

# Fragen im Zusammenhang mit AOP

Besprechung am 24.3.2015 mit Heinz Trachsel, Geschäftsführer Glarona, Alpkäsegenossenschaft, Glarus

## **1. Wo liegt der Mehrwert in der Vermarktung? Neue Absatzkanäle, Mehrpreis?**

- *Investition in die Zukunft*
  - *Abheben von der Konkurrenz (Alpkäsemenge wird zunehmen)*
  - *Kann als Türöffner dienen (v.a. wenn der Käse-Lieferant keinen regionalen Bezug (z. B. Migros Aare) hat wie z.B. AdR bei der Migros),*
  - *AOP wird sicher das am meisten bekannte nationale Label werden.*
  - *AOP ist der Mercedes unter den Labels, starke Marken als Mitglieder, Synergienmöglichkeiten mit andern Branchen*
  - *Anforderungen werden bei mehr Bewerbern tendenziell erhöht werden, bereits aufgenommene Mitglieder haben dadurch einen Vorteil.*
- ***Bis jetzt aber noch kein direkter Mehrwert über den Preis realisierbar***

## **2. Entwicklung von AOP: Kann es sein, dass AOP beim Alpkäse in einigen Jahren Standard ist?**

*Ein minimaler Organisationsgrad der Alpkäsereien ist Voraussetzung, deshalb eher nicht für Einzelbetriebe schwierig zu realisieren*

## **3. Kann bei der AOP Zertifizierung auf eine andere Zertifizierung (z. B. Fromarte) verzichtet werden?**

*Nein, aber man kann die Zertifizierungen synchronisieren*

*Jede Talkäserei muss die Fromarte Anforderungen erfüllen, die Alpkäsereien werden die Branchenlösung des SAV machen müssen oder dürfen. Ob die Schwägalp von der Grösse her weiterhin Fromarte machen muss, muss abgeklärt werden.*

*Fromarte ist ein QS- und Hygienekonzept, AOP ist ein Fabrikations- und Geschichtslabel (regionale Traditionen, geschichtlicher Hintergrund) und hat nichts miteinander zu tun.*

## **4. Werden bei der Glarona die andern Labels, z.B. Alpina vera, auch noch erwähnt auf der Etiketete? (Labelsalat....)**

*Nein, auf der Etiketete ist nur AOP drauf und sonst kein anderes Label. AOP wird als das „höchste“ Label beurteilt, d.h. regionale Label sind dem AOP untergeordnet.*

*Die Etiketeten werden dem Käufer mitgegeben oder bei der Glarona vor dem Transport aufgeklebt. Sonst werden keine Etiketeten abgegeben an die Alpen.*

## **5. Finanzieller Aufwand am Anfang für das AOP Label („Markteintritt“)?**

### Einmalige Kosten beim Einstieg:

Fr. 2000.- Erarbeitung/ Anpassungen Pflichtenheft durch pro Cert / Anerkennung durch das BLW

Fr. 6`800.- Erarbeitung und Prüfung des Kontrollhandbuches und des Pflichtenheftes (Prixistauglichkeit) vor Ort auf einer Alp mit dem BLW zusammen

Fr. 3`000.- (Etikettenlayout): Einheitliche Etikette wäre vorteilhaft

**Anmerkung Richi: Hier würde sich sicher der Kanton beteiligen.**

### Wiederkehrende Kosten

Fr. 450,- Jahresbeitrag an die AOP Vereinigung

0.23 % vom Umsatz: : Annahme 250 t Käse à Fr. 14.- = Fr. 3`500`000.- Umsatz

0.23 % = Fr. 8`500.- Jährlicher Beitrag an das AOP

Auch hier ist eine Unterstützung des Kantons möglich.

Sämtliche Zertifizierungen sind synchronisiert, die effektiven Mehrkosten für die AOP Zertifizierung betragen Fr. 100.- pro Betrieb (in 4 Jahren).

**Umrechnung für uns: Fr. 10`000.- : 250`000 kg (Startmenge) = 4 Rappen / kg Käse  
Ohne Beiträge des Kantons, müssen angefragt werden**

## **6. Finanzieller Aufwand in den Folgejahren: Pauschal oder pro Kilo Käse?**

Da Glarona den Käse aufkauft und damit Eigentümerin ist, werden die jährlichen Kosten über die Kaseinmarken beim Produzenten erhoben.

Glarner Alpkäse: Die Kaseinmarke kostet 11 Rappen

Glarner Alpkäse **AOP**: die Kaseinmarke mit 4 stelliger Nr. kostet 50 Rappen

Sämtliche Kaseinmarken (AOP oder Andere) müssen von der Glarona bezogen werden.

Sämtliche Alpbetriebe haben eine vom Kanton zugeteilte 4 stellige Nummer, zusätzlich führt die Glarona ein Betriebsregister mit zweistelligen Nummern für die interne Anwendung.

*Sämtliche Käseformen müssen einen Durchmesser zwischen 28 und 32 cm haben (Roboterpflege sonst nicht möglich).*

**7. Welche konkreten Unterstützungen in der Vermarktung habt ihr bisher von AOP bekommen?**

*Bis jetzt aus Zeitgründen (Bauvorhaben, AOP, etc.) wenig nutzen können. Die AOP Vereinigung bietet viele Möglichkeiten um an Anlässen und Messen gratis teilzunehmen, die Alpen müssen nur das Personal stellen.*

*Gratis Werbematerial (Drucksachen)*

*Fernsehwerbung*

*Wettbewerbe*

*Es wird viel geboten, man muss die Möglichkeiten auch nutzen...*

**8. Gibt es Verkaufshilfen von AOP (Werbeplattform, Werbematerial)**

*Ja, Frage 7 oder [www. aop-igp.ch](http://www.aop-igp.ch)*

**9. Fabrikationstechnische Auflagen beim Glarner Alpkäse AOP**

- Milchüberstellung: Wird auch im Glarnerland gemacht. Gemäss Pflichtenheft darf das älteste Gemelk 24 Stunden alt sein (3 Gemelke), 36 Stunden kein Thema
- Der Käse im Herbst mit länger überstellter Milch wird als normaler Alpkäse deklariert und ohne AOP Auszeichnung und ohne Etiketke verkauft
- Keine Erwärmung, auch keine Termisierung („ richtiger Rohmilchkäse“)
- Keine Bruchpumpen erlaubt
- Nur Kuhmilchkäse, kein Ziegenkäse

Der Inhalt des Handbuchs wird von der Organisation ja selber definiert, deshalb sind die Fabrikationstechnischen Rahmenbedingungen der Glarona für uns nicht entscheidend.

Richi Schwendener