

Geschäftsbericht 2021



Editorial



Jürg Simon
Präsident



Jürg Kriech
Geschäftsführer



Daniela Pachali
Assistenz

Im Berichtsjahr 2021 erwies sich die Covid-19-Pandemie unverändert als Treiber der Detailhandelsumsätze. Die Einschränkungen in Gastronomie- und Freizeitbetrieben, der Nachholkonsum sowie der reduzierte Einkaufstourismus beeinflussten den Umsatz in einigen Bereichen positiv. Derartige pandemiebedingte Trends dürften den Detailhandel zukünftig weniger stark prägen. Die einschränkenden Corona-Schutzmassnahmen wurden in der Schweiz bereits per 17. Februar 2022 weitestgehend gelockert. Eine verbesserte Arbeitsmarktlage sollte die Detailhandelsumsätze 2022 stützen. Gleichzeitig wird es schwierig sein, die pandemiebedingt sehr hohen Umsatzzahlen aus dem Jahr 2021 zu halten. In einer Branchenstudie geht Credit Suisse davon aus, dass der Umsatz mit Nahrungsmitteln und verwandten Produkten im Schweizer Detailhandel im laufenden Jahr 2022 um über 5 Prozent sinken werde.

Der Verein Raclette Suisse darf wiederum auf ein erfolgreiches Jahr 2021 zurückblicken. Die Raclette-Produktion erhöhte sich erfreulich. Auch das Exportniveau des Rekordjahres 2020 wurde 2021 erneut übertroffen, und zwar um 3,4 Prozent. Die Mehrverkäufe wurden für einmal nicht in Deutschland erzielt, sondern vor allem in den Ländern Frankreich (plus 17 Prozent), BeNeLux (plus 12 Prozent) und den USA (plus 54 Prozent). Ob es dem Verein Raclette Suisse auch gelungen ist, den rekordmässigen Privatkonsum 2020 in der Schweiz zu halten, erfahren Sie auf Seite 5.

Ein grosser Dank gilt unseren Kunden, Partnern und Mitarbeitenden für das uns seit vielen Jahren entgegengebrachte Vertrauen, für die Kundentreue und für die stets geschätzte Unterstützung. Raclette Suisse wird sich auch in Zukunft mit Freude und Elan für die erfolgreiche Marktausdehnung des geselligsten Käses der Schweiz einsetzen. Mit gezielten Marketingmassnahmen und der ausgezeichneten Qualität unserer Raclettekäse wollen wir gemeinsam dem prognostizierten Umsatzverlust der CS-Branchenstudie entgegenwirken.

Mit einem herzlichen RIGUGEL

Jürg Kriech
Geschäftsführer Raclette Suisse

INHALTSVERZEICHNIS

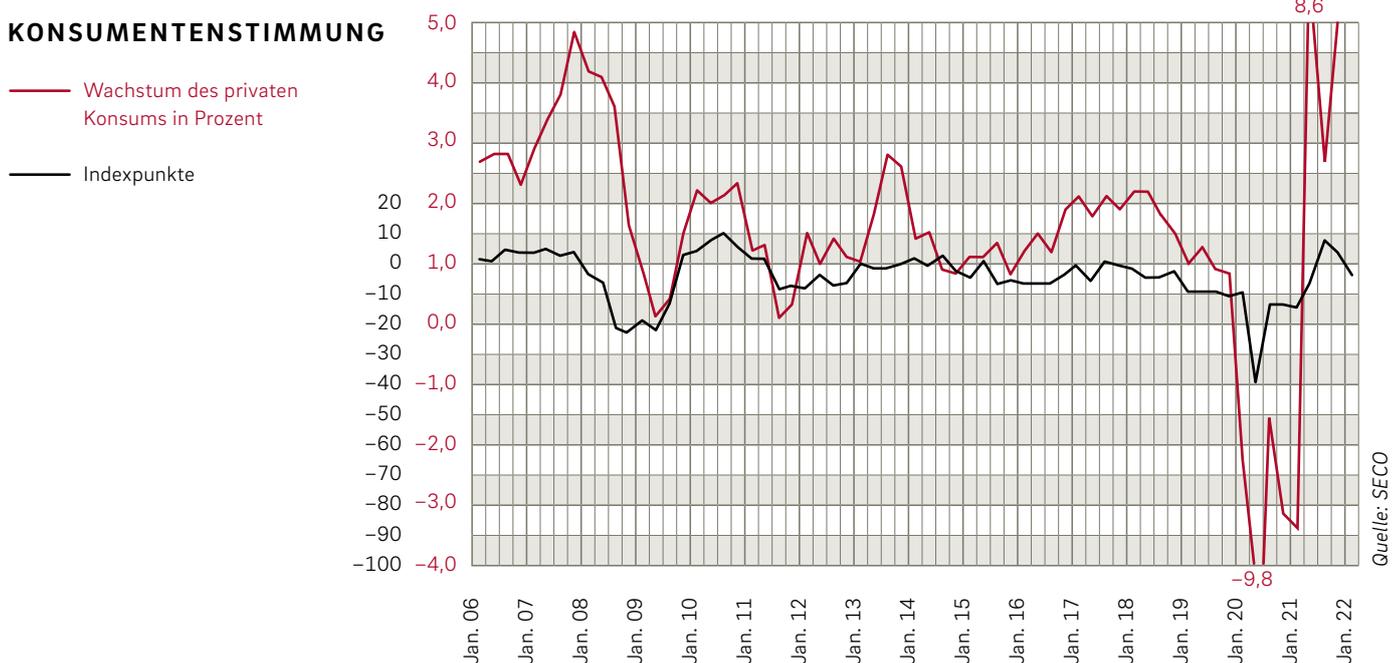
Wirtschaftslage		Die Strategie	7	Werbung	
Das Jahr 2021	2			Aussichten 2022	14
Aussicht 2022	3	Aktivitäten 2021			
Die Organisation	4	Kampagnen	8	Die Mitglieder	16
		Social Media	11		
Das Produkt	5	E-Mail-Marketing, Website	12	Die Geschäftsstelle	18
		Exportaktivitäten	13		
Die Geschichte	6				

Wirtschaftslage

Das Jahr 2021

Wie bereits im Jahr 2020 hatten die Covid-19-Pandemie und die damit verbundenen Schutzmassnahmen weiterhin Auswirkungen auf den Schweizer Detailhandel, besonders im ersten Quartal 2021. Zu Beginn des Jahres, von Mitte Januar bis Anfang März, wurden die Geschäfte für Güter des nichttäglichen Bedarfs für mehrere Wochen geschlossen. Im Gegensatz zum ersten Lockdown im Frühling 2020 waren die Baumärkte, Gartencenter sowie Reparaturgeschäfte von den Ladenschliessungen zu Jahresbeginn 2021 ausgenommen. Trotzdem wurde erneut hauptsächlich der Non-Food-Detailhandel vom Wegfall des stationären Verkaufskanals getroffen, während die Food- und Near-Food-Geschäfte offenbleiben konnten und von der Schliessung der Gastronomiebetriebe profitierten. Denn auch Restaurants und Bars, die bereits Ende Dezember 2020 den Betrieb einstellen mussten, blieben bis Mitte April 2021 zu. Zudem war die Grenze zu Deutschland nach der Schliessung Ende 2020 für Einkaufstouristen erst wieder ab Mitte Mai geöffnet. Auch in den restlichen Nachbarländern war der Einkaufstourismus einige Monate lang stark eingeschränkt. Im ersten Halbjahr 2021 flossen im Food-Segment rund 23 Prozent weniger Schweizer Franken in den Einkaufstourismus als noch vor der Pandemie.

KONSUMENTENSTIMMUNG



Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Umsätze im Detailhandel besonders im ersten Quartal immer noch direkt von den Folgen der Covid-19-Pandemie betroffen waren. Letztere machte sich auch im zweiten Quartal bemerkbar. Erst im zweiten Halbjahr 2021 schien sich die Situation im Detailhandel langsam wieder zu normalisieren, wenn auch geprägt von einer verlangsamten Wachstumsdynamik. Unter Berücksichtigung einer leichten Teuerung im zweiten Quartal 2021 war die Zunahme der Kaufkraft in der zweiten Hälfte des Jahres nicht mehr ganz so dynamisch. Die somit gedämpfte Entwicklung des Reallohns gegen Ende des Jahres dürfte einen Teil zu den tieferen Wachstumsraten der Umsätze im Herbst 2021 beigetragen haben.

Aussicht 2022

Obwohl die Schweiz vergleichsweise gut durch die Krise gekommen ist, wird die Covid-19-Pandemie uns noch weiter beschäftigen. Die wirtschaftliche Erholung dürfte in den kommenden Monaten anhalten. Entsprechend sollte sich künftig auch die Lage am Arbeitsmarkt weiter verbessern. Die Nutzung der Kurzarbeit wird abnehmen, und auch bei den Neueinstellungen ist im kommenden Jahr mit weniger Zurückhaltung zu rechnen. Die Arbeitslosenquote sollte damit sukzessive sinken und Ende 2022 wieder 2,4 Prozent erreichen. Diese Rückkehr zur Normalität auf dem Arbeitsmarkt wird die Konsumentenstimmung stützen. Auch vonseiten des Nominallohnwachstums wird eine Verbesserung erwartet. Nach einer bescheidenen Zunahme von 0,4 Prozent im Jahr 2021 sollten die Nominallöhne im Jahr 2022 um 0,8 Prozent wachsen. Gleichzeitig wird aber eine erwartete Inflation von 1,0 Prozent dazu führen, dass sich die Kaufkraft der Bevölkerung nur geringfügig verändert.

Da es wohl noch länger dauern wird, bis die Pandemie vollständig unter Kontrolle gebracht ist, müssen wir auch im Jahr 2022 wiederholt mit punktuellen Einschränkungen rechnen. Gleichzeitig ist es wahrscheinlich, dass der Anteil der Beschäftigten, die mindestens ein bis zwei Tage pro Woche aus dem Homeoffice arbeiten, über dem Vorkrisenniveau verbleiben wird. Zudem ist nicht zu erwarten, dass das eigenständige Kochen zu Hause stark an Beliebtheit verlieren wird. Einige haben das Kochen während der Pandemie wiederentdeckt. Andere folgen dem Trend zu mehr Nachhaltigkeit in Ernährungsfragen und ziehen es vor, ihre Mahlzeiten selbst zuzubereiten. Diese drei Faktoren dürften die Umsätze im Food-Bereich 2022 stützen. Doch eine Entwicklung wie im Jahr 2021 ist nicht mehr zu erwarten.

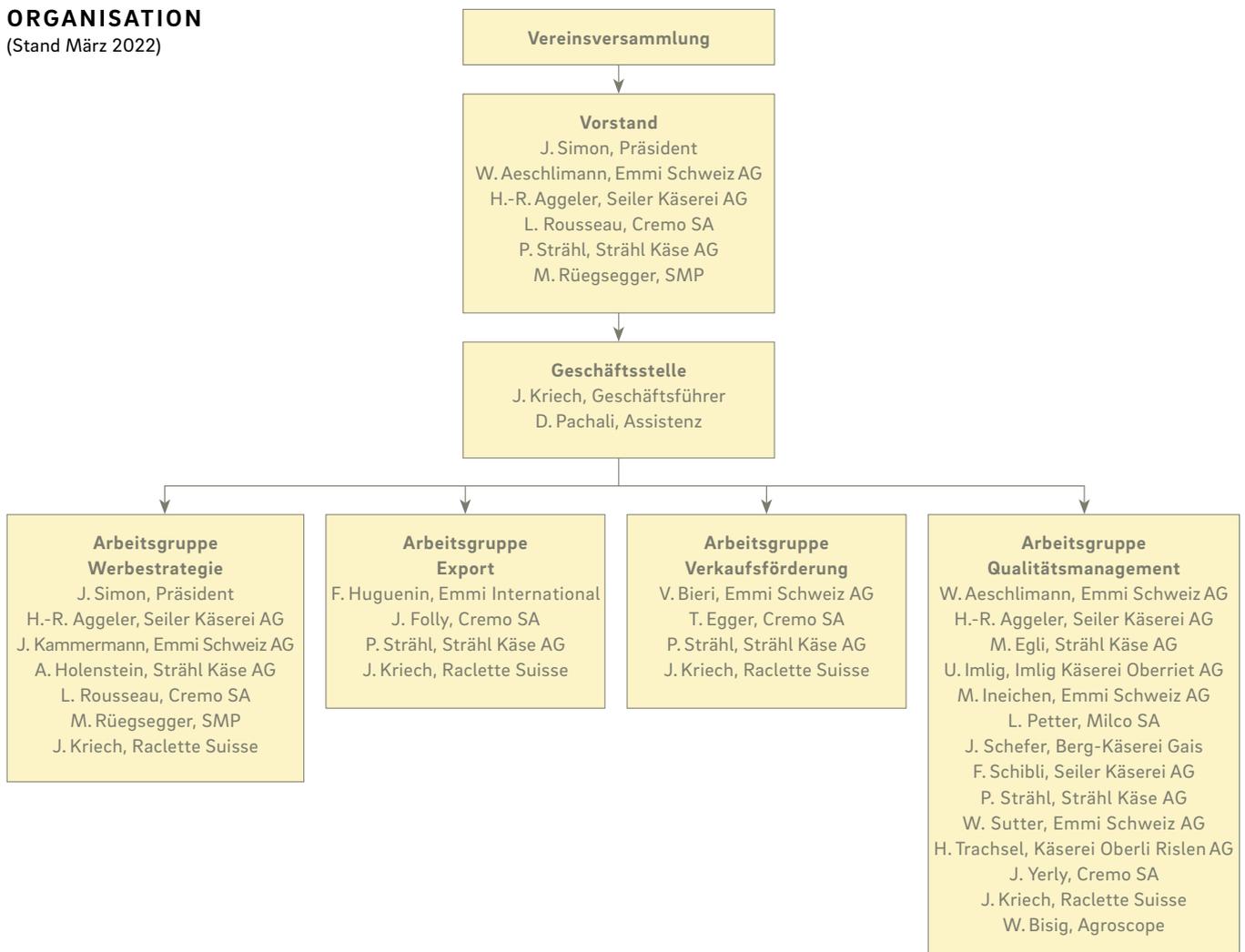
Während der Covid-19-Pandemie wurde vermehrt zu Hause Raclettekäse zubereitet.



Die Organisation

Im Verein Raclette Suisse haben sich 1994 die Hersteller von Schweizer Raclettekäse zusammengeschlossen, um eine gemeinsame Absatzförderung, einen effizienten Markenschutz und eine konsequente Qualitätssicherung für das Naturprodukt Raclette Suisse® zu betreiben. Per Ende 2021 zählt der Verein 34 Mitglieder. Die Geschäftsstelle ist mit 1,5 Personenstellen schlank organisiert. Um die Aufgaben zu erfüllen, arbeitet sie mit verschiedenen Arbeitsgruppen sowie externen Dienstleistern zusammen. Der Vorstand setzt sich zusammen aus dem Präsidenten, vier Vertretern der Käsehersteller sowie einem Vertreter der Schweizer Milchproduzenten. Er bestimmt und überwacht den Mitteleinsatz und die Erreichung der Ziele im Rahmen der aktuellen Marketingstrategie.

ORGANISATION (Stand März 2022)



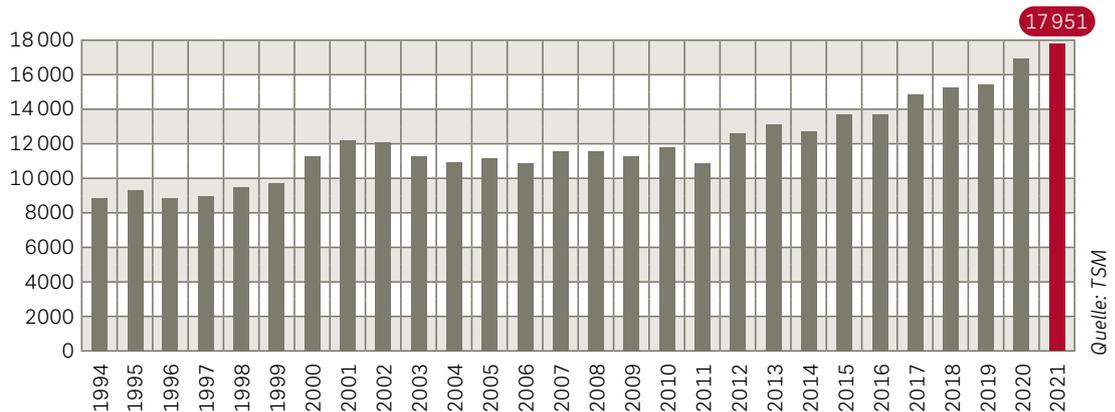
Das Produkt

Seit 27 Jahren setzt sich der Verein Raclette Suisse für eine hohe Qualität der beliebten Nationalspeise ein. Seither konnte die Produktionsmenge von Raclette Suisse kontinuierlich von 8943 Tonnen auf 17 951 Tonnen im Jahr 2021 ausgedehnt werden. Damit hat sich die Produktion seit Bestehen des Vereins verdoppelt (+8943 t / +100 %). Gegenüber 2020 stieg die Produktionsmenge im Berichtsjahr um 1108 Tonnen (+6,4 %).

PRODUKTION

Schweizer
Raclettekäse

Produktionsmenge
in Tonnen



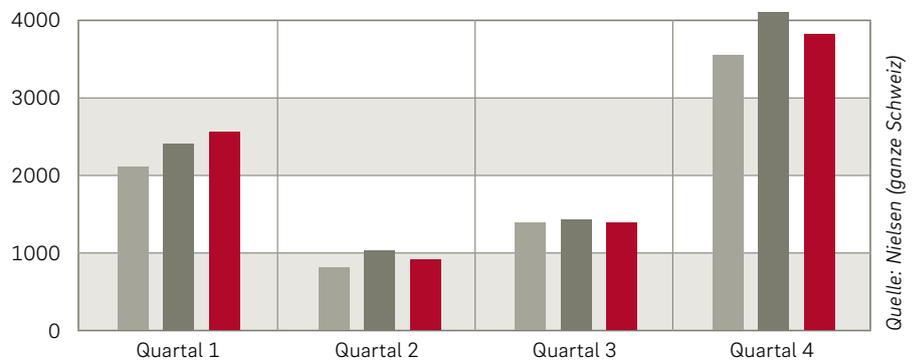
Gute Laune und Gemütlichkeit, abwechslungsreiche Beilagen und viel Zeit für die Gäste: Dafür eignet sich ein Raclette perfekt. Heute ist Raclette Suisse in jedem Supermarkt verfügbar. Dass das einmal anders war, ist schwer vorstellbar, denn mittlerweile wird Raclettekäse in über 100 Käse-
reien aus frischer Rohmilch oder aus erhitzter Frischmilch hergestellt. Ein Stück reinste Natur! In der Schweiz gehört Raclette Suisse® zu den beliebtesten Käsesorten. Rund 1,7 Kilo pro Kopf schmelzen und geniessen Schweizerinnen und Schweizer jährlich. Der grösste Teil davon ist nicht aromatisiert bzw. Käsegenuss pur. Aber auch Raclettekäse aus Ziegen- oder Schafmilch ist eine beliebte Abwechslung. Eine Vielzahl von aromatisierten Sorten mit erlesenen Zutaten wie Andaliman-Pfeffer, Curryvarianten, mit gerösteten Zwiebeln oder edlem Trüffel runden das Sortiment ab und bieten für alle, die Käse lieben, genussvolle Abwechslung. Raclette mit Freunden oder in der Familie zelebriert, ist immer auch geteilte Freude.

GESAMTVERBRAUCH

Raclette Privathaushalte

Verbrauch in Tonnen

2019
2020
2021



Gegenüber dem Vorjahr sank im Jahr 2021 der Konsum in den Schweizer Privathaushalten von 9267 Tonnen auf 8925 Tonnen (-342 t / -3,7 %). Im Vergleich zum Jahreskonsum vor der Pandemie (2019) resultiert ein Mehrkonsum von 786 Tonnen (+9,7 %).

Neu und rückwirkend bis 2019 weist Nielsen den Privatkonsum für die ganze Schweiz aus. D.h., auch im Kanton Tessin werden nun die relevanten Daten erfasst und ausgewiesen (KOMBI: Retail Scan + Consumer Scan, ganze Schweiz).

Die Geschichte



Raclette oder Bratkäse, wie er damals noch genannt wurde, taucht in schriftlichen Überlieferungen in Unterwalden bereits im 12. Jahrhundert auf. In diesen Schriften wird von einem Käse berichtet, der über einem offenen Feuer geschmolzen wurde.

Erst im 20. Jahrhundert gelangte die Bauernmahlzeit von den Alpen in die Täler und wurde dann rasch zu einem der beliebtesten Schweizer Nationalgerichte. In dieser Zeit bürgerte sich der Name «Raclette» ein. Er stammt vom französischen Begriff «racler»: abschaben oder abkratzen des geschmolzenen Käses vom Laib. In dieser Periode setzte dann auch die technische Entwicklung in der Produktion ein. Sie ermöglichte es den Herstellern, den Verfahrensprozess zu optimieren und durch den Einsatz von spezifischen Kulturen die Eigenschaften des Produktes Raclette zu verbessern. Diese traditionellen Verfahren wurden aber nur optimiert und verfeinert, nie aber verändert. Um die Bedürfnisse der Konsumenten abzudecken, wurden ab 1970 die Raclette-Öfen mit den Pfännchen eingeführt und die Produktion von eckigen Laiben aufgenommen.

Die Produzenten von Schweizer Raclette sind auch heute noch durch die Tradition des Milch- und Käselandes Schweiz sowohl sozial wie auch kulturell geprägt. Die Herstellung von Raclettekäse ist zu einer Kultur geworden, bei der jeder Hersteller sein Wissen und Können sowie seinen ganzen Berufsstolz einbringt, um ein ausserordentliches Produkt zu kreieren. Bei der Kundschaft beinhaltet das Raclette positive Wertgefühle wie «Stimmung» und «Verbundenheit». Man hat wieder einmal Zeit für ein gemeinsames Essen und folgt gleichzeitig dem Trend «zurück zum Bewährten».

Die Strategie

Im Zentrum der Strategie stehen die Nachfrageintensivierung und der Konsum in der kälteren Jahreszeit. Mit TV-Spots und Raclette-Degustationen in den grössten Verkaufskanälen wird die Kundschaft auf die Produkte von Raclette Suisse aufmerksam gemacht. Um den Raclette-Konsum im Sommer zu fördern, lancierte Raclette Suisse im Berichtsjahr eine neue Sommerkampagne «Raclette-Stübli». Diese Kampagne wird uns mit gewissen Anpassungen auch diesen Sommer begleiten. Mit Rezeptvorschlägen, Ideen für Zubereitungsmöglichkeiten, Inseraten, Wettbewerben und Online-Kampagnen wird so der potenziellen Kundschaft rund ums Jahr Impulse zum Kauf und Genuss von Raclettekäse übermittelt. Als Zielgruppe werden in erster Linie erlebnisorientierte Erwachsene im Alter von 25 bis 35 Jahren sowie junge Familien angesprochen.

Im Berichtsjahr hat der Verband verstärkt auf Influencer-Marketing gesetzt und den langjährigen Markenbotschafter TRAUFFER sowie weitere Mikro- und Makro-Influencer engagiert, um eine möglichst grosse Reichweite in der etwas jüngeren Zielgruppe zu generieren. Dabei gehen wir auf die Bedürfnisse ein, unterbreiten Angebote und fördern positive Interaktionen. Gleichzeitig wird die Sichtbarkeit der Marke Raclette Suisse® erhöht und der Traffic auf unsere Website sowie die Shop-Verkäufe verstärkt.



Aktivitäten 2021

In den Focus der diesjährigen Kommunikationsmassnahmen stellte der Verein Raclette Suisse erneut die Ansprache von jungen Erwachsenen und Familien. Auch die Erreichung von kochaffinen bzw. haushaltführenden Personen war weiterhin bedeutend, da auf Grund der pandemischen Lage gerade zu Beginn des Jahres das Thema «Kochen zu Hause» auch weiterhin im Vordergrund stand. Diese Zielgruppen wurden über klassische Werbemittel wie TV-Spots und Inserate, aber auch über Degustationen, Einkaufs-Apps, Social Media-, Online- und Digital-Out-of-Home-Massnahmen erreicht.

Kampagnen

TV

Im Jahr 2021 wurden erneut vier saisonale Raclette-Suisse-Kampagnen über insgesamt 23 Wochen verteilt im TV ausgestrahlt und zum grössten Teil mit Tag-ons versehen, die auf spezielle Raclette-Aktionen im Detailhandel hinwiesen.

Im Mai 2021 sprach sich der Verband für die Realisation eines neuen TV-Spots aus, um den Raclette-Konsum im Sommer zu fördern und den Konsumenten die verschiedenen Möglichkeiten des Raclette-Genusses aufzuzeigen mit der Botschaft, dass auch «Dein Raclette-Stübli im Sommer überall sein kann».

Aus diesem Anlass wurden drei Szenen produziert, die unterschiedlichste Zielgruppen und Orte für den geselligen Hochsommergenuss thematisierten.

Auf einem Balkon geniessen Freunde fruchtige Raclette-Kompositionen.



Ein junges Pärchen richtet ihr sommerliches «Raclette-Stübli» kurzerhand auf einer Picknickdecke am See ein.



An einer idyllischen Feuerstelle im Wald zelebriert TRAUFFER Raclette vom heissen Grillrost.

Unterlegt wurde der neue TV-Spot mit dem stimmungsvollen Raclette Reggae Song, den Musiker TRAUFFER eigens für den Verein schrieb und gemeinsam mit der RIGUGEGL-Band feat. TRAUFFER umsetzte. Am 23. Juli startete die Kampagne auf diversen Kommunikations-Kanälen. Eine entsprechende Medienmitteilung wurde schweizweit versandt. Zudem bekamen alle Schweizer Radiostationen und Streaming- bzw. Download-Portale den Song vorgängig zur Verfügung gestellt.

Und wie es sich für musikalische Neuerscheinungen gehört, produzierte der Verband gemeinsam mit TRAUFFER ein dreieinhalbminütiges Musikvideo. Als Location für den Dreh wurde der altherwürdige Täggelibock auf dem Brienersee gechartert und mit Lichterketten, Palmen und Liegestühlen gemütlich dekoriert. Die zahlreichen jungen Protagonisten tanzten zu den Rhythmen des Reggaes, genossen die gesellige Stimmung und feinen Raclettekäse vom Grill.



Sommersong «Que je raclette bien»: Cover des neuen Raclette Reggae von der RIGUGEGL-Band feat. TRAUFFER.

Musikvideo und Song:



Events

Im Rahmen der Sommerkampagne und zur Etablierung des ersten Schweizer Raclette Reggaes als wiederkehrenden Ohrwurm, wurden am 5. August 2021 auf der Schynige Platte im Berner Oberland 800 Portionen Raclette gratis an Ausflügler verteilt. Der Anlass, der vorgängig medial in Szene gesetzt wurde und an dem auch Testimonial TRAUFFER teilnahm, kam bei den zahlreichen Gästen sehr gut an und wurde in den Sozialen Medien mit Likes und positiven Kommentaren honoriert.

Sponsoring Openair-Kino

Im Jahr 2021 war der Verband erneut an insgesamt 14 Standorten schweizweit als Sponsor der Coop Openair-Kinos vertreten. Mehr als 121 000 Besucher des cineastischen Outdoorvergnügens genossen die sommerliche Stimmung und verspeisten mehr als 19 000 Raclette-Portionen vor Ort. Neben Logotafeln, Rezeptflyern und einem Gewinnspiel nutzte der Verband ab dem 23. Juli das Angebot, den neuen Raclette-Stübli-Spot vor dem Film und während den Pausen abzuspielen.

Botschafter TRAUFFER genoss das feine Raclette auf Brot sichtlich, vergab Gewinnspiel-Preise in Form von Raclette-Grillpfännchen und posierte für Fotos mit Gross und Klein.

Promotionen am POS

Da aufgrund der pandemischen Lage zu Beginn des Jahres kaum Degustationen durchgeführt werden konnten, plante der Verband in Kooperation mit dem Essiggemüse-Hersteller Chirat im Herbst 2021 zwei grössere Promotionen. Insgesamt 160 Verkaufsstellen in Coop City und Megastores in der Deutsch- und Westschweiz wurden im Zeitraum von KW 44 bis 46 und 49 bis 51 bewirtschaftet. In der Migros durften keine nationalen Degustationen durchgeführt werden. Als Ersatz wurden diverse Samplings mit Raclette-Sticks durchgeführt. In der Woche 19 erfolgte in den Genossenschaften eine Zugabeaktion mit 39 000 Grillpfännchen.

Online-/ DOOH-Kampagnen

Zum Jahresauftakt thematisierte der Verband via Online-Kampagnen die Konsumation von Raclettekäse im Winter sowie im Vorfeld zum Valentinstag. Dementsprechend wurden erneut verschiedene Werbemittel auf der Einkaufs-App Bring! sowie Inserate via Google Search geschaltet. Der aktuelle TV-Spot «Winterzauber» erreichte die User über den YouTube-Kanal.

Im Digital-Out-of-Home-Bereich (DOOH) wurden die Kampagnen-Sujets und Rezeptvideos auf 150 Screens in Spar-Filialen, auf 552 Bildschirmen im Postnetz und auf ePanels in Einkaufszentren, jeweils in der Deutsch- und Westschweiz, ausgestrahlt.



Das Promotionsteam bereitete traditionelles Raclette mit Essiggemüse zu und verteilte die Portionen an interessierte Kunden.



Ausschnitt aus den gluschtigen Kurz-Videos für den Online- und DOOH-Einsatz zu Beginn des Jahres 2021.

Working Bicycle

Im Mai 2021 lancierte der Verband eine Kampagne über den Anbieter Working Bicycle. Insgesamt 180 Velos waren während zwei Wochen in den Städten Thun, Chur und Bern mit gebrandeten Werbeboxen unterwegs. In Szene gesetzt wurde die «2 für 1 Grillpfännchen-Aktion», die sich über insgesamt 8500 gefahrene, klimaneutrale Kilometer in den Agglomerationen verbreitete.

Begleitet wurde die Kommunikationsmassnahme durch einen attraktiven Wettbewerb in den Sozialen Medien, um die Aufmerksamkeit für diese Aktion über die teilnehmenden Städte hinaus zu erhöhen.

Social Media

Influencer-/Foodblogger-Marketing

Während des gesamten Jahres profitierte der Verband von den engagierten und Raclette-affinen Influencern, mit denen im Januar 2021 entsprechende Verträge abgeschlossen wurden.

Neue, saisonale Raclette-Rezepte wurden entwickelt, die das Kochen daheim – auch während des Lockdowns – spannender und abwechslungsreicher gestalten sollten. Der Konsum des geschmolzenen Käses wurde in- und outdoor zelebriert, Wettbewerbe geschaltet und eine nachahmenswerte Raclette-Genuss-Welt auf die Endgeräte der User gezaubert, die viel Zuspruch und positive Kommentare generierte.



Der kleine Neo stellt in einem Rezeptvideo zum Muttertag unter Beweis, dass die Zubereitung von Raclette kinderleicht ist.



Influencerin Belinda setzte Akzente in der Community mit ihrem herbstlichen Raclette-Picknick.



Die Raclette-Toast-Trilogie von Foodbloggerin @LouMalou erreichte fantastische Reichweiten in den Sozialen Netzwerken.

#RacletteGrillChallenge

Zur Aktivierung des Raclette Sommerkonsums lancierte der Verband im Juni und Juli 2021 erneut die Raclette Grill-Challenge mit Botschafter TRAUFFER, die vorwiegend auf den Social-Media-Kanälen Facebook und Instagram ausgespielt wurde. Nach einem ersten Aufruf in Form eines Wettbewerbs, sich als Kandidat zu bewerben, stellten sich die neun ausgewählten Teilnehmenden der Herausforderung, TRAUFFER die Stirn am heissen Rost zu bieten. Insgesamt durchliefen die ambitionierten Challenge-Teilnehmenden vier Etappen und produzierten zahlreiche Videos, Rezepte und Bildmaterial.

Die Kampagne generierte im Zeitraum vom 12. Mai bis 22. August eine Reichweite von über 3,3 Millionen Usern, erzeugte über 5,5 Millionen Impressionen und mehr als 31000 Interaktionen. Auf Grund der erfolgreichen Lancierung bei geringem Mitteleinsatz wird eine Wiederholung der Challenge im Sommer 2022 angestrebt.



TRAUFFERs Aufruf in den Sozialen Medien zur Teilnahme an der 2. Raclette Grill-Challenge

E-Mail-Marketing

Im Bereich E-Mail-Marketing versandte Raclette Suisse im Jahr 2021 insgesamt sieben personalisierte Newsletter an jeweils über 125 000 Empfänger. Die eindeutigen Öffnungsraten lagen zwischen 31 und 46 Prozent und erhöhten den Traffic sowie die Conversions auf der Website www.raclette-suisse.ch bzw. www.raclette-suisse.ch/fr jeweils deutlich.

Website

E-Payment Webshop

Im Verlauf des Jahres 2021 wurden die Bezahlmöglichkeiten im Online-Shop erweitert. Neu hat die Kundschaft die Möglichkeit, ihre Einkäufe via Kreditkarte, Postcard oder Twint zu bezahlen.

Exportaktivitäten

Der Verein Raclette Suisse unterstützt seine Mitglieder bei verkaufsfördernden Aktivitäten in den Hauptexportmärkten Deutschland, Frankreich, Belgien, Niederlande und Luxemburg. Verstärkt engagiert sich Raclette Suisse auch in den USA. Das Potential ist gross und unser Raclettekäse erfreut sich dort wachsender Beliebtheit. Im Jahr 2021 konnte die exportierte Menge von 208 Tonnen auf 328 Tonnen ausgedehnt werden (+54 %).

Der asiatische Raum und Russland werden durch unsere Exporteure direkt bearbeitet, wobei auch diese Aktivitäten von Raclette Suisse bei Einhaltung der Export-Richtlinien mitfinanziert werden.

Um die Marke Raclette Suisse® in den Exportmärkten zu fördern, wurden im Berichtsjahr folgende Massnahmen umgesetzt:

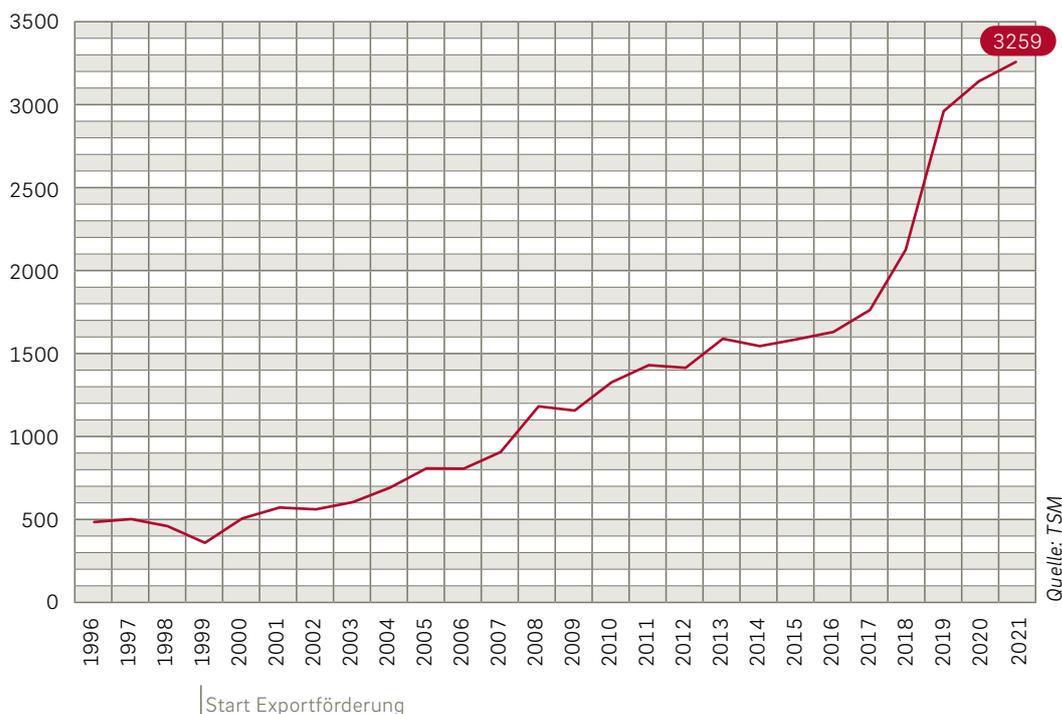
- 500 000 Leporellos mit Glückscode-Gewinnspiel auf den Konsumentenpackungen in Deutschland
- 2 550 000 Aufkleber «Zeitloser Genuss aus der Schweiz» mit Gewinnspiel in Deutschland
- Grillpfännchen- und Pfännchen-Untersetzer-Promotionen
- Print-Kampagnen
- Online-Kampagnen und Bemusterung für die Markenausdehnung in den USA
- Beteiligung an flankierenden Werbemassnahmen der Switzerland Cheese Marketing AG

Die Raclette-Exporte konnten damit weiter gesteigert werden und erreichten erneut einen Höchststand. Der Gesamtexport von Schweizer Raclettekäse stieg um 107 Tonnen auf 3259 Tonnen im Jahr 2021 (+3,4 %). Deutschland bleibt mit 1795 Tonnen mit Abstand der wichtigste Exportmarkt.

EXPORTE

Schweizer Raclettekäse

Export in Tonnen



Im Jahr 2021 stiegen die Exporte auf ein neues Allzeithoch von 3259 Tonnen (+107 t / +3,4 %).

Werbung

Aussichten 2022

Im Kalenderjahr 2022 sind zahlreiche klassische und digitale Kommunikationsmassnahmen geplant sowie Degustationen, Promotionen und Events, um die Marke Raclette Suisse® für die Kundschaft sichtbar und erlebbar zu machen und sie bei ihrem Kaufentscheid zu unterstützen.

Welle 1

- Ausstrahlung des «Raclette-Winterzauber»-TV-Spots von KW 1 bis KW 8, inkl. Aktionshinweise bei Coop und Migros sowie Einsatz des 32-sekündigen Füllerspots von KW 1 bis ca. KW 13
- Newsletter-Aussendung vor Ostern
- Veröffentlichung von ca. 4 Postings pro Woche auf den Social-Media-Kanälen von Raclette Suisse
- Schaltung von ersten Beiträgen auf den Kanälen Pinterest und TikTok
- Ganzjähriges Grundrauschen von Google-Anzeigen (SEA), Bannern sowie Rezept-Videos auf YouTube
- Diverse Beitragsveröffentlichungen von Influencern und Foodbloggern für Raclette Suisse während des gesamten Jahres
- Durchführung von Kampagnen auf der Einkaufsapp Bring! von KW 4 bis 7
- Sponsoring Heididorf ab Mitte März bis ca. Mitte November 2022 mit temporärem Raclette- und Shopartikel-Angebot vor Ort

Welle 2

- TV-Präsenz des neuen Raclette-Stübli-Sommerspots in KW 21 und 22 sowie von KW 25 bis KW 31 als neutrale Version, als Tag-on mit Aktionsankündigungen von Coop und Migros, als Füller und erstmals als je 8-sekündige Kurz-Spots der einzelnen Vignetten
- Product-Placements in 5 Videoproduktionen von Loisirs.ch/Freizeit.ch
- Planung nationaler und regionaler Degustationen im Detailhandel
- Einsatz von 180 Velos (Working Bicycle) mit Raclette-Suisse-Werbeboxen in Bern, Zürich und Luzern in den letzten beiden Maiwochen
- On-Pack-Promotion bei Detailhändler Coop von Mai bis Juni
- Sponsoring von 14 Coop Open-Air Cinemas mit Raclette-Angebot vor Ort und Ausstrahlung des «Raclette-Stübli»-Videos von Anfang Juli bis ca. Mitte September 2022
- Erneute Durchführung der Raclette Grill-Challenge mit TRAUFFER ab Mai bis ca. Mitte Juli 2022
- Mindestens zwei Newsletter-Aussendungen zwischen Mai und August inkl. Sommerwettbewerb
- Anzeigen- und Videokampagnen auf Social-Media-Kanälen, bei Google und in Partnernetzwerken, zur Verlängerung von Mediakampagnen und Erhöhung der Werbeerinnerung

Welle 3

- Schaltung der Raclette Herbst- und Winterspots ab KW 39 bis KW 51 sowie Ausstrahlung der Füllerspots über den genannten Zeitraum hinaus
- Planung von nationalen und regionalen Degustationen im Detailhandel
- Durchführung von Rezept- und Produkt-Kampagnen auf der Einkaufsapp Bring!
- Inserateschaltung in der Zeitschrift La Tavola und bei weiteren Kooperationspartnern
- Newsletteraussendungen mit Herbst- und Weihnachtswettbewerb
- Realisierung des Höhlenraclette-Weltrekords in Kooperation mit dem Partner InCave sowie TRAUFFER und 444 Teilnehmenden im Bergwerk Gonzen am 1. Oktober 2022

Raclette
geht immer!

Für gemütliche
und genussvolle
Stunden:
Raclette-Ofen Twiny
CHF 39.-
statt CHF 49.-

Aktionspreis gültig bis 14.11.2021, solange Vorrat.

raclette-suisse.ch

Die Mitglieder

Appenzeller Milchspezialitäten AG

Hauptstrasse 48
9105 Schönengrund

Telefon 071 360 02 11
Fax 071 360 02 68
info@chaeserei.ch
www.chaeserei.ch

Caseificio dimostrativo del Gottardo SA

6780 Airolo

Telefon 041 91 869 11 80
Fax 041 91 869 17 30
info@cdga.ch
www.caseificiodelgottardo.ch

Fromagerie Friesenheid

Friesenheid 157
3185 Schmitten

Telefon 026 496 00 33
louis-a.yerly@bluewin.ch
www.friesenheid.ch

Arnold Walker AG

Käsehandel en gros
3982 Bitsch

Telefon 027 927 40 30
Fax 027 927 40 04
alexander.walker@walker-ag.ch
www.walkerag.ch

Crema SA

Case postale 167
1701 Fribourg

Telefon 026 407 21 11
Fax 026 407 21 25
info@cremo.ch
www.cremo.ch

Fromagerie Le Maréchal SA

Z.i. Les Louveresses 8
1523 Granges-Marnand

Telefon 026 668 12 88
j-m.rapin@le-marechal.ch
www.le-marechal.ch

Berg-Käserei Gais AG

Forren 22
9056 Gais

Telefon 071 793 37 33
Fax 071 793 37 83
gais@bergkaeserei.ch
www.bergkaeserei.ch

Emmi Schweiz AG

Landenbergstrasse 1
6005 Luzern

Telefon 058 227 27 27
info@emmi.com
www.emmi.com

Fromagerie Les Martel

Major-Benoît 25
2316 Les Ponts-de-Martel

Telefon 032 937 16 66
Fax 032 937 14 19
info@fromagerie-les-martel.ch
www.fromagerie-les-martel.ch

Bergkäserei Mühlrüti

Dorf 2
9613 Mühlrüti

Telefon 041 71 983 36 77
kuenzle.kaese@bluewin.ch
www.bergkaeserei-kuenzle.ch

F. & A. Sommer GmbH Wyland Chäsi

Rebbergstrasse 6
8444 Henggart

Telefon 052 316 15 55
Fax 052 316 15 16
info@wylandchaesi.ch
www.wylandchaesi.ch

Fromagerie Moléson SA

1694 Orsonnens

Telefon 026 653 91 91
michel.grossrieder@moleson-sa.ch
www.moleson-sa.ch

Bergkäserei Oberberg AG

Oberberg 1
6170 Schüpfheim

Telefon 041 484 19 08
Fax 041 484 19 41
chaesi_oberberg@bluewin.ch
www.oberbergkaeserei.ch

Fläcke-Chäsi GmbH

Aargauerstrasse 4
6215 Beromünster

Telefon 041 930 30 21
Fax 041 930 30 94
mail@flaecke-chaesi.ch
www.flaecke-chaesi.ch

Fromagerie Spielhofer SA

Rue de l'Envers 16
2610 St-Imier

Telefon 032 940 17 44
Fax 032 940 17 45
info@spielhofer-sa.ch
www.fromageriespielhofer.ch

Brülisauer Käse AG

Unterdorf 6
5444 Künten

Telefon 056 496 33 61
Fax 056 496 48 10
info@chaesi-kuenten.ch
www.chaesi-kuenten.ch

Fromagerie de Nods

Route de Lignièrès 5
2518 Nods

Telefon 032 751 22 73
Fax 032 751 22 88
info@fromagerie-de-nods.ch
www.fromagerie-de-nods.ch

Imlig Käserei Oberriet AG

Staatsstrasse 163
9463 Oberriet

Telefon 071 761 11 10
Fax 071 761 10 14
urs.imlig@imlig.com
www.imlig.com

Käserei Aergera Tentlingen

Käsereistrasse 3
1734 Tentlingen

Telefon 026 418 19 54
kaeserei-aergera@sensemail.ch
www.kaeserei-tentlingen.ch

Laiterie-Fromagerie du Pâquier

Place du Centre 6
1661 Le Pâquier-Montbarry

Telefon 026 912 26 64
Fax 026 915 90 18
info@fromagerie-delagruyere.ch
www.fromagerie-delagruyere.ch

Sennerei Kandersteg

Thomas Aeschlimann
Bahnhofstrasse 5
3718 Kandersteg

Telefon 033 675 12 59
info@sennereikandersteg.ch
3w.sennereikandersteg.ch

Käserei Hüpfenboden

Hüpfenboden
3555 Trubschachen

Telefon 034 402 13 12
Fax 034 495 66 80
info@huepfenboden.ch
www.huepfenboden.ch

Milchhof AG

Scanastrasse 12
FL-9494 Schaan

Telefon +423 237 04 04
Fax +423 237 04 40
info@milchhof.li
www.milchhof.li

Strähl Käse AG

Bahnhofstrasse 1
8573 Siegershausen

Telefon 071 678 11 11
Fax 071 678 11 12
info@straehl.ch
www.straehl.ch

Käserei Müller-Thurgau AG

Landstrasse 9
8580 Hagenwil b. Amriswil

Telefon 071 411 15 59
info@mueller-thurgau.ch
www.mueller-thurgau.ch

Milco SA

Route André Piller 37
1720 Corminboeuf

Telefon 026 915 90 12
Fax 026 915 90 18
administration@milco.ch
www.milco.ch

Urs Preisig

Rietwies
8499 Sternenbergr

Telefon 052 386 12 76
Fax 052 386 22 42
urs.preisig@kaeserei-preisig.ch
www.kaeserei-preisig.ch

Käserei Oberli Rislen AG

Rislen
9512 Rossrüti-Wil

Telefon 071 911 14 22
Fax 071 911 62 49
info@bodensee-kaese.ch
www.bodensee-kaese.ch

Napf-Chäsi AG

Unterdorf 13
6156 Luthern

Telefon 041 978 11 17
info@napf-chaesi.ch
www.napf-chaesi.ch

Wildberg Käse AG

Wildbergstrasse 6
8489 Wildberg

Telefon 052 385 11 44
info@wildbergkaese.ch
www.kaesereiruegg.ch

Küssnachter Dorfkäserei GmbH

Greppenstrasse 57
6430 Küssnacht

Telefon 041 850 44 44
Fax 041 850 44 45
mail@kuessnachter.ch
www.kuessnachter.ch

Säntis AG Käserei Linden

Linden 4
9300 Wittenbach

Telefon 071 298 34 43
Fax 071 298 17 11
info@saentis.ch
www.saentis.ch

Laiterie du Mouret

Route de la Gruyère 6
1724 Ferpicloz

Telefon 026 413 11 07
Fax 026 413 46 13
bekolly@bluewin.ch
www.laiterie-du-mouret.ch

Seiler Käserei AG

Industriestrasse 45
6074 Giswil

Telefon 041 660 80 40
Fax 041 660 89 43
seiler@raclette.ch
www.seilerkaese.ch

Die Geschäftsstelle



Raclette Suisse

Weststrasse 10

Postfach

3000 Bern 6

info@raclette-suisse.ch

www.raclette-suisse.ch

Jürg Kriech Geschäftsführer

Telefon 031 359 53 25

Daniela Pachali Assistenz

Telefon 031 359 54 12

Onlineshop

www.raclette-suisse.ch/shop

Telefon 031 359 57 28

Ofenmiete

www.raclette-suisse.ch/ofenmiete

Hotline 031 359 57 85

www.raclette-suisse.ch

