

Geschäftsbericht 2018



Editorial



Jürg Simon
Präsident



Jürg Kriech
Geschäftsführer



Daniela Pachali
Assistenz

Das Jahr 2018 begann stürmisch. Am 3. Januar fegte der Wintersturm Burglind mit 195 km/h (Pilatus) über die Schweiz. Regen in höheren Lagen löste Lawinen und Schlammlawinen aus. Mehrere Dörfer im Wallis und im Berner Oberland waren einige Tage nicht erreichbar. Am 17. Januar folgte der Wintersturm Evi und am 18. Januar tobte der Orkan Friederike mit mehr als 200 km/h über Norddeutschland, Belgien und die Niederlande. Nach massiven Schneefällen in den Schweizer Bergen und Starkregen im Mittelland verschütteten Lawinen und Erdrutsche am 22. Januar Strassen und Bahnlinien. Wiederum wurden viele Dörfer abgeschnitten. In den Zeitungen war zu lesen, dass sich Touristen und Einwohner in geselliger Raclette-Runde Bauch und Seele wärmten und gut gelaunt ausharrten, bis die Verhältnisse wieder besser wurden.

Die Monate Februar und März waren kalt und bescherten der Schweiz einen langen Winter. So lief die Hauptsaison von Raclette erfolgreich weiter und verhalf dem Verein Raclette Suisse zu einem guten 1. Quartal. Die extreme Warmphase, die im vergangenen Jahr nicht nur in der Schweiz, sondern in weiten Teilen Europas herrschte, begann Anfang April. Bis im November waren die Temperaturen in allen Monaten zu hoch. Dies führte dazu, dass der Raclette-Konsum in den Schweizer Privathaushalten über das ganze Jahr 2018 gerechnet 216 Tonnen (-2,7 %) unter dem Vorjahreskonsum liegt.

Die Minderverkäufe in der Schweiz konnten durch gestiegene Exporte mehr als wettgemacht werden. So wurden im Berichtsjahr in Europa wie in Übersee je rund 200 Tonnen mehr Raclettekäse abgesetzt. Die grösste mengenmässige Steigerung wurde in Deutschland mit plus 113 Tonnen erzielt. Das Potenzial in den Exportmärkten ist enorm, und dank hervorragender Qualität und intensiver Marktbearbeitung sind die Exporteure und der Verein zuversichtlich, die Exportmenge weiter steigern zu können.

Ein grosser Dank geht an unsere Kunden und Partner für das entgegengebrachte Vertrauen und für die wertvolle Unterstützung sowie an alle Mitglieder und Mitarbeitenden für ihren unermüdlichen Einsatz für den geselligsten Käse der Schweiz.

Jürg Kriech
Geschäftsführer Raclette Suisse

INHALTSVERZEICHNIS

Wirtschaftslage		Die Strategie	7	Werbung	
Das Jahr 2018	2			Aussichten 2019	14
Aussicht 2019	3	Aktivitäten 2018			
Die Organisation	4	TV-Kampagnen	8	Die Mitglieder	16
Das Produkt	5	Onlinekampagnen, Social Media, E-Mail-Marketing	9	Die Geschäftsstelle	18
Die Geschichte	6	Promotion, Verkaufsförderung	10		
		Sponsoring	11		
		Exportaktivitäten	13		

Wirtschaftslage

Das Jahr 2018

Die Schweizer Wirtschaft befand sich 2018 im Konjunkturhoch, trotzdem konnte der Detailhandel mit +0,4 Prozent nur verhalten wachsen. Zurückzuführen ist dies auf eine positive Entwicklung im Lebensmittelhandel mit +1,3 Prozent. Der Non-Food-Bereich verzeichnete jedoch ein Minus von 1,3 Prozent. Dabei litt der Fashionmarkt aufgrund zahlreicher Schliessungen erneut überdurchschnittlich. Gründe hierfür waren unter anderem die leicht gesunkene Kaufkraft der Konsumenten aufgrund der generellen Teuerung von 0,9 Prozent. Dämpfend wirkten auch Negativschlagzeilen zum bis Ende 2018 ungelösten Handelsdisput zwischen den USA und China und dessen potenzielle negative Auswirkungen auf das globale Wirtschaftswachstum. Aber auch Diskussionen in der EU um das Haushaltsbudget in Italien sowie der Reformstau in der Schweiz (AHV, Unternehmenssteuerreform, EU-Rahmenabkommen) beeinträchtigten die Konsumentenstimmung.

KONSUMENTENSTIMMUNG



Die rege Nachfrage aus der Eurozone nach Schweizer Exportgütern beflügelte den Aussenhandel und dadurch die hiesige Industrie, was wiederum die Investitionstätigkeit der Unternehmen förderte. Insgesamt dürften die realen Exporte und Ausrüstungsinvestitionen im vergangenen Jahr überdurchschnittlich stark gewachsen sein. Entsprechend legte auch das reale Schweizer Bruttoinlandprodukt um hohe 2,7 Prozent zu – ein Wert, der zuletzt während des Erholungsbooms 2010 erreicht wurde.

Der Online- und Versandhandel hat auch 2018 weiter zugelegt. Mit dem (partiellen) Markteintritt von Amazon dürfte die Verschiebung von offline zu online im Non-Food-Segment zudem weiter beschleunigt werden.

Positiv ist die Entwicklung an der EUR/CHF-Wechselkursfront zu beurteilen. So notierte das Wechselkurspaar zwischen Januar und Dezember 2018 durchschnittlich 5 Prozent höher als im Vorjahr.

Aussicht 2019

Die Eurozone nähert sich einer Stagnation und Chinas Wirtschaft verliert an Dynamik. Sorgen über die sich abschwächende US-Wirtschaft haben die amerikanische Notenbank jüngst dazu veranlasst, auf weitere Zinsschritte zu verzichten. Das sind keine guten Signale für die Schweizer Wirtschaft. Vorderhand ist die Stimmung bei den Schweizer Exporteuren gleichwohl positiv. Die Auftragsbestände der Firmen sind gut, und die Produktionskapazitäten sind ausgelastet, wie der publizierte vorausseilende PMI für den Monat Januar zeigt. Doch die Industriekonjunktur schwächt sich ab. Vielen Schweizer Zulieferfirmen bereitet die jüngste Entwicklung der Automobilbranche Sorgen. Lediglich rund die Hälfte der von Switzerland Global Enterprise (S-GE) befragten KMU rechnet für das erste Quartal 2019 mit steigenden Exporten. Das Rekordjahr 2018 werde sich kaum wiederholen lassen, lautet die Schlussfolgerung der Erhebung.

Jedoch dürfte 2019 die Inlandnachfrage und somit der Privatkonsum gleich stark wachsen wie 2018. Dafür spricht die anhaltende Verbesserung der Lage am Arbeitsmarkt, welche typischerweise der Konjunktur zeitlich etwas hinterherhinkt. Zudem erwarten die Ökonomen der Credit Suisse, dass die Kaufkraft der Bevölkerung erstmals nach zwei Jahren wieder leicht steigen wird. Zurzeit scheint eine Wiederbeschleunigung des Bevölkerungswachstums für das laufende Jahr unwahrscheinlich, sollte sich die Arbeitsmarktlage in den europäischen Herkunftsländern nicht plötzlich verschlechtern. Die Nachfrage nach Lebensmittelprodukten dürfte 2019 angesichts dieser Ausgangslage etwa im Rahmen des Bevölkerungswachstums (ca. 0,8 %) zulegen. Ein gewisser Preisdruck dürfte derweil weniger von der Währungsfront resp. dem Einkaufstourismus als von den inländischen Discountern kommen, welche an ihren Expansionsstrategien festzuhalten scheinen.



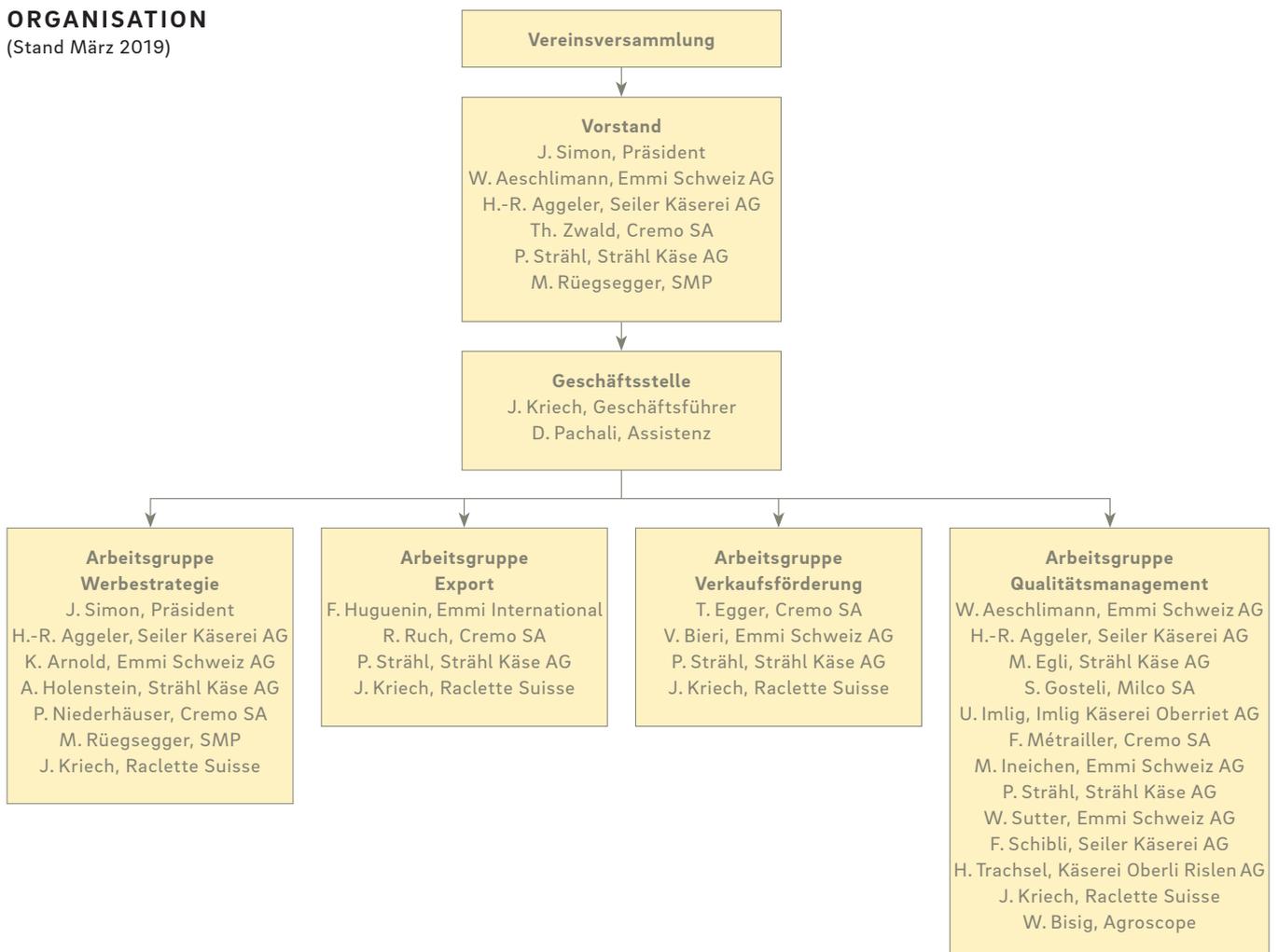
Die Raclette-Grillpfännchen stehen bereit.

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. Im Bereich Basiswerbung bestimmt und überwacht der Vorstand die Ziele, die Massnahmen und den Mitteleinsatz für das Marketingkonzept. Die Geschäftsstelle ist mit 1,5 Personenstellen schlank organisiert. Um diese Aufgaben zu erfüllen, arbeitet sie mit verschiedenen Arbeitsgruppen und spezifischen Projektgruppen sowie externen Dienstleistern zusammen.

Im Jahr 2018 konnte der Verein fünf Raclette-Hersteller akquirieren. Somit zählt der Verein Raclette Suisse per Ende 2018 insgesamt 25 Mitglieder.

ORGANISATION (Stand März 2019)



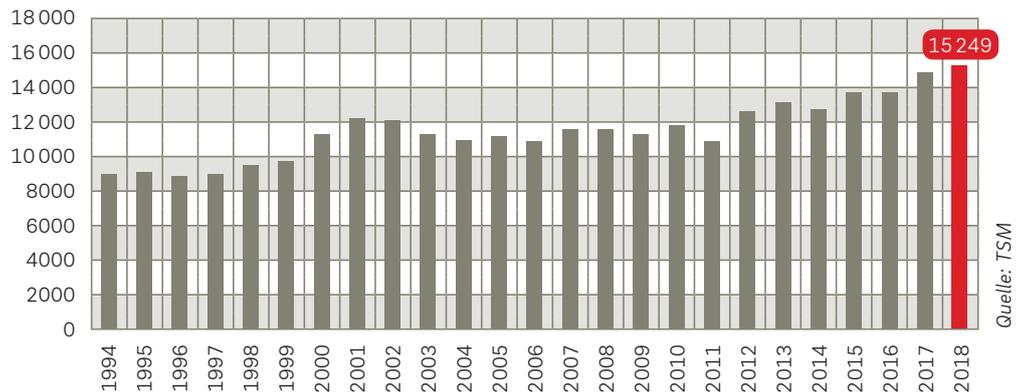
Das Produkt

Am 28. Juli 1994 erfolgte das Eintragungsgesuch für die Marke Raclette Suisse® durch den damaligen Zentralverband der Schweizer Milchproduzenten ZVSM. Zu dieser Zeit wurde auch der Verein Raclette Suisse gegründet. Seither konnte die Produktionsmenge kontinuierlich von 8943 Tonnen auf 15 249 Tonnen im Jahr 2018 ausgedehnt werden (+6306 t / +70,5 %). Damit hat sich Raclette Suisse betreffend Volumen zur drittgrössten Sortenorganisation entwickelt.

PRODUKTION

Schweizer Raclettekäse

Produktionsmenge in Tonnen



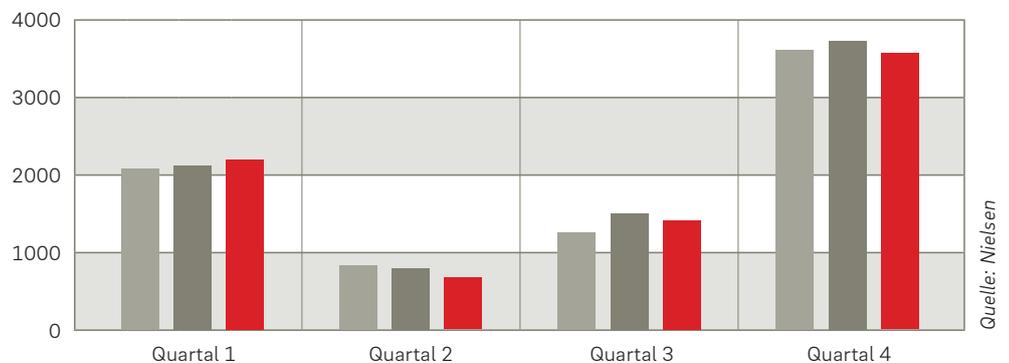
Zum Sortiment gehören Raclettekäse aus pasteurisierter Milch, Rohmilch, thermisierter Milch, Bergmilch, Ziegenmilch und Schafmilch. Raclette Suisse bietet zudem ein grosses Sortiment an aromatisierten Raclettekäse an, welche mit erlesenen Zutaten veredelt werden. Dabei zählen seit Jahren Pfeffer, Knoblauch und Paprika zu den beliebtesten Zutaten.

Viele Jahre wurde Raclette als Mahlzeit für die kalte Winterzeit beworben und entsprechend ist auch heute noch die Verkaufsmenge in dieser Zeit am höchsten. Aufgrund dieser saisonalen Schwankungen und einer Reifezeit von meist 90 bis 120 Tagen wird in den Monaten Dezember bis Februar weniger Raclettekäse produziert. Ab März steigt die Produktionsmenge stetig an und erreicht in den Monaten Juni bis Oktober die höchsten Werte.

GESAMTVERBRAUCH

Raclette Privathaushalte

Verbrauch in Tonnen



Gegenüber dem Vorjahr sank 2018 der Konsum in den Privathaushalten von 8092 Tonnen auf 7876 Tonnen (-216 t / -2,7 %). Gegenüber 2016 erhöhte sich der Konsum in den Privathaushalten um 145 Tonnen (+1,8 %).

Die Geschichte



Raclettekäse mit dem Profimesser mühelos in Scheiben schneiden.

In der einschlägigen Literatur wird der Bratkäse zuweilen schon im Hochmittelalter angesiedelt. Tatsächlich gibt eine schriftliche Überlieferung aus dem ehemaligen Kloster Muri (AG) Hinweise auf eine Käseproduktion in Unterwalden im 12. und 13. Jahrhundert. Die erwähnte Überlieferung soll gar Schilderungen der Alpwirtschaft enthalten, in denen von einem Käse berichtet wird, der über einem offenen Feuer geschmolzen wurde. Dazu setzten die Hirten einen halben Käselaub der Hitze des Ofens aus und streiften den geschmolzenen Käse zu einem bekömmlichen Mahl ab. Im Wallis taucht die erste schriftliche Erwähnung dieser Art der Käsezubereitung im Jahre 1574 auf. Und auch Johanna Spyri deutet in ihrem Buch «Heidi» mit dem «Käsebraten am Spiess» auf das Raclette hin. Der Käse galt in diesen Gebieten lange als wichtiges Grundnahrungsmittel der Sennen und Hirten. Erst im 20. Jahrhundert ist die Bauernmahlzeit von den Alpen in die Täler gelangt und wurde rasch zu einem der beliebtesten Schweizer Nationalgerichte. Im Jahre 1909 fand im Wallis die Umbenennung des Bratkäses auf den Namen «La raclette» statt. Dies als Herleitung vom Begriff Abschaben oder Abkratzen – französisch «racler» – des geschmolzenen Käses vom Laib. Zu dieser Zeit entstanden im Talgebiet immer mehr Käsereigenossenschaften, wodurch die Produktion von Raclettekäse mehr und mehr im Flachland Fuss fasste.

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.

Die Strategie

Im Zentrum der Marketingstrategie steht Raclette als klassisches Gericht, das zu Hause in geselliger, gemütlicher Runde genossen wird. Mit einem abgerundeten Mix von Massnahmen werden insbesondere haushaltführende Personen im Alter zwischen 20 und 59 Jahren angesprochen. Der Marketing-Mix beinhaltet klassische TV-Werbung, Sponsoring und Tourneebegleitung, Kampagnen im Onlinebereich, Onlineshop, eigene Homepage und Facebook-Seite, Degustationen, Wettbewerbe, Inserate und Messeauftritte. Die Massnahmen werden das ganze Jahr eingesetzt. Der Schwerpunkt liegt in der kälteren Jahreszeit.

Ein weiterer Fokus wird auf den Konsum im Aussenbereich gelegt, womit gleichzeitig auch der Konsum in der wärmeren Jahreszeit gefördert wird. Dazu werden Kampagnen mit dem Grillpfännchen und dem kleinen Raclette-Öfeli mit Rechaudkerzen inszeniert und eigene Rezepte kreiert.



Kinder-Grillparty.
Mit Freunden schmeckts noch besser.

Aktivitäten 2018

Die Kommunikationsmassnahmen des Vereins Raclette Suisse standen 2018 im Zeichen der Ansprache von Fans des geschmolzenen Käses. Erreicht wurden die für den Konsum von Raclettekäse wichtigen Zielgruppen über zahlreiche Kanäle, von klassischen Werbemitteln wie TV-Spots bis hin zu Beiträgen in den sozialen Medien.



TV-Werbung.
Ein Raclette mit Freunden schmeckt nicht
nur fantastisch, sondern sorgt auch noch
für gute Stimmung.

TV-Kampagnen

Insgesamt vier TV-Kampagnen realisierte Raclette Suisse im Jahr 2018. Im Sommer wurde der Grillpfännchen-Spot ausgestrahlt, in dem die gemeinsame Zubereitung von Raclettekäse auf dem Grill thematisiert wird. Zur Reichweitengenerierung wurde der Spot bereits ab Mitte Mai bis Ende August eingesetzt, wobei in den Wochen vor dem Nationalfeiertag die Intensität der Spot-Schaltungen erhöht wurde. Zusätzlich wurde ein zweiwöchiges Bewegtbild-Sponsoring im direkten Umfeld der RTL-Dauerserie «Gute Zeiten, schlechte Zeiten» platziert. Die Schaltung der drei sieben Sekunden langen Videos vor, während und nach der Serie ermöglichte eine stärker frequentierte Ansprache der Zielgruppe. Die Kurzvideos zeigen das Gemeinschaftsgefühl auf, welches entsteht, wenn man mit Freunden ein Raclette zubereitet, und ermuntert die Zuschauer, wieder einmal selber ein feines Raclette mit Familie und Freunden zu zelebrieren.

Im Winter 2018 erfolgte erstmals die Ausstrahlung des neuen Werbespots mit dem schweizweit bekannten Mundartstar und Holzschnitzer Marc Trauffer (TRAUFFER). Mit einer Gruppe junger Leute geniesst er ein geselliges Outdoor-Raclette in den verschneiten Bergen. Ein herzhaftes Après-Ski-Erlebnis, das dank dem Racly-Ofen in kurzer Zeit zubereitet ist und zum Nachahmen animiert.

Unter dem Motto «Ein Raclette mit Freunden ist immer gut» folgten vielfältige Bild- und Videobeiträge auf Facebook, als Anzeige, in Form von Bannern und auf Bildschirmen in öffentlichen Verkehrsmitteln.

Onlinekampagnen

Die Kommunikation in den Onlinemedien erfolgte über die Kanäle Google Ads, Programmatic Display und Video. Thematisiert wurden Rezeptideen, Raclette-Ofen-Modelle, Wettbewerbe und aktuelle Videos, um die Imagedimensionen «Geselligkeit & Genuss» der Marke Raclette Suisse® zu stärken.

Auf der familienfreundlichen Ausflugsplattform Freizeit.ch lancierte Raclette Suisse in der zweiten Jahreshälfte Kampagnen, um den geselligsten Käse für den In- und Outdoor-Konsum unterhaltsam in Szene zu setzen. Im Oktober hatten die Nutzer der Plattform die Aufgabe, zehn Raclette-Pfännchen auf der Website von Freizeit.ch zu finden. Die Gewinner erhielten attraktive Preise.

Social Media

Raclette Suisse veröffentlichte viele themenspezifische Beiträge auf Facebook und konnte bis zum Ende des Jahres eine Fangemeinde von über 24 500 Personen aufbauen. Neben Raclette-Videos, Rezepten, Tipps & Tricks für die Zubereitung und Aktionen wurden auch Wettbewerbe zur Erhöhung der Reichweite und Sichtbarkeit in den sozialen Medien publiziert. Erwähnenswert ist hier ein Suchgewinnspiel, in dem TRAUFFER auf einem 360°-Panorama-Bild zu finden und in den Kommentaren zu benennen war. Innert kürzester Zeit erreichte der Beitrag über 80 000 Personen, wurde mehr als 2460 Mal kommentiert und über 120 Mal geteilt.

E-Mail-Marketing

Im Bereich E-Mail-Marketing wurden im vergangenen Jahr sechs personalisierte Newsletter an jeweils über 115 000 Empfänger versendet. Die eindeutigen Öffnungsraten lagen bei durchschnittlich 30 Prozent und erhöhten die Besucherzahlen auf der Website www.raclette-suisse.ch deutlich.



Herbstkampagne.
Mit gezielten Bannersujets wird die potenzielle Kundschaft auf die vielfältigen Angebote von Raclette Suisse aufmerksam gemacht.

On-Pack-Promotion

Im Mai und Juni 2018 zierten rund 300 000 Sticker das Raclettekäse-Angebot bei Coop. Der Kauf einer Packung Raclettekäse berechnete zur Teilnahme am Gewinnspiel, bei dem es 250 x 2 Kinotickets für die bevorstehende Open-Air-Kino-Saison zu gewinnen gab. Über 16 000 Personen nahmen am Wettbewerb teil.



Das Inserat zur Promotion erschien am 22.5.2018 in der Coopzeitung sowie in der Coopération.

Verkaufsförderung

Im Winter (KW 4 bis 6) sowie im Herbst 2018 (KW 46 bis 48) fanden in je 50 Coop-City-Filialen und Megastores schweizweit Promotionen zu Degustations-, Demonstrations- und Bemusterungszwecken statt. An jeweils zwei Einsatztagen pro Standort wurden je rund 500 Kundenkontakte erzielt und die Kundschaft mit verschiedenen Raclettekäsesorten in Kombination mit Essiggemüse des Partners Chirat verköstigt.



Erfolgsrezept!
Geschmolzener Raclettekäse von Raclette Suisse® mit Kartoffeln und Essiggemüse von Chirat. Dieses Sujet wurde zudem an 1450 Plakatstellen in KW 3 bis 6 rund um Einkaufszentren und in Skigebieten eingesetzt.

Sponsoring TRAUFFER-Konzerttournee-Begleitung

Von Mitte März bis Ende Mai 2018 begleitete Raclette Suisse die Schweizer Tournee des erfolgreichen Alpentainers TRAUFFER an 16 Konzerten. Der Verein nahm verschiedene Kommunikationsmöglichkeiten im Umfeld der von den Medien stark begleiteten Tournee wahr, lancierte Beiträge in Newslettern, den sozialen Medien und verloste begehrte «Meet & Greets» mit dem Schweizer Mundartstar. Neben einer unterhaltsamen, musikalischen Bühnenszenierung kamen die rund 75 000 Besucher in den Genuss, sich während und nach den Konzerten mit einem feinen Raclette zu stärken.

Am 23. November begeisterte TRAUFFER mit seinen Special-Guests DJ Bobo und Gölä 14 000 Fans im ausverkauften Hallenstadion Zürich. Raclette Suisse war mit Raclette-Ständen und Werbung vor Ort.



Die grosse TRAUFFER-Show. Im urchigen Alpen-Village stärkten sich die Konzertbesucher bei einem feinen Raclette in gemütlicher Atmosphäre.

Sponsoring Outdoor-Raclette

Im Herbst setzte sich TRAUFFER erneut als Botschafter für den Verein ein und zeigte die Vorteile des Raclette-Grillpfännchens in der Outdoor-Anwendung auf. Eine offizielle Feuerstelle findet man bei Ausflügen in der Schweiz im Allgemeinen immer, sodass mit dem Grillpfännchen auf dem Rost, ein paar Scheiben Raclettekäse, einigen Beilagen oder Brot eine stärkende Verpflegung im Freien selber auf sympathische Weise zubereitet werden kann.



Raclette-Grillpfännchen.
TRAUFFER zeigt, wie es geht.
Herzhafte Verpflegung auch unterwegs
mit dem Raclette-Grillpfännchen.

Sponsoring Open-Air-Kino

Im Sommer 2018 nahmen über 190 000 Besucher das unterhaltsame Angebot der Coop Open Air Cinemas an 14 Standorten in der ganzen Schweiz wahr. Neben den ausgewählten cineastischen Film-Highlights profitierten die Gäste vor dem Film oder in der Pause von den zahlreichen gastronomischen Angeboten und verspeisten in geselliger Runde ca. 21 000 Portionen Raclette.



Coop Open Air Cinema.
Sommerliches Kinoerlebnis zu zweit
oder mit Freunden unter freiem Himmel
und bei einem feinen Raclette.

Sponsoring Heididorf Maienfeld

Im August wurde im Rahmen des Heididorf-Sponsorings ein zusätzlicher Open-Air-Kino-Event für Wettbewerbsgewinner durchgeführt.



Neuer Open-Air-Kino-Standort.
Ab 2019 wird das Heididorf in Maienfeld
ins Portfolio der Coop-Open-Air-Cinema-
Austragungsorte integriert.

Exportaktivitäten

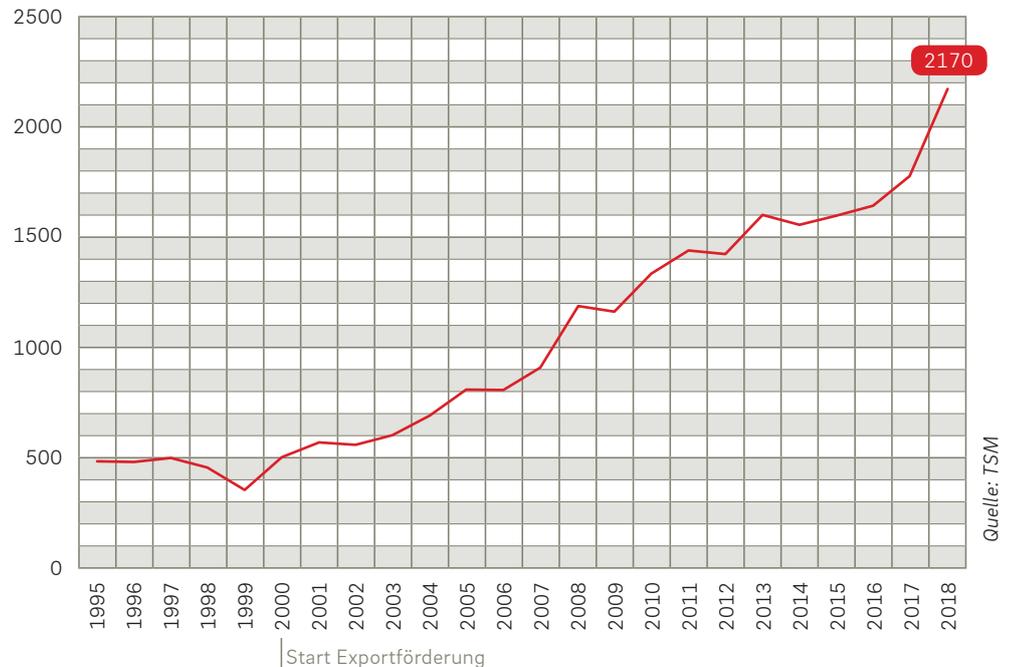
In den Hauptexportmärkten Deutschland, Frankreich, Belgien, Niederlande und Luxemburg wurde die Nachfrage mit einer Treuepunktaktion, Stickers auf den Konsumentenpackungen, PR-Artikeln, Rezeptflyern, diversen Bloggerbeiträgen und einem Beitrag im deutschen Rundfunk zum Thema Vegi-Grillen stimuliert. Auf über einer Million Konsumentenpackungen wurde die Kundschaft zudem auf eine Microsite zum Thema Naturkäse Raclette Suisse aufmerksam gemacht, wo sie weitere Informationen über das Naturprodukt Raclette Suisse® finden konnte.

Die Exportfirmen haben die Abverkäufe von Raclettekäse mit gezielten Exportaktivitäten zusätzlich unterstützt. Mittlerweile wird Schweizer Raclettekäse erfolgreich in die ganze Welt exportiert. Im Jahr 2018 stieg der Gesamtexport gegenüber dem Vorjahr um +400 Tonnen (+22,6 %) auf einen neuen Rekordwert von total 2170 Tonnen.

EXPORTE

Schweizer Raclettekäse

in Tonnen



**Im Jahr 2018 stiegen
die Exporte auf ein neues
Allzeithoch von 2170 Tonnen
(+400 t / +22,6 %).**

Werbung

Aussichten 2019

Im Jahr 2019 sind weitere zielgerichtete Kommunikationsmassnahmen im Bereich klassische und digitale Medien geplant, um die potenzielle Kundschaft und die Fangemeinde über Neuigkeiten und Trends im Segment Raclettekäse zu informieren, zu unterhalten und sie bei der Entscheidungsfindung zu unterstützen. Der persönliche und bedürfnisgerechte Dialog rückt dabei weiter in den Fokus.

Welle 1

- Schaltung von TV-Spots auf den Sendern der Goldbach-Gruppe vom 14. Januar bis 24. Februar 2019 inkl. Billboard-Sponsoring der Serie GZSZ in der Deutschschweiz in KW 3 und 4
- Anschliessend Durchführung einer Werbewirkungskontrolle
- Nationale und regionale Degustationen im Detailhandel
- Newsletterversand inkl. Wettbewerb in KW 4 und 12
- Inserateschaltungen im «Tagesanzeiger» in KW 4 und Publireportage in der Zeitschrift La Tavola in KW 2
- Kontinuierliche Facebook-Beiträge und -Kampagnenumsetzungen
- Pilotprojekt: Videoproduktion «Die Dialekte des Raclettes» in Zusammenarbeit mit Radio Energy für die Onlinecommunity
- Erstmalige Produktion und Lancierung von 6 Raclette-Kochclips
- Wettbewerb und Blogbeitrag über «das Raclette-Öfeli für unterwegs» auf Wegwandern.ch im Januar und Februar 2019
- Sponsoring Heididorf ab Mitte März bis ca. Mitte November 2019



«Gefüllte Peperoni mit Raclette mediterran»
und weitere feine Rezepte finden Sie auf
www.raclette-suisse.ch/rezepte.

Welle 2

- Spot Schaltungen vom 1. Juli bis 11. August 2019 im TV sowie Billboard-Sponsoring der RTL-Dauerserie «Gute Zeiten, schlechte Zeiten»
- Wetterabhängige Bewegtbild-Kampagnen auf Bildschirmen in öffentlichen Verkehrsmitteln sowie ggfs. Bemusterungsaktionen an Tankstellen
- Videoproduktion gemeinsam mit TRAUFFER zum Thema Wandern und Einsatz des Raclette-Grillpfännchens
- Videoproduktion zweier Loisirs.ch-Blogger über den Raclette-Genuss beim Wandern
- Nationale und regionale Degustationen im Detailhandel
- On-Pack-Promotionen im Mai und Juni inklusive Insertion in Coopzeitung und Coopération, Newsletteraussand und Wettbewerb, bei dem 500 Gratistickets für Schweizer Open-Air-Kinos zu gewinnen sind
- Sponsoring Coop Open Air Cinema mit Raclette vor Ort und Ausstrahlung des Spots «Grillpfännchen» von Anfang Juli bis Ende August 2019 an 14 Standorten sowie zusätzlich für 2 Wochen ab Mitte August im Heididorf in Maienfeld
- Durchführung des Heididorf- und Sommer-Wettbewerbs mit entsprechenden Newsletterversänden
- Anzeigen- und Videokampagnen auf Social-Media-Kanälen, bei Google und in Partnernetzwerken
- Inserateschaltung in der Zeitschrift La Tavola im Juli 2019

Welle 3

- Schaltung von TV-Spots im Oktober und November 2019
- Publikation von Videos auf Bildschirmen in öffentlichen Verkehrsmitteln, im Web, in sozialen Netzwerken sowie von Bannerkampagnen bei Google
- Nationale und regionale Degustationen im Detailhandel
- Newsletteraussendungen mit Herbst- und Weihnachtswettbewerb
- Umsetzung eines Video-Erlebnisberichts mit TRAUFFER beim Höhlen-Raclette
- Umsetzung weiterer Ideen in Zusammenarbeit mit Radio Energy

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

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

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

Berg-Käserei Gais

Forren 22
9056 Gais

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

Fromagerie Friesenheid

Friesenheid 157
3185 Schmitten

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

Käserei Aeschlimann

Stockentalstrasse 60
3647 Reutigen

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

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

Käserei Hüpfenboden

Hüpfenboden
3555 Trubschachen

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

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

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

Käserei Rüegg GmbH

Neueggstrasse 2
8340 Hinwil-Ringwil

Telefon 079 457 31 37
Fax 044 937 47 46
kaesereirueegg19@bluewin.ch

Käse Thurgau AG

Landstrasse 9
8580 Hagenwil b. Amriswil

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

Säntis Käserei Linden

Linden 4
9300 Wittenbach

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

Urs Preisig

Rietwies
8499 Sternenberg

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

Küssnachter Dorfkäserei GmbH

Greppenstrasse 57
6430 Küssnacht

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

Seiler Käserei AG

Industriestrasse 45
6074 Giswil

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

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

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

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

Strähl Käse AG

Bahnhofstrasse 1
8573 Siegershausen

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



Onlineshop

www.raclette-suisse.ch/shop
Telefon 031 359 57 28

Ofenmiete

www.raclette-suisse.ch/ofenmiete
Telefon 031 359 57 86
Hotline 031 359 57 85

www.raclette-suisse.ch

