



Medienmitteilung

Sperrfrist bis 14.6.2012, 11.00 Uhr

Mitgliederversammlung Raclette Suisse, 14. Juni 2012

Langfristiges Wachstum, Rekordtief im Jahre 2011

Der Verein Raclette Suisse hat es seit dem Start seiner Aktivitäten im Jahre 1994 dank wirkungsvollen Marketingmassnahmen geschafft, die Produktionsmenge um 21 Prozent auf 10'786 Tonnen auszudehnen. Die Exporte liessen sich seit 1999 von 358 Tonnen auf 1'437 Tonnen im vergangenen Jahr erhöhen. Im Berichtsjahr verzeichnete der Verein leider aber einen Rückgang der Produktionsmenge von 8 Prozent oder 960 Tonnen.

Langfristig kontinuierliches Wachstum im Inland, aber Rekordtief 2011

Der Verein Raclette Suisse hat seine Marketingaktivitäten für den Inlandmarkt im Jahre 1994 gestartet. Vom Start der Aktivitäten des Vereins bis 2010 konnte die Produktion von Raclette Suisse® von 8'943 Tonnen auf 11'746 Tonnen ausgebaut werden (+ 2'803 t / + 31 %). Im Berichtsjahr musste der Verein Raclette Suisse dann leider einen in der Geschichte des Vereins noch nie dagewesenen Rückgang der Produktionsmenge von 960 Tonnen oder 8 Prozent auf 10'786 Tonnen hinnehmen. Die Nachfrage im Bereich der Privathaushalte, auf die sich unsere Werbung beschränkt, ging gemäss Nielsen um 2.3 Prozent oder 180 Tonnen zurück. Gründe dafür dürften das ausserordentlich schöne Wetter, die schlechte Konsumentenstimmung und die rekordverdächtige Umsatzeinbusse beim Detailhandel sein. Bereits im ersten Quartal 2012 konnten wir aber wieder eine Ausdehnung der Produktionsmenge von plus 183 Tonnen oder 10.2 Prozent auf 1'980 Tonnen feststellen (VJ 1'797 t). Trotz diesem Einbruch 2011 hat sich Raclette, mit klarem Abstand zum Appenzeller und zum Tilsiter, zum bedeutendsten Halbhartkäse der Schweiz entwickelt.

Enorme Nachfrage in den Exportmärkten

Bis 1998 beschränkte sich der Verein ausschliesslich auf das Inlandmarketing. Ab 1999 erfolgte die Ausweitung der Marketingaktivitäten auf die Märkte Deutschland, Belgien, Luxemburg und Frankreich. Die Strategie betreffend Ausweitung der Marketingmassnahmen hat sich bewährt. So gelang es ab 1999 die Exportmenge von Raclette von 358 Tonnen auf 1'437 Tonnen auszudehnen. Im Gegensatz zu den starken Absatzmengen sind die Erträge aufgrund der zunehmenden Frankenstärke aber stark unter Druck geraten.

Mit neuer strategischer Ausrichtung gut positioniert in die Zukunft

Raclette Suisse startete 2011 die Kampagne „RIGUGEGL“ oder „Raclette isch guet und git e gueti Luune“. Im Zentrum der neuen strategischen Ausrichtung steht der Konsum in der kälteren Jahreszeit. Zusätzlich sollen geeignete Massnahmen rund um den Schweizer Nationalfeiertag den Sommerkonsum von Raclette aktualisieren. Die Kampagne wird begleitet von Verkaufsförderungsmassnahmen, Auftritten an Openair-Kinos, Aktivitäten in Online-Medien und vielem mehr. Der Verein ist trotz des Absatzeinbruchs im Jahre 2011 zuversichtlich, gemeinsam mit der Unterstützung des Detailhandels und weiterer Partner, das Potential von Raclette auch in den kommenden Jahren nutzen zu können.

Zeichen mit Leerzeichen: 2'442

Raclette Suisse

Geschäftsstelle für Schweizer Raclette
Weststrasse 10
3000 Bern 6
E-Mail info@raclette-suisse.ch
Web <http://www.raclette-suisse.ch>



Markus Tschumi, Geschäftsführer
Telefon 031 359 53 25

Diese Pressemitteilung ist ab 14.6.2012 bei
<http://www.raclette-suisse.ch/de/meta/medien/pressemitteilungen.html>

als Word-Download abrufbar. Unter derselben Adresse finden Sie auch statistische Angaben und Bildmaterial.

Beleg und Urhebervermerk erbeten.

Raclette Suisse

Die Organisation vereinigt die Hersteller der Marke Raclette Suisse, die ihren ganzen Berufstolz einbringen, um das ausserordentliche Produkt für die Nationalspeise herzustellen, welche für einfache Zubereitung, Gemütlichkeit und Genuss steht. *Raclette Suisse* ® als Marke garantiert den Abnehmern und Konsumenten für Natürlichkeit und Qualität. Die Geschäftsstelle *Raclette Suisse* ist mit 1.5 Personenstellen schlank organisiert.