

# Geschäftsbericht 2015





## Raclette Suisse weiterhin auf Erfolgskurs



**Jürg Simon**  
Präsident



**Jürg Kriech**  
Geschäftsführer



**Daniela Pachali**  
Assistenz

Dank erfolgreichen und kontinuierlichen Werbemassnahmen kann Raclette Suisse in den vergangenen 21 Jahren ein nachhaltiges Wachstum von über 50 Prozent ausweisen. Das Produktionsvolumen stieg von ursprünglich 8943 Tonnen im Jahr 1994 auf 13 629 Tonnen im Jahr 2015 (+4686 t / +52 %). In den Privathaushalten erhöhte sich der Absatz im selben Zeitraum von 6454 Tonnen auf 9162 Tonnen (+2708 t / +42 %).

Obwohl die Jahrestemperatur 2015 einen neuen Rekordwert erreichte, konnte im Geschäftsjahr 2015 die Produktionsmenge um gut 7 Prozent oder 931 Tonnen ausgedehnt werden. Die Nachfrage der Privathaushalte erhöhte sich um 1,6 Prozent oder 145 Tonnen. Dies ist umso bemerkenswerter, als der Einkaufstourismus im Jahr 2015 aufgrund des Wechselkurses gegenüber dem Euro deutlich zugenommen hat. Gleichzeitig verschärfte sich der Wettstreit um Marktanteile aufgrund des Russland-Embargos und des dadurch resultierenden Überangebots an Milchprodukten im In- und Ausland markant.

Der Vorstand von Raclette Suisse hat rechtzeitig auf diese Herausforderungen reagiert. Mit der Anpassung der Werbestrategie durch die Integration des emotionalen Nutzens unseres Produktes in das Markenmanagement wird der Markenkern noch genauer abgebildet. Dadurch erhöht sich auch die Werbewirkung mit dem bestehenden Budget. Die erfolgreiche Zusammenarbeit bei der Produktion des neuen Heidi-Films und den daraus resultierenden neuen TV-Spots hat ebenso zum erfolgreichen Geschäftsverlauf beigetragen.

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 2015
Das Jahr 2015 ..... 2	TV-Werbung ..... 9
Aussicht 2016 ..... 3	Verkauf, Export, Sponsoring, Internet ..... 10
	Produktplatzierung ..... 11
<b>Die Organisation</b> ..... 4	
	<b>Werbung</b>
<b>Das Produkt</b> ..... 5	Werbeerfolg 2015 ..... 12
	Werbewirkungskontrolle 2015 ..... 13
<b>Die Geschichte</b> ..... 7	Aussichten 2016 ..... 15
<b>Die Strategie</b> ..... 8	<b>Die Mitglieder</b> ..... 16

# Wirtschaftslage

## Das Jahr 2015

2015 geht als das Jahr mit dem grössten Umsatzrückgang in die jüngere Detailhandelsgeschichte der Schweiz ein. In den Kassen der Detaillisten blieben gemäss BAKBASEL über zwei Milliarden Schweizer Franken weniger liegen als 2014. Ausschlaggebend für den Rückgang waren eine Abnahme der Nachfrage sowie deutliche Preissenkungen.

Die Frankenaufwertung zum Jahresauftakt 2015 hat die Umsatzentwicklung im Detailhandel prägnant gekennzeichnet. Die Preisdifferenzen zum nahe gelegenen Ausland akzentuierten sich mit der Mindestkursaufgabe am 15. Januar schlagartig. Es folgte ein weiterer Anstieg des Kaufkraftabflusses in die Nachbarländer.

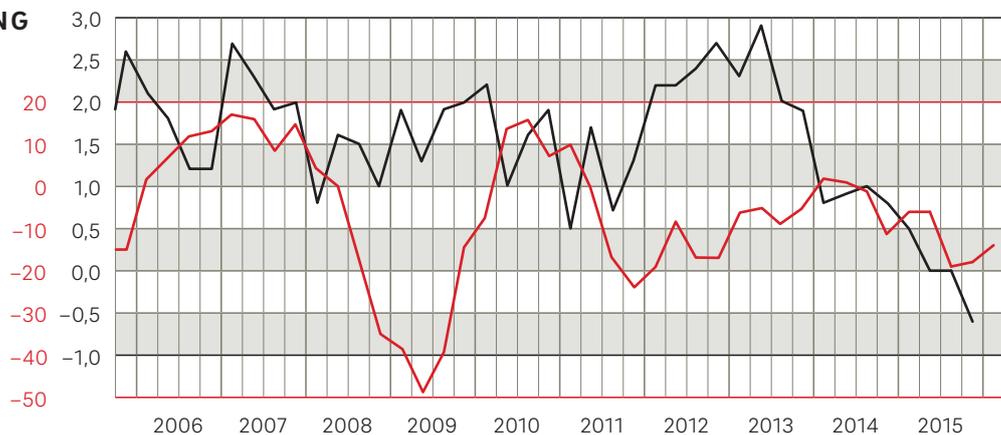
Die hiesigen Detailhändler reagierten mit weiteren Preissenkungen. Wechselkursvorteile beim Wareneinkauf verschafften ihnen dazu auf der Kostenseite einen gewissen Spielraum. Mittlerweile sind die Preise im Schweizer Detailhandel etwa auf dem Niveau des Jahres 1990. Zum Vergleich: Im Durchschnitt sind Konsumgüter insgesamt gemäss Landesindex für Konsumentenpreise rund 30 Prozent teurer als vor 25 Jahren.

Der wertmässige Umsatz ist gegenüber dem Vorjahr um 2,3 Prozent gesunken. Damit wurde im vergangenen Jahr der grösste Umsatzrückgang seit 1980 registriert. Das Preisniveau fiel um 1,4 Prozent, während die Nachfrage gemessen an den realen Umsätzen um 1,0 Prozent tiefer notierte als im Vorjahr.

### KONSUMENTENSTIMMUNG

Konsumentenstimmung  
in Indexpunkten

Wachstum des privaten Konsums  
in Prozent



Quelle: SECO

## Aussicht 2016

Die Auswirkungen der Mindestkursaufhebung werden auch im laufenden Jahr noch ersichtlich sein. Zwar sind keine weiteren markanten Anstiege des Einkaufstourismus zu erwarten und auch der Preiszerfall dürfte sich etwas abschwächen. Im Rahmen der konjunkturellen Entwicklungen ist jedoch mit einer Eintrübung der Lage auf dem Arbeitsmarkt sowie mit einer signifikanten Abschwächung der Einkommensdynamik zu rechnen. In der Folge dürfte die Nachfrageentwicklung im laufenden Jahr 2016 im Vergleich zu den letzten zehn Jahren unterdurchschnittlich verlaufen.

BAKBASEL rechnet für das Jahr 2016 mit einem weiteren Minus bei den nominalen Umsätzen (-0,4 % p.a.). Während das Preisniveau um 1,2 Prozent tiefer ausfallen dürfte als 2015, wird der realen Umsatzentwicklung eine kleine Zunahme von 0,8 Prozent attestiert. Der Onlinehandel dagegen wird sein starkes Wachstum voraussichtlich fortsetzen und im laufenden Jahr einen Anteil von rund 6 Prozent erreichen.



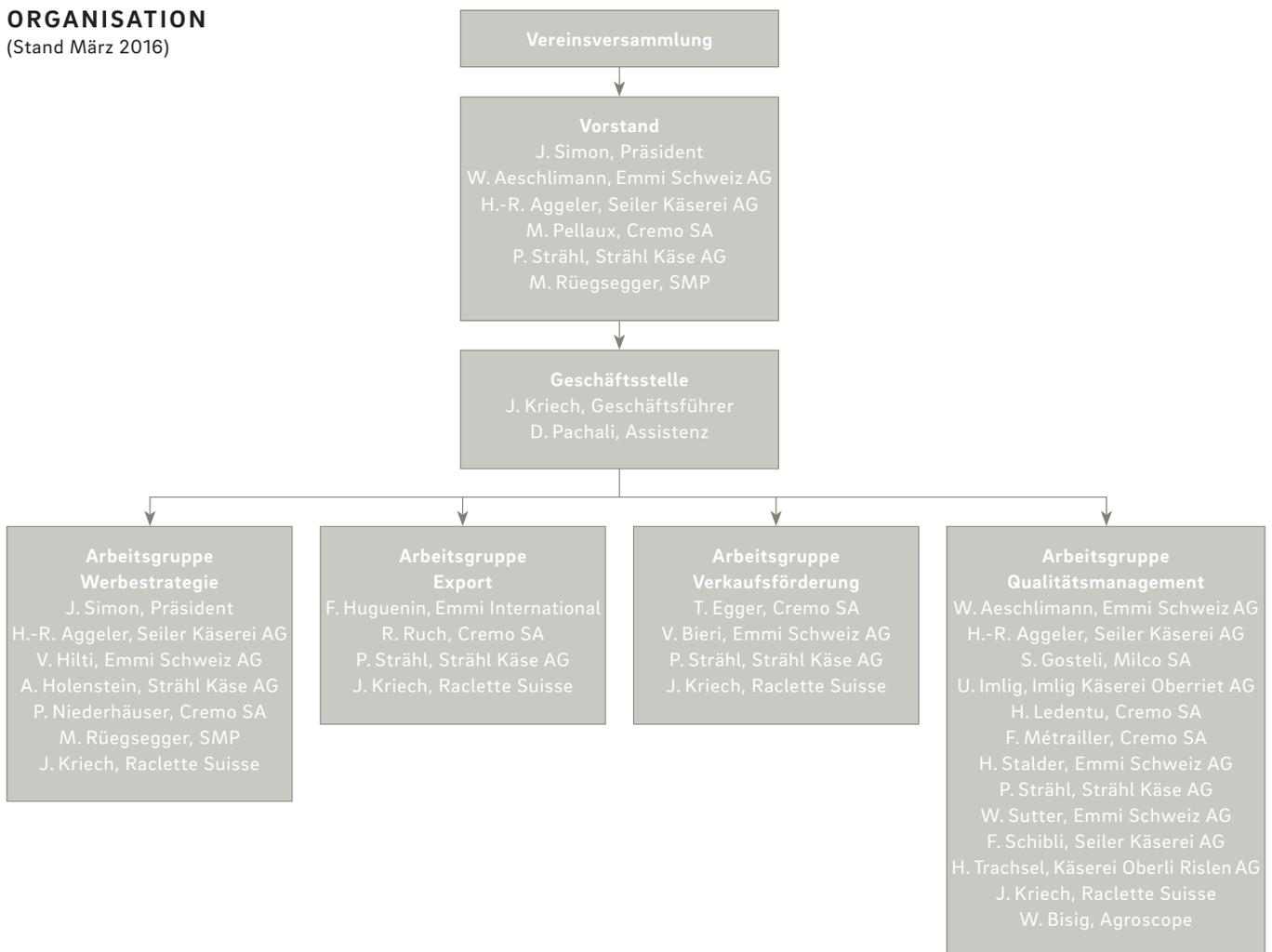
# Die Organisation

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. Raclette Suisse umfasst 16 Mitglieder und die Geschäftsstelle ist mit rund 1,5 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.

Seit 1. Dezember 2015 ist Jürg Kriech Geschäftsführer des Vereins Raclette Suisse. Er ersetzt Markus Tschumi, der per Ende Jahr nach über 20 Jahren im Amt pensioniert wurde.

## ORGANISATION (Stand März 2016)



# Das Produkt

## Natürlichkeit

Die Marke Raclette Suisse® verspricht Natürlichkeit ohne Wenn und Aber. Unser Raclettekäse wird mit grossem handwerklichem Können sorgfältig gefertigt. Dabei werden keine Zusatzstoffe und keine gentechnisch hergestellten Labstoffe eingesetzt. Deshalb kann auch die Rinde, die beim Schmelzen den charakteristischen Geschmack bildet, unbedenklich mitgegessen werden.

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, B<sub>2</sub> und B<sub>12</sub> dar und enthält keine Laktose (unter 0,1g / 100 g).

## Qualität

Raclette Suisse® weist aufgrund der spezifischen Herstellung eine hervorragende Schmelzbarkeit auf. Die Mitglieder des Vereins handeln verantwortungsvoll, indem sie unter der Marke Raclette Suisse® ein naturreines Produkt aus ökologischer Landwirtschaft und nachhaltiger Produktion herstellen und anbieten. Strenge Kontrollen von der Milchanlieferung bis zum fertigen Produkt stellen sicher, dass nur Raclettekäse mit bester Qualität in den Verkauf gelangt.

## Genuss

Der echte Schweizer Raclettekäse passt immer und überall. Er ist schnell zubereitet, garantiert Geselligkeit und Genuss und lässt sich mit frischen Zutaten von Salat über Kräuter bis hin zu Früchten stets variieren. Dank seinen einzigartigen Eigenschaften eignet er sich auch hervorragend für Käseschnitten und in Fonduemischungen.





## Die Geschichte

Gemäss Schriften aus Klöstern von Ob- und Nidwalden dürfen wir annehmen, dass bereits 1291 Wilhelm Tell «Bratchäs», wie Raclette damals noch genannt wurde, genossen hat. Dabei wurde der Raclettekäse am offenen Feuer geschmolzen und die weich gewordene Masse nach und nach auf einen Teller abgestreift. Der Bratkäse galt damals in der Urschweiz, wie auch in den angrenzenden Gebieten des Berner Oberlandes und im Wallis, als wichtigstes Grundnahrungsmittel in den Alpgebieten. Die gemütliche Art dieser Käsezubereitung blieb lange das Privileg der Bauern oder der einfachen Leute vom Lande.

Später findet sich eine weltweit bekannte Bratchäs-Geschichte in Johanna Spyris Bestseller «Heidis Lehr- und Wanderjahre». In dieser Geschichte briet der Alpöhi am offenen Feuer den Käse, bis er knusprig und goldgelb war und strich ihn auf ein Stück Brot ab. Und Heidi durfte dann genüsslich in das feine Käsebroten beissen.

Die ehemalige Bauernmahlzeit gelangte im 20. Jahrhundert von den Alpen in die Täler. Sie wurde rasch zum beliebten Schweizer Nationalgericht. Heute wird Raclette nicht nur am Feuer geschmolzen. Verschiedene Elektro- und Gasöfen für halbe Laibe, elektrische Tischmodelle für Blöcke und Scheiben, kleine 1er- und 2er-Öfeli, die mit Rechaud-Kerzen auch im Freien betrieben werden können und die neuen Grillpfännchen bieten für jeden grossen und kleinen Anlass die perfekte Zubereitungsart. Die vielen Kombinationsmöglichkeiten machen Raclette nicht nur zu einer geselligen, sondern auch zu einer abwechslungsreichen und genussvollen Mahlzeit.



**«Bratchäs».**  
Schmeckte schon immer. Ob früher am offenen Feuer geschmolzen oder heute in kleinen Pfännchen über Rechaud-Kerzen zubereitet.

Das herzige Raclette-Öfeli «Heidi» (oben) ist auf [www.raclette-suisse.ch/shop](http://www.raclette-suisse.ch/shop) erhältlich.

## Die Strategie



Bei der weiterentwickelten Marketingstrategie spielen die drei limbischen Motive Balance, Dominanz und Stimulanz eine zentrale Rolle. Deshalb wurden auch die im Berichtsjahr neu produzierten TV-Spots auf diese Motive ausgerichtet.

Im Zentrum der neuen Strategie stehen weiterhin die Nachfrageintensivierung und der Konsum in der kälteren Jahreszeit. Zusätzlich sollen die neu entwickelten Raclette-Grillpfännchen und der entsprechende neue Grillpfännchen-TV-Spot rund um den Schweizer Nationalfeiertag den Sommerkonsum von Raclette weiter fördern. Als Zielgruppe werden in erster Linie erlebnisorientierte Erwachsene im Alter von 25 bis 35 Jahren sowie junge Familien angesprochen.

**Sommerkonsum fördern.  
Raclettegenuss, jetzt auch für Grillfreunde!  
Das Raclette-Grillpfännchen ist der neue  
Star auf dem Grill und bringt Abwechslung  
auf jeden Barbecue-Tisch.**

Herzhafte Rezepte finden Sie auf  
[www.raclette-suisse.ch/rezepte](http://www.raclette-suisse.ch/rezepte).



# Aktivitäten 2015

Im Jahr 2015 wurde die bisherige und erfolgreiche Marketingkommunikation kontinuierlich fortgesetzt. Als Mittel dazu dienen:

## TV-Werbung

Der neu produzierte Grillpfännchen-Sommerspot bringt frische Ideen für die Grillsaison. Damit soll der Sommerkonsum gezielt gefördert werden. Die beiden neuen Heidi-Werbefilme (Herbst/Winter) sind bei Alt und Jung sehr beliebt.



TV-Werbung.  
Auch Heidi liebt Raclette! Wie sehr ihr der feine Käse schmeckt, sehen Sie im neuen TV-Spot.

[www.raclette-suisse.ch/unterhaltung](http://www.raclette-suisse.ch/unterhaltung)



# Aktivitäten 2015

## Verkaufsförderung

Rund 600 Degustationstage mit gut ausgebildetem Personal und einladenden Racletteständen, Promotionen mit dem Partner Unilever/Chirat sowie attraktive Wettbewerbe haben die Nachfrage am Verkaufspunkt in den grössten Einkaufszentren des Detailhandels in der Schweiz nachweislich verstärkt.

## Exportaktivitäten

In den Exportmärkten Deutschland, Frankreich, Belgien, Niederlande und Luxemburg wurde die Nachfrage mit einer Sammelpunktaktion, 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 Rekord-Open-Air-Kinosaison von Anfang Juni bis Ende August 2015 steigerte Raclette Suisse an insgesamt 15 Standorten bei knapp 200 000 Besuchern mit dem 15"-Spot «RIGUG EGL» resp. dem Grillpfännchen-Spot die Lust auf ein feines Raclette. Ca. 24 000 Besucher genossen bei meist bilderbuchartigem Sommerwetter und vor imposanter Kulisse ein feines Raclette unter freiem Himmel.

Die Open-Air-Kinoproduktionen wurden mit einer On-Pack-Promotion in Zusammenarbeit mit dem Detailhandel und der Open-Air-Kino Luna AG eingeleitet, bei welcher es 500 Open-Air-Kinotickets zu gewinnen gab.

## Optimierung Raclette-Webseite

Der für Anfang 2015 geplante Relaunch der Raclette-Suisse-Website wurde erfolgreich mit den wesentlichen Optimierungen durchgeführt:

- Userfreundliche und übersichtliche Umsetzung im Responsive-Design, zur korrekten Darstellung auf allen mobilen Endgeräten
- Suchfunktion auf der gesamten Seite
- Überarbeitung und Funktionserweiterung des Einladungskarten-Servicetools
- Rezeptdatenbank mit Kategoriezuordnung und Filterfunktion
- Optimierung der Shoplösung sowie des schweizweit verfügbaren Ofenvermietungstools



**Powertower.**  
Die modernen Degustationsstände weisen mit Plakaten und bewegten Bildern auf aktuelle Aktionen hin.

## Produktplatzierung im Heidi-Film und Vorpremieren in Zürich und Bern



Ein Highlight im Berichtsjahr stellte die Produktplatzierung von Raclettekäse im neu verfilmten Klassiker «Heidi», nach dem gleichnamigen Weltbestseller von Johanna Spyri, dar.

Der Verein Raclette Suisse startete am 28. September seine TV-Präsenz mit emotionalen Ausschnitten aus dem Film und bezog sich dabei auf das «Käsebraten am Spiess», bei dem schon Heidi das Wasser im Munde zusammengelaufen war.

Begleitet von einem grossen Wettbewerb, der via TV und flankierende Onlinemassnahmen beworben wurde, gab es 400 Kinotickets für exklusive Vorpremieren in Zürich und Bern zu gewinnen. Am 6. Dezember 2015 begrüßte der Verein neben ca. 700 geladenen Gästen auch die beiden Hauptdarsteller «Heidi» und «Peter», Anuk Steffen und Quirin Agrippi, zu herzlichen und amüsanten Interviews vor Ort.

**Filmreif.**  
An der «Heidi»-Vorpremiere in Bern liessen sich die beiden Jungstars den «Bratchäs» noch einmal so richtig schmecken.

Übrigens:  
Für die Szene «Käsebraten am Spiess» wurden 4 Laibe Käse geschmolzen; zur Freude des gesamten Teams.

# Werbung

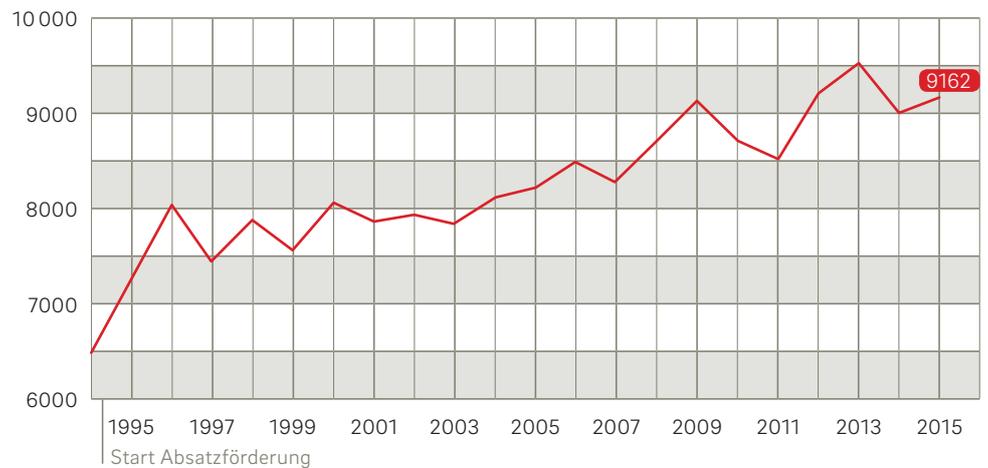
## Werbeerfolg 2015

Raclette Suisse konnte während der vergangenen 21 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 9162 Tonnen (+2708 t / +42 %) zu steigern. Das Exportvolumen liess sich seit Beginn des Exportmarketings von Raclette Suisse im Jahre 1999 von 358 auf 1597 Tonnen erhöhen.

### GESAMTVERBRAUCH

Raclette Privathaushalte

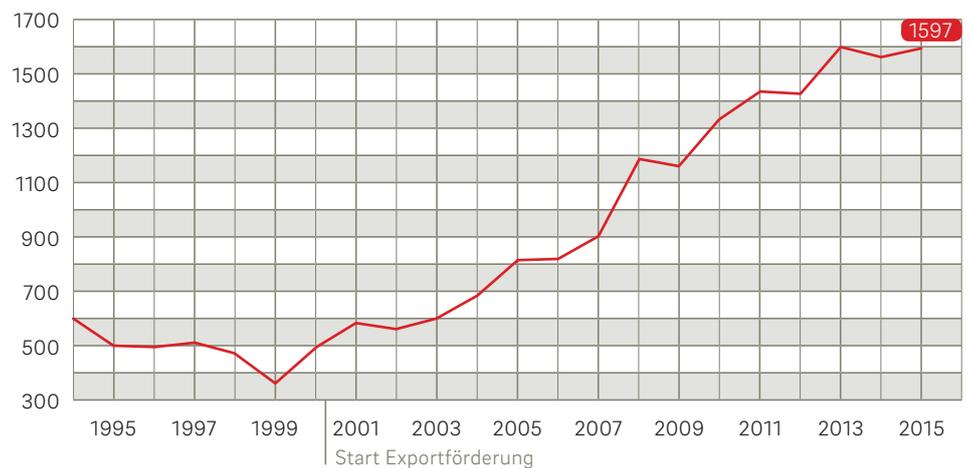
Verbrauch in Tonnen



### EXPORTE

Schweizer Raclettekäse

Exporte in Tonnen



## Werbewirkungskontrolle 2015



Im März 2015 führte Raclette Suisse eine Werbewirkungskontrolle durch, um zu überprüfen, ob die aktuellen Raclette-TV-Spots «Anglerinnen» und «RIGUGEGL» in der Deutsch- und Westschweiz die gewünschten Erfolge erzielen. Die Raclette-Slogans und -Claims erreichten im Vergleich zur Benchmark ähnlicher Auswertungen sehr gute Werte im Bereich Wiedererkennung (Recognition) und Akzeptanz. Die Konsumenten empfanden die Spotauswahl als sehr passend für die Bewerbung der Marke Raclette Suisse. Im Bereich der emotionalen Komponente wurden die Werbefilme mit hohen Sympathiewerten belegt und als durchwegs glaubwürdig wahrgenommen. Von den Befragten haben über 90 % das Raclette-Suisse-Logo bereits gesehen und entsprechend wiedererkannt.

Die TV-Kampagnen im Jahr 2015 erzielten einen guten Werbedruck mit grosser Reichweite in der Planungszielgruppe. Mit der gezielten Verkaufsförderung ist es gemäss den Kennzahlen gelungen, die Nachfrage am Verkaufspunkt (POS) der grössten Einkaufszentren des Detailhandels zu verstärken und die Promotionen wie auch die Sortimentsbreite auszudehnen. Die POS-Massnahmen werden von den Verkaufsverantwortlichen als effizient und kostengünstig beurteilt. Im Bereich der flankierenden Massnahmen erreichte Raclette Suisse mit dem Newsletter über 288 000 zusätzliche Kontakte, bediente im Onlinemarketing die Kanäle Google Shopping, Facebook sowie YouTube und versandte seit dem Start rund 19 000 Einladungskarten.

Aufgrund der vorliegenden Daten ist es Raclette Suisse durch eine starke Fokussierung der Absatzförderungsmassnahmen auf die wichtigsten Instrumente gelungen, einen hohen ökonomischen Werbeerfolg sowie eine gute Werbewirkung zu erzielen. Eine systematische Planung und Umsetzung der Aktivitäten nach den Kriterien Effektivität und Effizienz trugen zur Erreichung der Ziele bei. Das heisst, die der Geschäftsstelle anvertrauten Marketinggelder wurden aufgrund der Ergebnisse wirkungsvoll eingesetzt.



# Werbung

## Aussichten 2016

Die Heidi-TV-Spots sowie der Grillpfännchen-Werbefilm im Sommer sollen den Raclettekonsum auch im kommenden Jahr anregen.

### Welle 1

- TV-Spots 18. Januar bis 28. Februar 2016
- Nationale und regionale Degustationen im Detailhandel
- Newsletter mit Winterwettbewerb in KW 8

### Welle 2

- TV-Spots 18. Juli bis 7. August 2016
- Nationale und regionale Degustationen im Detailhandel
- On-Pack-Promotionen und Inserateschaltungen:
  - 500 Gratistickets für Open-Air-Kinos zu gewinnen
  - Sammel- und Beigabeaktionen «Grillpfännchen»
- Ende Juni bis Ende August 2016:
  - Open-Air-Kino mit Spot «Grillpfännchen» und Raclette vor Ort
- Newsletter mit Sommerwettbewerb

### Welle 3

- TV-Spots vom 3. Oktober bis 18. Dezember 2016 (im On-off-Modus)
- Nationale und regionale Degustationen im Detailhandel
- Newsletter mit Weihnachtswettbewerb



# 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@cremo.ch  
www.cremo.ch

---

## **Emmi Schweiz AG**

Landenbergstrasse 1  
6005 Luzern

Telefon 058 227 27 27  
Fax 058 227 27 37  
info@emmi.com  
www.emmi.com

---

## **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 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 Sternenberg

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

Telefon 031 359 57 82

[www.raclette-suisse.ch](http://www.raclette-suisse.ch)

