



Autor: pd
Anzeiger Michelsamt
6215 Beromünster
tel. 041 932 40 54
www.anzeigermichelsamt.ch

Auflage 3'092 Ex.
Reichweite n. a. Leser
Erscheint woe
Fläche 64'066 mm²
Wert 1'400 CHF

Marke **Michelsamt** zieht Bilanz

Über zehn Tonnen Käse abgesetzt

Die Lancierung der neuen Marke Michelsamt ist geglückt: Im ersten Geschäftsjahr wurden über zehn Tonnen Michelsamt Käse abgesetzt, sechs Lizenzen vergeben und Partnerschaften mit Kunden geschlossen. Zudem konnte schon im Startjahr ein positiver Jahresabschluss erreicht werden.

(pd) Seit 2015 ist das Michelsamt mehr als nur eine Region – es ist auch eine Marke. Kanton, Bund und private Geldgeber investieren in die Region **Michelsamt** und in den Aufbau einer gemeinsamen Marke. «Das ist eine grosse Chance für die regionale Landwirtschaft, das Gewerbe und die Gemeinden. Wir freuen uns über den gelungenen Start und sind bereit, weiter anzupacken und etwas zu bewirken», erklärt Geschäftsführerin Christina Bachmann-Roth und fährt fort: «Mit den Michelsamt-Produkten, die alle aus lokalem Kreislauf stammen, bietet die Region das Richtige zur richtigen Zeit.» Alle Produkte der Marke **Michelsamt** stammen aus dem lokalen Kreislauf im 10-Kilometer-Umkreis von Beromünster. Regional von Anfang an bedeutet bei der **Michelsamt** Marke, dass sogar das Tierfutter in der Region wächst. Das Futter wird also nicht importiert, sondern selbst angebaut. Die strengen Richtlinien an die Primärproduktion im Michelsamt werden vom Verein Wertschöpfungsgemeinschaft Michelsamt kontrolliert.

Erster positiver Rechnungsabschluss

Nach der Lancierung im Mai 2015 und der vertraglichen Zusage von Bund und Kantonen im August, **Michelsamt** als Projekt regionale Entwicklung zu unterstützen, wurden im verkürzten ersten Geschäftsjahr schon verschiedene Meilensteine erreicht. «Wir sind zufrieden mit dem ersten Geschäftsjahr und dankbar, dass wir einen positiven Geschäftsabschluss erreichen konnten», so Chris-

tina Bachmann-Roth. Das ist umso wichtiger, da die finanzielle Unterstützung durch Bund und Kanton begrenzt ist. In sechs Jahren läuft diese für das PRE-Projekt aus. Bis dahin muss das Projekt selbsttragend sein. Der Anfang ist nun mehr als geglückt. «Wir sind zuversichtlich, dass wir mit der Marke **Michelsamt** bis dahin auf eigenen Beinen stehen», sagt Christina Bachmann-Roth. Dass es ein steiniger Weg sein kann, ist man sich bewusst. «Es ist eine Herausforderung, eine gemeinsame regionale Marke gewinnbringend zu führen ohne externe Mittel. Wir sind uns dies bewusst, haben gute Ideen und packen an. Somit dürfen wir zuversichtlich sein.»

Am Anfang stand die Investition in den Auftritt der Marke – sowohl online als auch auf den Produktverpackungen, in den Regalen und natürlich in der Kommunikation. Es folgten Investitionen für den Webshop michelsamt.ch und eine eigene Modekollektion, die vom jungen Berner Designerduo Susanne Pfeffer und Anna Ninck geschaffen wurde. Der Webshop funktioniert und erzielt erste Umsätze und die Modekollektion sowie der neue **Michelsamt** Standauftritt wurde an Messen und Verkaufskationen schon erfolgreich präsentiert. Geglückt ist auch der Michelsamt-Kurzfilm, der auf Youtube schon über 5000 Mal angeklickt wurde. Das Startup hat eine effiziente und effektive Struktur aufgebaut, sich als Team organisiert und mit Marita Mathis mittlerweile auch Verstärkung erhalten. Sie ist neu die Projektleiterin Marketing und Kommunikation.

Kassenschlager «Landessender»

Erfreut ist Christina Bachmann-Roth über den Ausbau der Kundenbasis: Neben sechs Lizenznehmern konnten für die Michelsamt-Produkte auch renommierte Partner gefunden werden. Dazu zählt in erster Linie die Kooperation mit Coop, welche die Produkte

in über 150 Filialen zum Verkauf anbietet. «Der Verdrängungskampf bei den Coop-Produkten ist gross. Daher sind wir hoch erfreut, nach dem Anfangserfolg immer noch zum Sortiment zu gehören. Die Verkaufszahlen in der näheren Region sind gut. Filialen in Richtung Basel und Zürich haben aufgrund der tieferen Bekanntheit verständlicherweise weniger verkauft.»

Wichtig ist auch die Kooperation mit regionalen Fachgeschäften. «**Michelsamt** konnte zudem Käsehändler in der Gastronomie und Grosshändler als Abnehmer gewinnen. Das Produktesortiment konnte ausgebaut werden: Nebst dem Käse werden heute unter der Marke **Michelsamt** Getreideflocken (Dinkel, Ruchmehl), Sonnenblumenöl, Dinkel-Chips und -Sablés sowie Apfelschaumwein verkauft. Insgesamt wurden 2015 über zehn Tonnen Käse unter der Marke **Michelsamt** unter die Leute gebracht. Am meisten gefragt waren die Sorten Landessänder und Naturgold.

Herausforderungen im Milch- und Käsemarkt

Obwohl sich der Milchpreis in der Schweiz unter permanentem Druck befindet, konnten die Preise im **Michelsamt** auf gutem Niveau gehalten werden. Das ist für die Region ein wichtiger Erfolg. Zudem erhielten alle Bauern, die auf Importfutter verzichteten und mit der regionalen Fütterung einen Mehraufwand betrieben hatten, einen Mehrwert. Ausserdem konnten die angeschlossenen Käsereien die Auslastung ihrer Kapazität verbessern. Die Herausforderungen im Milchmarkt sind bekannt und auch für die Marke **Michelsamt** und ihre Lizenznehmer eine Realität. Hier gilt es, in Zukunft einiges gemeinsam zu meistern.

Neue Produkte vor Lancierung



Autor: pd
Anzeiger Michelsamt
6215 Beromünster
tel. 041 932 40 54
www.anzeigermichelsamt.ch

Auflage	3'092	Ex.
Reichweite	n. a.	Leser
Erscheint	woe	
Fläche	64'066	mm ²
Wert	1'400	CHF

Das neue Jahr ist gut angelaufen. Für 2016 werden als wichtige Pfeiler in der Entwicklung das weitere Wachstum sowie die Festigung der Marketingstrategie und der Aufbau eines nachhaltigen Geschäftsmodells im Vordergrund. Das wird ebenfalls beständig ausgeweitet.

Über das Michelsamt

Regionales Gewerbe, Landwirte, Standortmarketing und die Vermarktungsplattform **Michelsamt**. Gaudis AG haben sich in der Wertschöpfungsgemeinschaft **Michelsamt** (WGM) zusammengeschlossen. Die 50 aktiven Mitglieder, darunter sechs Käsereien und rund 30 Landwirte, wollen die Landwirtschaft fördern und die Wertschöpfung der lokalen Produkte sichern.

Im Zentrum steht der Aufbau und die Etablierung der regionalen Marke **Michelsamt**, die es erlaubt, nachhaltige, tiergerecht hergestellte und ökologische Produkte aus lokalem Kreislauf einheitlich zu vermarkten.

Michelsamt-Spezialitäten stammen von Anfang an aus dieser Region. Sogar das Futter für die Tiere wird im lokalen Kreislauf produziert und die Tiere werden auf die Wiesen gelassen. Michelsamt-Käse ist auch in über 150 Coop-Filialen erhältlich sowie in Fachgeschäften und Gastronomiebetrieben.

Weitere Informationen und Webshop auf www.michelsamt.ch.



Christina Bachmann-Roth präsentierte im Oktober 2015 den Käse «Naturgold», der in der Käserei Neudorf gemacht wird. (Bild: spo)