

Geschäftsbericht 2016



Raclette Suisse® erfolgreich und beliebt



Jürg Simon
Präsident



Jürg Kriech
Geschäftsführer



Daniela Pachali
Assistenz

Dank kontinuierlichen und wirkungsstarken Werbemassnahmen kann Raclette Suisse ein langfristiges und nachhaltiges Wachstum von rund 50 Prozent ausweisen. Seit dem Start der Marketingaktivitäten im Jahr 1994 erhöhte sich das Produktionsvolumen von ursprünglich 8943 Tonnen auf 13 687 Tonnen im Jahr 2016 (+4744 t / +53 %). Der Absatz in den Privathaushalten erhöhte sich im gleichen Zeitraum von 6454 Tonnen auf 9631 Tonnen (+3177 t / +49 %). Die Exporte stiegen in dieser Zeitspanne von 495 Tonnen auf 1644 Tonnen (+1149 / +232 %).

Die Produktionsmenge wurde im Geschäftsjahr 2016 um 0,4 Prozent oder 58 Tonnen ausgedehnt. Die Nachfrage der Schweizer Privathaushalte sank jedoch um 2,6 Prozent oder 262 Tonnen. Obwohl die Bedingungen für Exporte in den Euroraum aufgrund der anhaltenden Frankenstärke weiterhin herausfordernd sind, konnte das Exportvolumen nach Deutschland ausgebaut werden. Die Exporte nach Frankreich waren rückläufig, die Exportmenge in die Beneluxstaaten blieb stabil. Die Gesamtexporte 2016 stiegen um 2,9 Prozent oder 47 Tonnen.

Zusätzlich zur Förderung des Absatzes im In- und Ausland setzt sich der Verein auch für hervorragende Qualität und Natürlichkeit seiner Produkte ein. Dazu unterhält Raclette Suisse – ergänzend zu den Massnahmen der Hersteller – ein umfassendes Qualitätsmanagement. Weitere wichtige Aufgaben sind die Interessenvertretung der Mitglieder sowie der Marken- und Herkunftsschutz.

Wir danken unseren Kunden, Partnern und den Mitarbeitern für das entgegengebrachte Vertrauen und für die Unterstützung. Der Verein wird sich mit einer klaren Ziel- und Effizienzorientierung auch in Zukunft für die erfolgreiche Positionierung und Marktausdehnung von Raclette Suisse® einsetzen.

INHALTSVERZEICHNIS

Wirtschaftslage	Aktivitäten 2016
Das Jahr 2016 2	TV-Werbung und Social Media 9
Aussicht 2017 3	Verkauf, Export, Sponsoring 10
Die Organisation 4	Werbung
	Werbeerfolg 2016 12
Das Produkt	Werbewirkungskontrolle 2016, Website 13
Raclette Suisse® – nützliche Tipps 5	Aussichten 2017 15
Die Geschichte 7	Die Mitglieder 16
Die Strategie 8	

Wirtschaftslage

Das Jahr 2016

Auch 2016 sah sich der Schweizer Detailhandel mit einem herausfordernden Jahr konfrontiert. Gemäss den Ökonomen der Credit Suisse sank die reale Nachfrage, was zusammen mit leicht tieferen Preisen auch im zweiten Jahr nach der Aufhebung des EUR/CHF-Mindestkurses zu rückläufigen nominalen Branchenumsätzen führte (-1,0 % ggb. 2015).

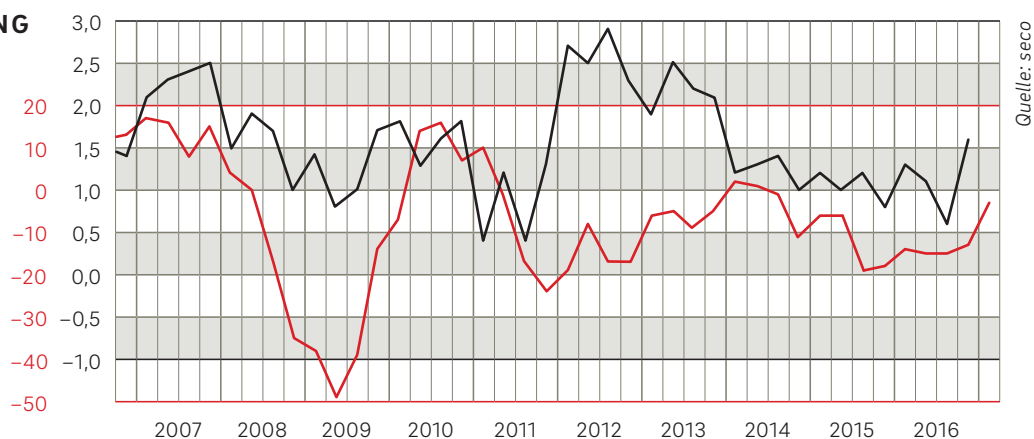
Während der Food-Detailhandel wieder ein leichtes nominales Umsatzwachstum verzeichnen konnte (+0,2 % ggb. Vorjahr), litten die Detailhändler im Non-Food-Segment immer noch unter einem zum Teil deutlichen Umsatzrückgang, der sich im Vergleich zu 2015 nur leicht abschwächte.

Der Einkaufstourismus stabilisierte sich 2016 auf sehr hohem Niveau. Während sich die Auslandsinkäufe vor Ort im abgelaufenen Jahr leicht zurückgebildet haben, gehen die Analysten davon aus, dass der grenzüberschreitende Onlinehandel weiterhin von einer starken Wachstumsdynamik profitierte. Insgesamt dürfte 2016 jeder zehnte Detailhandels-Franken im Ausland ausgegeben worden sein.

KONSUMENTENSTIMMUNG

Konsumentenstimmung
in Indexpunkten

Wachstum des privaten Konsums
in Prozent



Quelle: seco

Aussicht 2017

Für den gesamten Detailhandel gehen die Ökonomen der Credit Suisse von einer Stagnation der nominalen Umsätze aus – was nach den schwachen Vorjahren einer Stabilisierung gleichkommt. Sofern der Franken gegenüber dem Euro nicht nochmals deutlich aufwertet, dürften die stationären Auslandeinkäufe der Schweizer Bevölkerung 2017 zudem nicht weiter zu-, sondern höchstens leicht abnehmen. Somit wird die reale Nachfrage in erster Linie dank dem Bevölkerungswachstum 2017 etwas zulegen. Vom leichten realen Nachfragewachstum werden in erster Linie die Detaillisten des Food-/Near-Food-Segments profitieren.

In Bezug auf das Onlinehandel-Szenario ist davon auszugehen, dass der Anteil des E-Commerce an den Detailhandelsumsätzen innerhalb der nächsten fünf Jahre von 5 Prozent auf über 10 Prozent ansteigen wird.



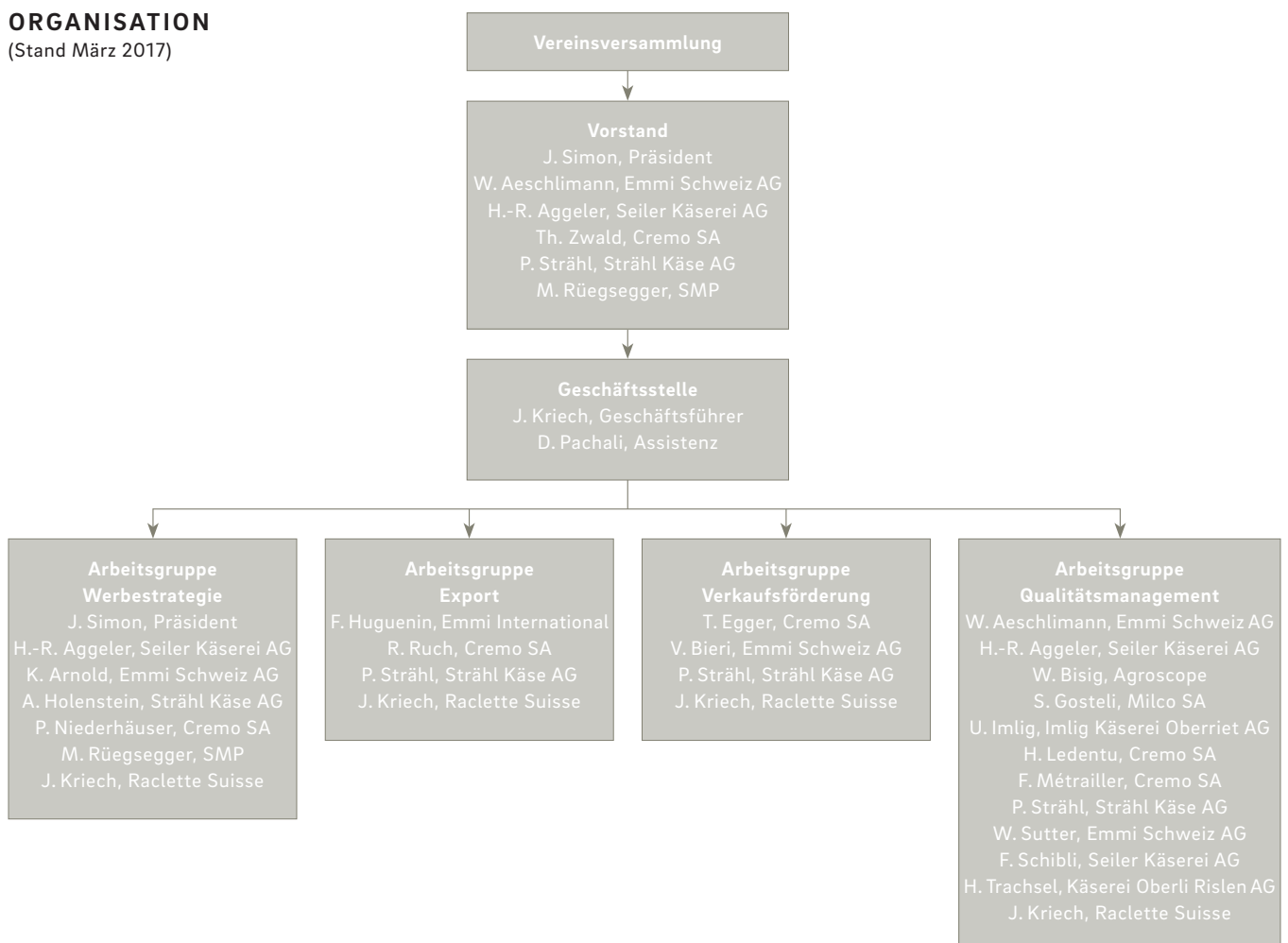
Die Organisation

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®, den erfolgreichsten Halbhartkäse der Schweiz, zu betreiben. Im Jahr 2016 konnte der Verein zwei weitere Raclettehersteller akquirieren. Somit zählt Raclette Suisse per Ende 2016 insgesamt 18 Mitglieder. Die Geschäftsstelle ist mit rund 1,6 Personenstellen schlank organisiert.

Die Organisation Raclette Suisse richtet ihre Entscheidungen auf eine nachhaltige und langfristige Marktentwicklung sowie einen umsichtigen Umgang mit dem Einsatz der vorhandenen Mittel. Dabei steht eine Konzentration auf die Positionierung von Raclette als klassisches Gericht für besondere Anlässe (Indoor) im Vordergrund.

ORGANISATION

(Stand März 2017)



Das Produkt

Raclette Suisse® weist aufgrund der spezifischen Herstellung eine hervorragende Schmelzbarkeit auf. Ein Raclette ist zudem schnell zubereitet, garantiert Geselligkeit und Genuss und lässt sich mit frischen Zutaten von Salat über Kräuter bis hin zu Früchten und Gemüse stets variieren.

Raclettekäse ist von Natur aus reich an hochwertigem Eiweiss, essenziellen Aminosäuren sowie Kalzium und Phosphor. Er stellt eine gute Quelle für die Vitamine A, D, B₂ und B₁₂ dar und enthält keine Laktose (unter 0,1 g / 100 g).

Für die Herstellung werden keine Zusatzstoffe und keine gentechnisch hergestellten Labstoffe eingesetzt. Deshalb kann auch die Rinde, die beim Schmelzen den charakteristischen Geschmack bildet, mit Genuss gegessen werden.

Raclette Suisse® – nützliche Tipps

Die Vorbereitung

Pro Person rechnet man 200 bis 250 g Käse und dieselbe Menge «Gschwelkti» (Pellkartoffeln). Kartoffeln mit der Schale ca. 30 Minuten knapp weich kochen. Den Raclettekäse in pfännchengerechte Portionen schneiden, Pfeffermühle, Gewürze und Beilagen auf den Tisch stellen – fertig!

Die Beilagen

Zu einem Raclette passen frische Kräuter und Salate, saftiges Gemüse wie Peperoni, Gurken, Tomaten, Maiskölbchen, Senfrüchte, Pilze, frische Früchte und Nüsse etc.

Das Getränk

Ein gehaltvoller Weiss-, Rosé- oder ein leichter Rotwein sind die idealen Begleiter zu einem gemütlichen Racletteessen. Aber auch ein helles Bier passt gut. Stille Kenner empfehlen Kräuter- oder Schwarztee, weil diese die Verdauung anregen.

Das Dessert

Den perfekten Schlusspunkt setzen Sie mit einem frischen Fruchtsalat oder einem erfrischenden Fruchtsorbet.

Die Reste

Übrig gebliebene Raclettescheiben lassen sich gut als Schnittkäse für Sandwiches und Salate sowie für Aufläufe und zum Überbacken von Toasts verwenden. In der Vakuumverpackung bleibt Raclettekäse rund zwei Monate und in einer Klarsichtfolie eingepackt ca. acht Tage frisch.

Im Nu sauber

Geschirr, Pfännchen und Bestecke für einige Zeit in kaltem Wasser einweichen und vorreinigen. Danach im Geschirrspüler oder in heissem Wasser mit Spülmittel waschen. Den Racletteofen mit einem feuchten Tuch mit etwas Spülmittel abwischen.

Käseduft ade

Eine Zitrone oder eine Orange mit Nelken gespickt, bringen den Käseduft über Nacht zum Verschwinden.

Raclette wird stilvoll am Feuer bzw. traditionell mit einem Ofen für halbe Laibe geschmolzen oder klassisch mit dem elektrischen Tischofen zubereitet. Aber auch das Schmelzen im Backofen oder in der Mikrowelle ist eine einfache und schnelle Variante. Praktische Outdooröfen, die mit Teelichtern betrieben werden, eröffnen zudem neue Möglichkeiten für gesellige Genussmomente im Aussenbereich.



Die Geschichte

Im 13. und 14. Jahrhundert setzte in der Schweiz ein starkes Bevölkerungswachstum ein. Viele der Bewohner besiedelten zur Sicherung des Lebensunterhalts die noch unbewohnten Alpen. In diesen entlegenen Gebieten bot die Natur mit den aromatischen Gräsern und Kräutern die ideale Nahrung für die Kühe und den Sennen beste Bedingungen zur Herstellung von Käse. Die Sennen liessen sich einzig und allein von der Erfahrung leiten und ihr Handwerk vererbte sich über Jahrhunderte.

Damals existierte für den Käse oder das gemütliche Gericht noch kein eigentlicher Name. Die Sennen nannten die Tätigkeit «Käse braten». Dabei wurde die Schnittfläche von einem halben Käselaib der Hitze eines Gluthaufens ausgesetzt und der geschmolzene Käse auf einen Teller abgestreift. Daraus entwickelte sich der Begriff «Bratkäse» und später der vom französischen Wort «racler» (abstreichen/abkratzen) abgeleitete Begriff «Raclette».

Erst in der Mitte des 20. Jahrhunderts gelangte die ehemalige Bauernmahlzeit von den Alpen in die Täler. Sehr rasch konnten die Sennereien die grosse Nachfrage nicht mehr decken. Deshalb erfolgte die Produktionsaufnahme in der gesamten Schweiz. Heute zählt Raclette zu den beliebtesten Schweizer Nationalgerichten und ist weit über die Grenze bekannt.



Das Racletteöfeli für unterwegs (oben) ist auf www.raclette-suisse.ch/shop erhältlich.

Die Strategie

Im Vordergrund steht die Positionierung von Raclette als klassisches Gericht für besondere Anlässe. Dabei soll primär die Konsumhäufigkeit mit einer effizienten Imagekampagne und wirkungsvollen Verköstigungen in grösseren Einkaufszentren erhöht werden. Die emotionalen Attribute Gemütlichkeit, Geselligkeit und Genuss werden in den Kampagnen besonders hervorgehoben. Als Zielgruppe werden in erster Linie erlebnisorientierte Erwachsene im Alter von 25 bis 35 Jahren sowie junge Familien angesprochen.

Der Angebotsbereich «Raclette als ganzjähriges Alltagsgericht» und «Raclette im Outdoorbereich» wird durch ein verstärktes Angebot an Kleinöfen für ein bis zwei Personen und an Raclette-Grillpfännchen via Internetshop, Newsletter, soziale Medien und als Wettbewerbspreise in Gewinnspielen aktiv betreut.

Die einfache Zubereitung wie auch der Wunsch nach traditionellen und doch zeitgemässen Werten tragen dazu bei, dass Raclette als typische schweizerische Mahlzeit mit einzigartigem Geschmack stets an Beliebtheit gewinnt.

**Raclettespass beim Grillen.
Wer im Sommer nicht lange in der Küche
stehen mag, wird diesen heissen Trend
lieben. Die vielfältigen Kombinations-
möglichkeiten machen auch vegetarische
Geniesser glücklich.**



Aktivitäten 2016



Im Jahr 2016 wurde die bisherige, erfolgreiche Marketingkommunikation kontinuierlich fortgesetzt und durch den verstärkten Einsatz der Onlinemedien ergänzt. Als Mittel dazu dienten:

Markenbotschafter.
An einem Konzert bereitete TRAUFFER vor über 3000 Fans ein Raclette auf der Bühne zu und verspeiste es unter tosendem Beifall.

TV-Werbung und Social Media

Die Marke Raclette Suisse® steht für Gemütlichkeit, Genuss und einfache Zubereitung. Wie diese Philosophie auch beim Wandern umgesetzt werden kann, zeigte der neue TV-Spot ab 4. Oktober 2016 auf sympathische Weise. Mit dem «Racletteöfeli für unterwegs» ist schnell ein herzhaftes Raclette zubereitet. Es passt in jeden Rucksack, ist sofort einsatzbereit und funktioniert ohne Strom. Damit will der Verein Raclette Suisse dem Publikum neue Impulse vermitteln, Raclette ab jetzt auch bei Outdooraktivitäten als perfekte Verpflegung immer dabeizuhaben.

Raclette Suisse konnte den erfolgreichen Musiker und Entertainer TRAUFFER als Meinungsbildner für die Produktion des Spots gewinnen. Seine natürliche Art und die Verbundenheit zu schweizerischen Traditionen machen ihn zum authentischen und sympathischen Botschafter für die Marke Raclette Suisse®. Profitieren konnte der Verein von der starken Medienpräsenz des Schweizer Chartstürmers und von diversen Blogbeiträgen in den sozialen Medien, die eine beträchtliche Fangemeinde erreichten.

Aktivitäten 2016

Verkaufsförderung

Mit attraktiven Promotionsständen und gut ausgebildetem Standpersonal werden jährlich rund 500 Raclettedegustationen durchgeführt, die die Nachfrage am Verkaufspunkt in den grössten Einkaufszentren des Schweizer Detailhandels nachweislich erhöhen.

Ergänzend wurden im Sommer rund um das Grillpfännchen On-Pack-Sammel- und Zugabepromotionen bei den grössten Detailhändlern durchgeführt, die den Abverkauf des beliebten Schweizer Halbhartkäses auch in der heissen Zeit des Jahres noch einmal ankurbelten.



Sammelpromotion Grillpfännchen.

Exportaktivitäten

In den Exportmärkten Deutschland, Frankreich, Belgien, Niederlande und Luxemburg wurde die Nachfrage mit einer Sammelpunkttaktion, einer Sommerpromotion mit Grillpfännchen, PR-Artikeln, Rezeptflyern, Bloggerbeiträgen und einer Microsite zum Thema Naturkäse Raclette Suisse® stimuliert. Die exportierenden Mitgliedfirmen haben die Abverkäufe von Raclettekäse mit gezielten Exportaktivitäten zusätzlich unterstützt.

Sponsoring Open-Air-Kino

Während der Open-Air-Kinosaison von Anfang Juli bis Ende August 2016 kamen 166 000 Gäste an 15 Standorten schweizweit zum genussvollen Filmvergnügen. Vor dem Filmstart nutzten viele Besucher die Möglichkeit, bei einem traditionellen Raclette an einem der lauschigen Plätze innerhalb des Open-Air-Kinos zu verweilen. Die übrigen Zuschauer wurden vor Filmbeginn und in der kurzen Pause mit dem Raclette-Grill-Spot erneut auf ein herzhaftes Raclette gluschtig gemacht. Insgesamt wurden 22 600 Portionen Raclettekäse (oder umgerechnet ca. 1800 kg) mit diesem Sponsoring abgesetzt.

Sponsoring Heididorf ab 2016

Raclette Suisse ist seit Herbst 2016 Sponsoringpartner des beschaulichen Heididorfs in Maienfeld. Der Originalschauplatz von Heidi wird jährlich von ca. 150 000 Gästen besucht und soll weiter ausgebaut werden. Neben der mannigfaltigen Präsenz der Marke Raclette Suisse® wird das Heididorf zukünftig auch als Eventplattform eingesetzt. Zudem sollen Raclette degustationen an Tagen mit hoher Besucherfrequenz durchgeführt werden. Im Heidi-Dorfladen sowie in der Onlineboutique sind bereits ca. 20 Racletteartikel erhältlich. Ebenfalls ist der Verkauf von Raclettekäse vor Ort vorgesehen.

Heidi-Dorfladen in Maienfeld.
Ansprechende Verkaufsausstellung von
Heidi- und Racletteartikeln.



Sponsoring Spengler Cup Davos 2016

Raclette Suisse agierte Ende 2016 beim traditionellen Spengler Cup Davos als Sponsor des Fanzettes. Neben der Anbringung von Werbetafeln und Bannern, dem individuellen Branding des Raclettstandes und Werbespot-einblendungen auf den Bildschirmen wurde im Vorfeld auch ein entsprechender Wettbewerb in den sozialen Medien lanciert. Drei Gewinner freuten sich über je vier Tickets und Konsumationsgutscheine für das Pre-Semifinal am 29.12.2016.

Anzeigenkampagne:
In den sozialen Netzwerken wurde das
charmante und aufmerksamkeits-
starke Inserat lanciert.



Werbung

Werbeerfolg 2016

Raclette Suisse konnte während der vergangenen 22 Jahre mit kontinuierlichen Werbemassnahmen ein langfristiges und nachhaltiges Wachstum von rund 50 Prozent ausweisen. Seit dem Start der Marketingmassnahmen ist es dem Verein gelungen, den Absatz in den Privathaushalten von 6454 Tonnen auf 9631 Tonnen (+3177 t / +49 %) zu steigern. Das Exportvolumen liess sich seit Beginn des Exportmarketings von Raclette Suisse im Jahre 1999 von 358 auf 1644 Tonnen erhöhen.

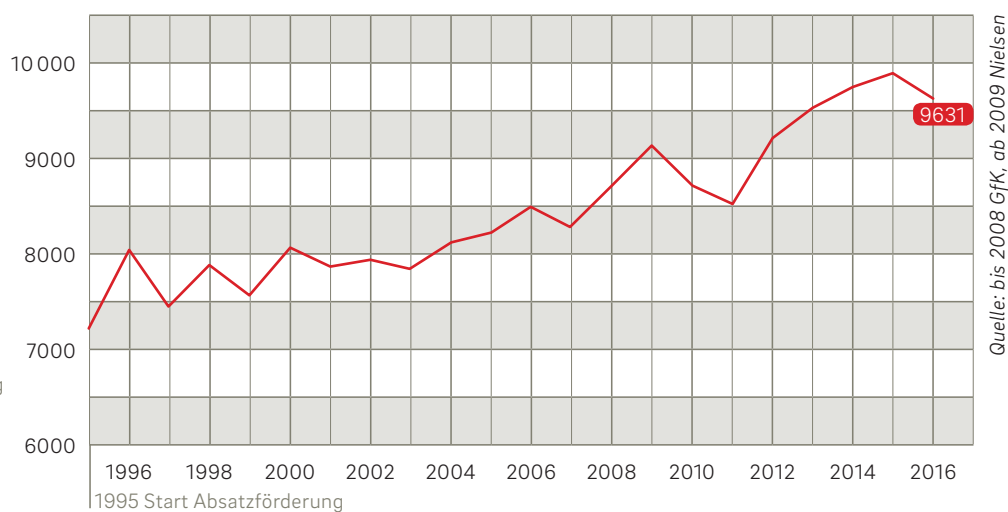
GESAMTVERBRAUCH

Raclette Privathaushalte

Verbrauch in Tonnen

Bemerkung:

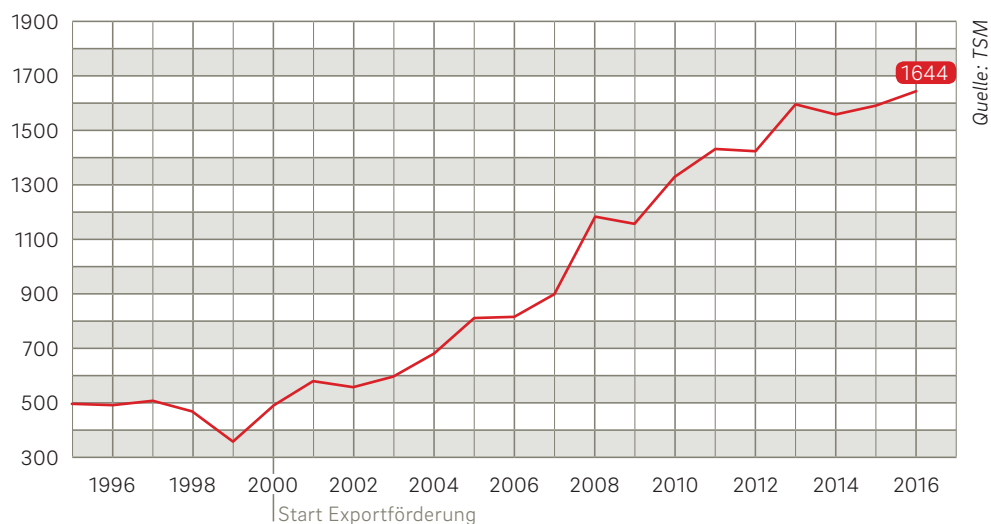
Ab 2016 hat Nielsen die Berücksichtigung des Offenverkaufs verbessert und bis ins Jahr 2014 zurückgerechnet. Dadurch haben sich die Zahlen in dieser Periode entsprechend verschoben.



EXPORTE

Schweizer Raclettekäse

Exporte in Tonnen



Werbewirkungskontrolle 2016

Raclette Suisse entschied sich im Rahmen der Aktivierung des Sommerkonsums zur Durchführung einer Wirkungsmessung des aktuellen Grillpfännchen-TV-Spots. Zudem sollte die Kaufabsicht der im Spot gezeigten Raclette-Grillpfännchen getestet werden. Dazu wurde ein Posttest via Online-Befragung mit insgesamt 727 Personen durchgeführt. Die Resultate sind erfreulich. Neben einer hohen Wiedererkennung und Akzeptanz des Sommer-TV-Spots hat die Befragung gezeigt, dass rund ein Drittel der Personen das Grillpfännchen zu einem Preis von CHF 9.50 ganz sicher oder wahrscheinlich kaufen würden.

Die Gesamtlaufzeit der TV-Kampagne im Jahr 2016 lag bei 17 Wochen, verteilt auf drei TV-Flights, von denen die Sommerkampagne mit drei Wochen berücksichtigt wurde. Die Erfolgskontrolle ergab, dass mit den eingesetzten finanziellen Mitteln ca. 35,1 Mio. Kontakte in der Zielgruppe erreicht wurden. Der Werbedruck lag in den gebuchten TV-Wochen in der vornehmlich kühleren Jahreszeit bei einem durchschnittlichen Wert von 72 GRP.



Website

In der Website-Statistik für Raclette Suisse ist ersichtlich, dass 2016 insgesamt 752 838 Seitenaufrufe von 245 214 Nutzern erfolgten. Neu werden seit Juni 2016 regelmässig Schaltungen von Anzeigenkampagnen in den sozialen Netzwerken geschaltet. Dadurch konnten bis Ende Jahr mehr als 20 000 Interessierte auf die Raclette-Website geleitet werden.

Ein wesentlicher Teil des Website-Traffics wurde durch die Publikation von Wettbewerben erzielt. Über 141 000 Personen konnten dadurch zum Mitmachen animiert werden, gefolgt von knapp 50 000 Besuchen der Rezeptdatenbank, über 15 600 Klicks beim Ofenvermietungsangebot und fast 10 000 Nutzern des Einladungskarten-Tools.



Werbung

Aussichten 2017

Die saisonalen Werbefilme «Heidi» (Winter), «Grillpfännchen» (Sommer) und «Wanderer» (Herbst) werden als verhaltensauslösende Stimuli im TV und im Onlinebereich eingesetzt mit dem Ziel, den Raclettekonsum weiter zu steigern. Hinzu kommt das Aufzeigen verschiedenster Konsumationsmöglichkeiten im Indoor- und Outdoorbereich im geselligen Umfeld.

Welle 1

- TV-Spots 16. Januar bis 26. Februar 2017
- Nationale und regionale Degustationen im Detailhandel
- Newsletter mit Winterwettbewerb
- Google-Remarketing- und YouTube-Kampagnen bis 22. Januar 2017
- Sponsoring Heididorf ab 15. März bis ca. Mitte November 2017
- Wettbewerb und Newsletter «Heididorf»

Welle 2

- TV-Spots 17. Juli bis 6. August 2017
- Nationale und regionale Degustationen im Detailhandel
- On-Pack-Promotionen und Inserateschaltungen:
 - 500 Gratistickets für Open-Air-Kinos zu gewinnen
 - Zugabeaktionen «Grillpfännchen»
- Anfang Juli bis Ende August 2017:
 - 15 Open-Air-Kinos mit Spot «Grillpfännchen» und Raclette vor Ort
- Wettbewerb und Newsletter «Heididorf»
- Newsletter mit Sommerwettbewerb
- Anzeigenkampagnen in Social-Media-Netzwerken, auf YouTube und bei Google Shopping

Welle 3

- TV-Spots 2. Oktober bis ca. 17. Dezember 2017 (im On-off-Modus)
- Additiver Einsatz von E-Boards und Beamern an Bahnhöfen, Passenger und Web TV, Social Media und Display-Kampagnen bei Google
- Nationale und regionale Degustationen im Detailhandel
- Newsletter mit Herbstwettbewerb
- Newsletter mit Weihnachtswettbewerb

Flammkuchen.

Herzhafte Rezepte finden Sie auf
www.raclette-suisse.ch/rezepte.

Die Mitglieder

Berg-Käserei Gais

Zwislenstrasse 40
9056 Gais

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

Crema SA

Case postale 167
1701 Fribourg

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

Emmi Schweiz AG

Landenbergstrasse 1
6005 Luzern

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

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

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 Aeschlimann

Stockentalstrasse 60
3647 Reutigen

Telefon 033 657 78 49
Fax 033 657 00 70
info@kaeserei-aeschlimann.ch
www.kaeserei-aeschlimann.ch

Käserei Hüpfenboden

Hüpfenboden
3555 Trubschachen

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

Käserei Oberli Rislen AG

Rislen
9512 Rossrüti-Wil

Telefon 071 911 14 22
Fax 071 911 62 49
oberli-kaese@thurweb.ch
www.oberli-kaese.ch

Käse Thurgau AG

Landstrasse 9
8580 Hagenwil b. Amriswil

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

Küssnachter Dorfkäserei GmbH

Greppenstrasse 57
6430 Küssnacht

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

Milco SA

Route Principale 122
Case postale
1642 Sorens

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

Rodolphe-Diffusion Sarl

C.P. 224
1347 Le Sentier

Telefon 021 845 60 65
Fax 021 845 60 28
rodolphe.diffusion@hotmail.com
www.delicemaitrerodolphe.com

Säntis Käserei Linden

Linden 4
9300 Wittenbach

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

Seiler Käserei AG

Bitzighoferstrasse 11
6060 Sarnen

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

Sepp Brülisauer Käse AG

Unterdorf 6
5444 Künten

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

Strähl Käse AG

Bahnhofstrasse 1
8573 Siegershausen

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

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

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
Fax 031 359 58 51

Daniela Pachali Assistenz

Telefon 031 359 54 12
Fax 031 359 58 51



Bestellungen Shop

Telefon 031 359 57 28

Events

Telefon 031 359 57 79

Ofenausleihe

<https://www.raclette-suisse.ch/de/ofenmiete/raclette-oefen/>

www.raclette-suisse.ch

