

OLMA-Forum 2017

Mediendienst

13. Oktober 2017

Das innovative Projekt «Adopt-an-Alp» bringt Schweizer Alpkäse in die USA

17. OLMA Alpkäse-Prämierung: Caroline Hostettler, «Botschafterin» für Schweizer Alpkäse, wirbt in Übersee für die Alpsommerung

«Adopt-an-Alp» heisst ein Projekt, das Geschäftsbeziehungen zwischen Äplern und amerikanischer Kundschaft aufbaut. Es verkauft Schweizer Alpkäse in die USA, ohne dass sich die Äpller um Vermarktung und Promotion kümmern müssen. Projektleiterin Caroline Hostettler stellte an der 17. OLMA Alpkäse-Prämierung ihre Arbeit vor. Ihr Referat machte deutlich, mit wie viel Herzblut und Engagement sie bei der Sache ist.

OLMA-Direktor Nicolo Paganini sprach in seinen Begrüßungsworten seine Freude darüber aus, dass an der 75. OLMA eine Rekordzahl an Alpkäseprodukten zur Prämierung eingegangen ist. «Just zum Jubiläum erreichte die Beteiligung den Rekord von 213 Einreichungen.» Die diesjährige Referentin bezeichnete er als «Botschafterin des Alpkäses». Mit Mut und grosser Kreativität habe sie in den USA ein innovatives Programm auf die Beine gestellt.

Geschichten direkt von der Alp

«Adopt-an-Alp» ist auf Käseläden, Lebensmittelgeschäfte und gehobene Restaurants abgestimmt. Auf der Webseite www.adopt-an-alp.com sind alle beteiligten Alpbetriebe auf einer Schweizer Landkarte eingezeichnet. Der Kunde liest sich aus einer Liste von Alpen «seine» aus und verpflichtet sich damit, Ende Sommer mindestens zehn Laibe Käse zu kaufen. Sie werden von der Firma Intercheese AG in Beromünster Ende Sommer abgeholt und in die USA geliefert.

Im Gegenzug erhält der Kunde via Blog auf der Webseite den ganzen Sommer hindurch Standortberichte, Neuigkeiten und Fotos von seiner Alp. «Unser Ziel ist, dass die Läden und Restaurants diese Informationen der Kundschaft weitergeben und damit das Interesse am Schweizer Alpkäse wecken», betonte Caroline Hostettler in ihrem Referat. Den Äplern und ihren Familien in der Schweiz wolle das Programm zeigen, dass ihre Arbeit und ihr Handwerk geschätzt und respektiert würden. «Und zwar nicht nur in Form von lobenden Worten, sondern via den Verkauf ihrer Produkte und zu einem Preis, der ihrem Aufwand gerecht wird.»

Die Alpsömmerung bekannt machen

Umfragen hätten ergeben, dass nur ein Viertel der Schweizer Bevölkerung und praktisch niemand in den USA wisse, was Alpsömmerung sei und welche Voraussetzungen es zur Produktion von Schweizer Alpkäse brauche, erklärte die Referentin weiter. Den Verkäufern und Konsumenten in den USA wolle «Adopt-an-Alp» klar machen, was Alpsömmerung bedeute, und was alles – positiv und negativ – damit verbunden sei. «Wir wollen das rosarote Bild eines gemütlichen Sommers weit weg von allen Sorgen durch eine realistische Vorstellung ersetzen. Die Leute hier sollen begreifen, dass ihr aktiver Support – Alpkäse kaufen und verkaufen – im Leben der Älpler einen Unterschied ausmachen kann.»

Bei einem Wettbewerb könnten die drei Geschäfte, welche «Adopt-an-Alp» in der kreativsten, effizientesten und originellsten Art unterstützten je eine Person in die Schweiz schicken, um «ihre» Alp und «ihren» Käser kennen zu lernen. «Bei diesen Begegnungen zwischen Älplern und Amerikanern, die oft noch nie eine Kuh beim Grasens gesehen haben, sind schon sehr berührende Momente entstanden», berichtete Caroline Hostettler.

23 Alpbetriebe machen mit

Die Schweizerin, die Mitte der neunziger Jahre in die USA auswanderte, gab auch Einblick in die Entwicklung von «Adopt-an-Alp». 2013 wurden knapp zwei Tonnen Alpkäse von sechs Teilnehmenden an 14 Kunden per Schiff nach New York verfrachtet. 2017 werden es rund 6,5 Tonnen sein. Inzwischen machen 23 Alpbetriebe mit. Die Zahl der Kunden in den USA ist laut Caroline Hostettler auf 60 angestiegen.

Drei Kriterien zum Mitmachen

Am Programm «Adopt-on-Alp» können alle Älplerinnen und Älpler mitmachen, die den Sommer auf einer Alp verbringen und dort Käse herstellen. Eine Teilnahmegebühr wird nicht erhoben. Laut Projektleiterin Caroline Hostettler brauchen die Teilnehmenden nur drei Anforderungen zu erfüllen:

1. Sie müssen sich an der Kommunikation beteiligen. Für den Blog, mit dem die Alpkäsegeschäfte ihre Endkunden «gwundrig» und «gluschtig» machen, braucht es Bildmaterial und sporadisch Neuigkeiten von der Alp.
2. «Adopt-an-Alp» verlangt von den Teilnehmenden eine Unterschrift, mit der sie bezeugen, dass sie nach den neuen SAV-Richtlinien produzieren. Dies ist deshalb nötig, weil der Export von Rohmilch in die USA nicht einfach ist.
3. Alle Teilnehmenden müssen «Adopt-an-Alp» ein Kilo Käse zur Verfügung stellen, damit er im Labor getestet werden kann.

St.Gallen, 13. Oktober 2017
Claudia Schmid