Handelsfirmen und Genossenschaften ebenso wie von Privatbesitzern (Detailhändler, Ladenbesitzer). Die Nachfrage und Reservationen während des ganzen Jahres zeugen davon, dass wir in unserem Tun zum Wohle des Sbrinz von vielen weiteren Helfern aktiv unterstützt werden.

Sämtliche Aktivitäten des letzten Jahres tragen dazu bei, dass wir insbesondere im Detailhandel positive Resultate feststellen durften. Sbrinz AOC ist in vielen Köpfen wieder verankert. Erfreulich ist auch, dass wir vermehrt von aussen angegangen werden. So wurden wir beispielsweise für zwei Anlässe im Jahr 2007 als Ehrengast eingeladen (10e Fête du Vacherin Mont d'Or in Les Charbonnières vom 23. September 2007, Schweizer Wettbewerb der Regionalprodukte in Delémont-Courtemelon vom 29. und 30. September 2007). Mit unseren in Angriff genommenen Kommunikations-Aktivitäten scheinen wir auf dem richtigen Weg zu sein. Daher halten wir auch im laufenden Jahr an konstanter Kommunikation und Frontarbeit fest: Jeden Tag sollen aufs Neue weitere, überzeugte Sbrinz-Fans gewonnen werden!



Geschäftsleitung Sbrinz Käse GmbH

Präsident:

Franz Brun, Sigigen/Ruswil

Handelsfirmen/Affineure:

- Robert Lang (Vizepräsident), Emmi Käse AG, Luzern
- Franz Zemp, Lustenberger & Dürst AG, Cham
- Peter Häfeli, Intercheese AG, Hildisrieden

Käsereien/Milchkäufer:

- Franz Hegglin, Käserei Hegglin GmbH, Greppen
- Pius Oggier, FROMARTE, Bern
- Guido Wolfisberg, Käserei Dorf, Alpnach Dorf

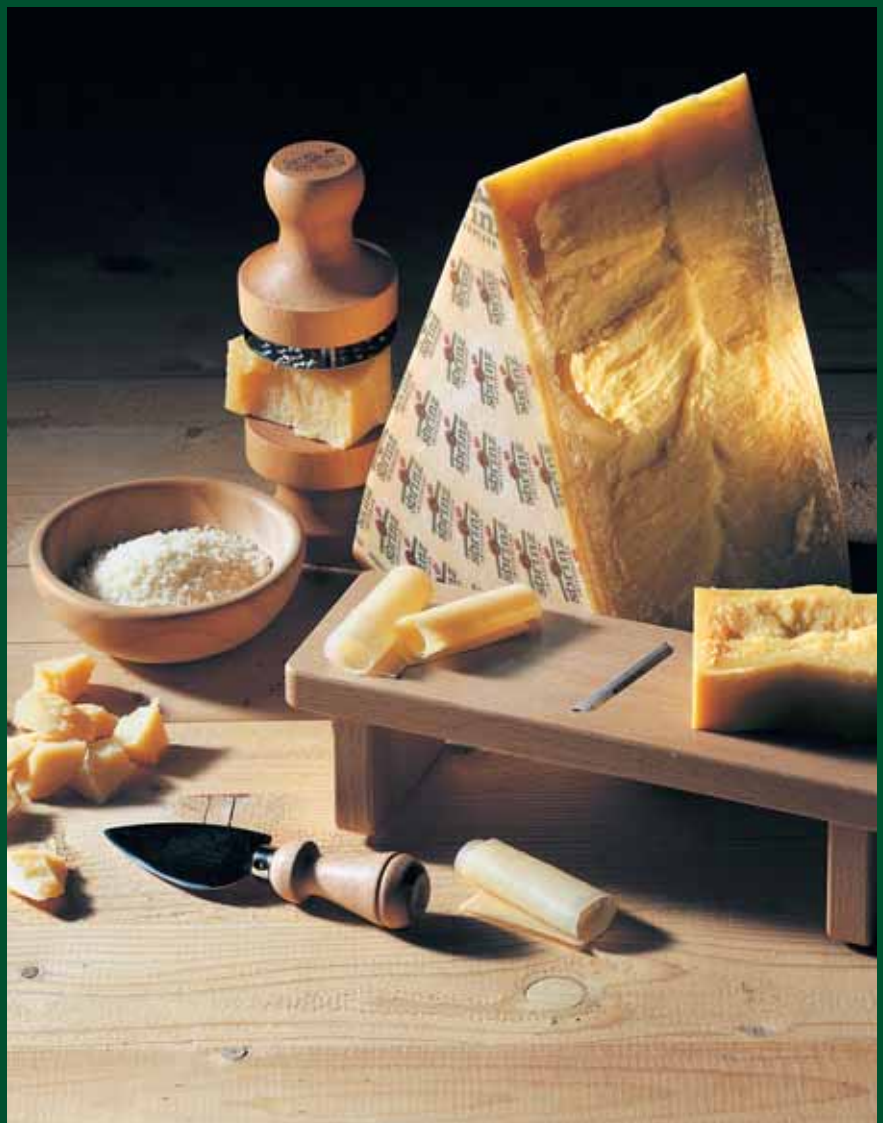
Käsereigenossenschaften/ Milchproduzenten

- Franziska Wirz, SMP, Bern
- Martin Ambauen, Präsident MVG Buochs, Sassi, Beckenried
- Werner Troxler, Präsident KG Hildisrieden

Geschäftsstelle

Sbrinz Käse GmbH

- Markus Baumann, Geschäftsführer
- Andrea Fischer, Assistentin des Geschäftsführers



Sbrinz Käse GmbH

Merkurstrasse 2 • 6210 Sursee • www.sbrinz.ch