



Einschreiben

Bundesamt für Landwirtschaft
Schwarzenburgstrasse 165
3003 Bern

Bern, 31. März 2025

Gesuch um Ausdehnung der Selbsthilfemassnahme: Beiträge zur Absatzförderung durch Nichtmitglieder von "Raclette Suisse"

Sehr geehrte Damen und Herren

Gemäss der Verordnung über die Sorten- und Produzentenorganisationen (VBPO) können Selbsthilfemassnahmen von Branchen- und Produzentenorganisationen auf Nichtmitglieder ausgedehnt werden.

Mit diesem Gesuch beantragt Raclette Suisse gemäss Beschluss der Vereinsversammlung vom 19. Juni 2024 beim Bundesrat, die Finanzierung der Marketingbeiträge auf Nichtmitglieder auszuweiten. Zudem beantragt Raclette Suisse, dass ihr die für den Vollzug dieser Massnahme notwendigen Daten weitergegeben werden.

1 Gesuchstellende Organisation

Raclette Suisse ist die Sortenorganisation, welche die Herstellung und den Absatz von Schweizer Raclettekäse zu angemessenen Preisen im In- und Ausland fördert. Raclette Suisse setzt sich seit seiner Gründung im Jahr 1994 dafür ein, die Positionierung von Schweizer Raclettekäse im In- und Ausland zu stärken.

Der Zweck von Raclette Suisse ist es,

- die gemeinsame Interessenvertretung gegenüber Bund, Handel und Öffentlichkeit sicherzustellen;
- die Basiswerbung für "Raclette Suisse" zu betreiben;
- die Qualität zu fördern;
- den Marken- und Herkunftsschutz sicherzustellen;
- den Absatz im Inland sowie im Export zu fördern.

Beilage 1: Statuten Raclette Suisse vom 21. Juni 2016

Raclette Suisse selbst ist nicht in der Produktion, Verarbeitung oder im Verkauf von Raclettekäse tätig.

Der Verein wird durch die Mitglieder finanziert: Jedes Mitglied ist verpflichtet, nach Massgabe der von ihm zur Herstellung von Schweizer Raclette rapportierten Milchmenge einen Beitrag von 2 Rappen zzgl. MwSt. pro kg Milch zu bezahlen.

Der Vorstand von Raclette Suisse überwacht den Einsatz der Mittel und setzt diese dem Vereinszweck entsprechend ein. Er besteht gegenwärtig aus dem Präsidenten, fünf Vertretern der Käsehersteller sowie einem Vertreter der Schweizer Milchproduzenten.

2 Beantragte Selbsthilfemassnahme

2.1 Erhebung von Beiträgen zur Finanzierung von Selbsthilfemassnahmen bei Nichtmitgliedern

Um die Aufgaben von Raclette Suisse zu finanzieren, bezahlen die Mitglieder einen Beitrag, welcher von der zu Raclettekäse verarbeiteten Milch abhängt. Da die Geschäftsstelle mit 2.5 Personenstellen schlank organisiert ist, kann der Grossteil der geleisteten Mitgliederbeiträge (ca. 70 %) für Marketingmassnahmen verwendet werden. Neben Marketingmassnahmen profitieren Mitglieder zudem von Qualitätserhebungen und Qualitätsförderungsmassnahmen in Zusammenarbeit mit Agroscope. Die Massnahmen werden finanziert, wenn die Garantiemarke  verwendet wird.

Beilage 2: Reglement über die Verwendung der Garantiemarke Raclette Suisse®

Raclette Suisse hat an der ordentlichen Vereinsversammlung vom 19. Juni 2024 einstimmig beschlossen, beim Bundesrat die Ausdehnung der **Marketingbeiträge** auf Nichtmitglieder zu beantragen. Hersteller von Schweizer Raclettekäse, die Nichtmitglieder sind, sollen für eine Dauer von vier Jahren verpflichtet werden, einen Betrag von 1.7 Rappen (exkl. MwSt.) pro Kilogramm zu Raclettekäse verarbeiteter Milch zu bezahlen. Der Beitrag von Nichtmitgliedern ist 0.3 Rappen geringer als derjenige von Mitgliedern. Dieses Delta begründet sich damit, dass die Beiträge von Nichtmitgliedern nicht zur Verwaltung der Organisation verwendet werden dürfen. Zudem würde aufgrund des erheblichen Aufwands darauf verzichtet, bei den Nichtmitgliedern die Mehrwertsteuer zu erheben.

Beilage 3: Protokoll der Vereinsversammlung von Raclette Suisse vom 19. Juni 2024 (Auszug)

2.2 Weitergabe von Daten an Raclette Suisse

Die Ausdehnung von Selbsthilfemassnahmen auf Nichtmitglieder bedingt, dass Raclette Suisse über die Daten zur Produktion von Schweizer Raclettekäse verfügt. Die Administrationsstelle nach Art. 12 der Milchpreisstützungsverordnung (TSM Treuhand GmbH) ist deshalb zu verpflichten, Raclette Suisse auf Anfrage folgende Daten zu übermitteln:

- die Adressen der Hersteller von Schweizer Raclettekäse (TSM Rubrik 254, Schweizer Raclettekäse vollfett);
- die hergestellte Menge Schweizer Raclettekäse (TSM Rubrik 254, Schweizer Raclettekäse vollfett);
- die zu Schweizer Raclettekäse (TSM Rubrik 254, Schweizer Raclettekäse vollfett) verarbeitete Milchmenge.

3 Begründung der Selbsthilfemassnahmen

Das primäre Ziel von Raclette Suisse ist es, den Absatz von Schweizer Raclettekäse im In- und Ausland sowie dessen positives Image zu fördern. Die durchgeführten Massnahmen bezwecken in diesem Sinne

- Raclette bei den Konsumenten im In- und Ausland bekannter machen, um mehr Aufmerksamkeit und Interesse zu generieren;
- Schweizer Raclettekäse als hochwertigen, authentischen und traditionellen Schweizer Käse zu positionieren, der für Qualität und regionale Herkunft steht;
- durch gezielte Marketingaktionen die Nachfrage nach Raclettekäse zu steigern;
- die kulturelle Bedeutung und die Tradition des Schweizer Raclettes hervorheben, um das Produkt als authentisches Schweizer Erlebnis zu präsentieren;

die Bekanntheit und den Absatz im Ausland zu erhöhen, den Export zu fördern und die internationale Wettbewerbsfähigkeit zu sichern.

Um diese Ziele zu erreichen, werden zurzeit folgende Massnahmen durchgeführt:

- **TV-Spots:** Reichweitenstarke Kommunikation, um Konsum-Möglichkeiten aufzeigen (z.B. Grillpfännchen für Sommerkonsum, Pfännchenraclette im Winter, Raclette mit Freunden), Image und Bekanntheit von Raclette als gesellige Mahlzeit fördern, Konsumentinnen und Konsumenten zum Kauf animieren
- **Radio-Spots:** Reichweitenstarke Kommunikation z.B. im Rahmen der Fussball-EM der Frauen
- **Podcasts:** Vermittlung von Informationen rund um Raclettekäse (von der Herstellung über die Qualität, Geschichte, Verwendung in Gerichten, verschiedene Zubereitungen, Nachwuchsförderung für Käsereien usw.)
- **Soziale Medien:** Zielgerichtetes Schalten von Kampagnen für die definierte Zielgruppe auf Facebook und Instagram, Betreiben von eigenen Kanälen auf Facebook, Instagram, TikTok, Pinterest; Influencer-Marketing
- **Online-Kampagnen:** YouTube, Zattoo, Partnernetzwerke
- **Online-Werbung:** DOOH-Kampagnen
- **Inserate:** in Food-Zeitschriften und z.T. Tageszeitungen
- **Kampagnen mit loisirs.ch und freizeit.ch:** Produktplacements in Videos um aufzuzeigen, dass Raclette überall zelebriert werden kann (mit verschiedenen Ofenmodellen)
- **Betrieb einer Webseite:** Einladungskarten-Service, Ofenvermietung, Informationen und Tipps
- **SEA-Kampagnen:** Traffic auf der Website erhöhen
- **Newsletter:** ca. 125'000 Adressaten, die Informationen über Raclette und unsere Massnahmen erhalten

- **Wettbewerbe:** Sammlung von Adressen für Direktmailings, neue Zielgruppen ansprechen
- **Messeauftritte:** an der Internationalen Grünen Woche in Berlin
- **Events:** Auftritt am Gutenfestival 2025 gemeinsam mit Walliser Raclette AOP, Events mit Jungfraubahnen, Weltrekord-Versuch im Bergwerk Gonzen, Grillchallenge im Sommer, Präsentationen an Veranstaltungen (Berner Käsertag, Schweizerische Detailhandelstagung, Ostschweizer Milchverband)
- **Sponsorings:** Markenbotschafterinnen und Markenbotschafter im Sportbereich (Joscha Burkhalter [Biathlon] und Steffi Häberlin [Mountainbike und Strassen-Velorennen]), diverse Openair-Kinos, Zusammenarbeit mit dem Bierhübeli Bern
- **Verkaufsförderung:** Degustationen in Migros, Coop und Manor, OnPack-Promotionen, Zugabeaktionen, Rezeptbroschüren
- **Branchenübergreifende Zusammenarbeit:** z.B. mit den Schweizer Milchproduzenten SMP, Schweizer Fleisch sowie Kartoffel.ch auf den Sozialmedia-Kanälen, gemeinsames Leporello mit dem Schweizer Gemüseverband (Raclette und Sauerkraut) oder Agrotourismus auf myfarm.ch
- **Exportmassnahmen:** Zusammenarbeit mit SCM in verschiedenen Zielmärkten zur Förderung des Konsums von Schweizer Raclettekäse, finanzielle und materielle Unterstützung der Mitglieder bei ihren Exportmassnahmen
- **Qualitätsförderung:** Sicherung und Steigerung der Qualität von Raclettekäse

Die Daten der vergangenen Jahre zeigen die Wirksamkeit der von Raclette Suisse durchgeführten Marketingaktivitäten. Seit der Gründung von Raclette Suisse konnte die jährliche Produktion von Schweizer Raclettekäse von 8'943 t (1994) auf 17'230 t (2024) fast verdoppelt werden.

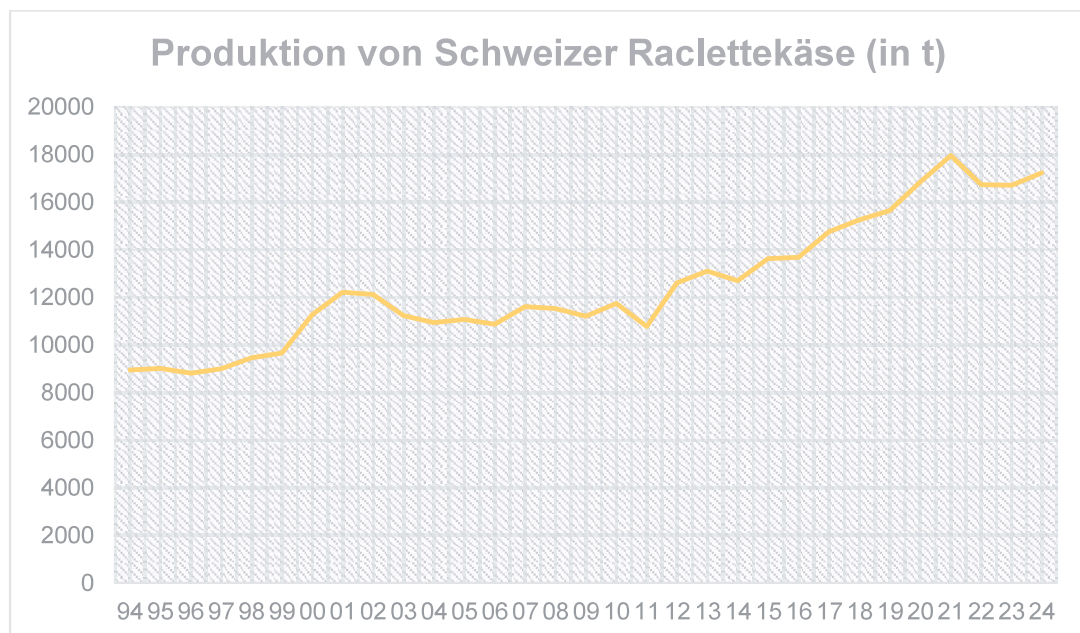


Abbildung 1: Produktion von Schweizer Raclettekäse (Quelle: TSM)

Im gleichen Zeitraum hat sich das jährliche Exportvolumen von Schweizer Raclettekäse fast versechsfacht (von 593 t [1994] auf 3'437 t [2024]).

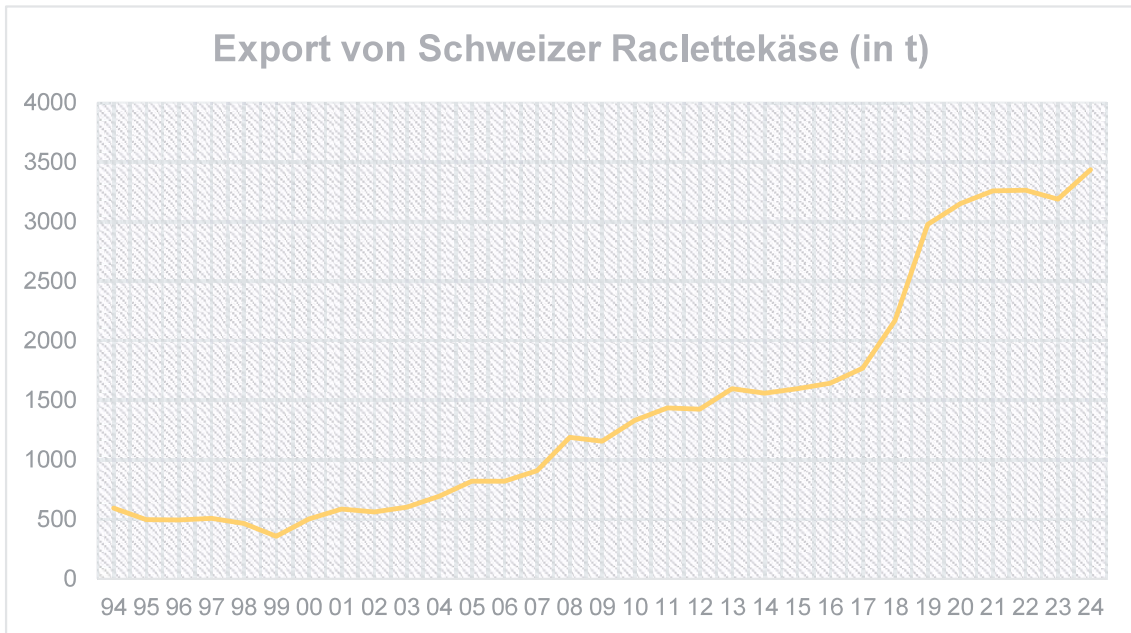


Abbildung 2: Export von Raclettekäse (Quelle: TSM)

Dem Verein ist es in Gemeinschaft mit seinen Partnern ausserdem gelungen, den ausländischen Raclettekäse in der Schweiz beinahe zu verdrängen. Zudem wurde erreicht, dass Schweizer Raclettekäse in der Bevölkerung ein positives Image geniesst.

Beilage 4–7: Geschäftsberichte 2021, 2022, 2023 sowie Entwurf des Geschäftsberichts 2024

Die Daten belegen, dass die von Raclette Suisse durchgeführten Marketingmassnahmen den Absatz gezielt fördern und daher im Interesse aller Schweizer Racletteproduzenten sind. Da alle Hersteller von den Massnahmen profitieren, sollen diese auch von allen bezahlt werden. Diese Solidarität hat früher sehr gut funktioniert, in den letzten Jahren leider immer weniger. Obwohl die Anzahl Mitglieder im Verein seit dem Jahr 2016 von 16 auf 42 gestiegen ist, hat sich der Anteil von Raclette Suisse-Mitgliedern an der Gesamtproduktion seit 2016 von rund 93 % auf knapp 82 % verkleinert.

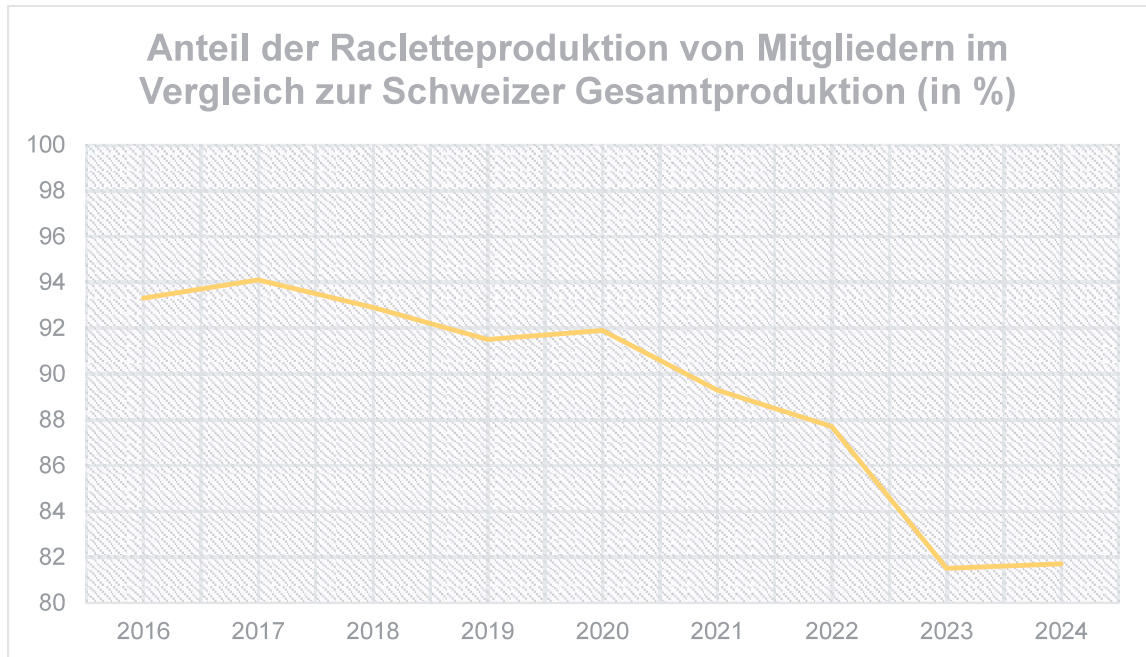


Abbildung 3: Verhältnis der von Mitgliedern von Raclette Suisse zu Schweizer Raclettekäse verarbeiteten Milchmenge zur Gesamtproduktion von Schweizer Raclettekäse

Dieser Trend ist eine Gefahr für die Selbsthilfemassnahmen. Er führt dazu, dass immer weniger Geld für Marketingmassnahmen zu Verfügung stehen wird, was deren Wirksamkeit nachhaltig schwächen wird.

Zudem kann diese stetige Zunahme von Nichtmitgliedern zu einem Bruch der seit 30 Jahren gelebten Solidarität der Raclette-Produzenten sowie zu einem Wettbewerbsnachteil für Mitglieder führen. Nichtmitglieder profitieren in zweifacher Hinsicht von den durch die Mitglieder entrichteten Beiträgen:

- Einerseits führen die Marketingbeiträge zu einem höheren Absatz von Raclette, wovon alle Raclette-Produzenten profitieren – Nichtmitglieder in gleichem Masse wie Mitglieder.
- Andererseits haben Nichtmitglieder gegenüber Mitgliedern einen Wettbewerbsvorteil: Da sie keine Beiträge leisten, können sie ihren Käse günstiger verkaufen als ihre Konkurrenten, die Mitglieder von Raclette Suisse sind. Damit wird in der ganzen Branche Wertschöpfung vernichtet.

Daher ist es nicht nur so, dass Nichtmitglieder von Massnahmen profitieren, die sie nicht finanzieren. Sie gewinnen auch einen Wettbewerbsvorteil, da sie durch günstigere Preise ihren Absatz erhöhen können. Diese Absatzerhöhung geht wiederum auf Kosten der Mitglieder, welche aufgrund der vergleichsweise höheren Preise ihre Produkte schwerer vertreiben können.

Die Konsequenz ist ein Marktversagen: Obwohl eine Mitgliedschaft durch alle Raclette-Produzenten für alle den grössten Vorteil bringen würde, kann es für den einzelnen Raclette-Produzenten mehr Sinn machen, dem Verein nicht beizutreten. Er profitiert als Trittbrettfahrer im gleichen Masse von den Massnahmen des Vereins und hat zudem noch einen Wettbewerbsvorteil gegenüber allen Mitgliedern.

Diese Problematik akzentuiert sich je mehr, desto grösser der Anteil der Nichtmitglieder ist. Je mehr Nichtmitglieder es gibt, desto weniger sind die Mitglieder dazu bereit, ihren Beitrag zu leisten.

Um dieses Marktversagen zu beheben, bedarf es der Allgemeinverbindlicherklärung der Marketingbeiträge. Andernfalls besteht die ernsthafte Gefahr, dass die Produktion von Nichtmitgliedern weiter zunimmt und Mitglieder aufgrund der Benachteiligung gegenüber Nichtmitgliedern aus dem Verein austreten. Dadurch würde sich der Marketingbeitrag nicht mehr halten können, was die Selbsthilfemassnahmen als solche gefährden würde. Dabei handelt es sich nicht bloss um eine "potentielle Gefährdung" durch Trittbrettfahrer, sondern um eine nachgewiesene Gefährdung der Selbsthilfemassnahmen an sich.

Dies wäre ein nachhaltiger Verlust für sämtliche Schweizer Raclette-Produzenten. Die Arbeit des Vereins in den letzten Jahrzehnten hat dazu geführt, dass sowohl Produktion als auch Export angestiegen sind und Raclette in der Schweiz als sympathisch, traditionell und zugleich modern wahrgenommen wird. Um das positive Image und die hohe Nachfrage im In- und Ausland von Raclette zu bewahren und zu fördern, ist das weitere Bestehen der Selbsthilfemassnahmen notwendig. Hiervon können alle Raclette-Produzenten langfristig profitieren.

4 Repräsentativität der Organisation

Raclette Suisse bestand im Jahr 2024 aus 42 Mitgliedern, welche in diesem Jahr aus ca. 139'400 t Milch Schweizer Raclettekäse (TSM Rubrik 254, Schweizer Raclettekäse vollfett) hergestellt haben. Dies entspricht im Vergleich zur gesamthaft in der Schweiz verwendeten Milchmenge von ca. 170'600 t einem Prozentsatz von 81.7 %. Alle Mitglieder produzieren selbst Raclette-Käse und sind deshalb von der Selbsthilfemassnahme betroffen.

Beilage 8: Produktionsmenge der Mitglieder von Raclette Suisse im Jahr 2024

5 Ausdehnungsentscheid

Die Vereinsversammlung von Raclette Suisse hat am 19. Juni 2024 einstimmig (16/16) beschlossen, beim Bund die Allgemeinverbindlichkeit für Marketingbeiträge betreffend die Herstellung von Schweizer Raclettekäse zu beantragen (s. **Beilage 3**). Diese Massnahme wurde traktandiert und die Mitglieder umfassend darüber informiert. Keiner der stimmberechtigten Betriebe vereinigt zwei Drittel oder mehr der Stimmberechtigten seiner Stufe auf sich (s. **Beilage 1**, Artikel 9).

6 Umsetzung der Massnahme

6.1 Einforderungsverfahren der Beiträge

Die Massnahme wird durch die Geschäftsstelle von Raclette Suisse umgesetzt. Grundlage für die Erhebung der Beiträge bildet die gemäss TSM Treuhand GmbH zu Schweizer Raclettekäse verarbeitete Milchmenge. Basierend auf diesen Daten wird Raclette Suisse den Beitrag von den Nichtmitgliedern einfordern.

6.2 Beschreibung des Mitteleinsatzes

Der erhobene Beitrag wird für Massnahmen im Bereich Consumer Marketing und Kommunikation, insb. Werbung, Public Relations, Messen und Ausstellungen, eingesetzt. Der Mitteleinsatz wird jährlich mit dem Bericht über die Durchführung und Wirkung der Massnahmen belegt.

6.3 Beschreibung zur Berücksichtigung der Direktverkäufe

Gemäss Art. 1 Abs. 4 VBPO sind Erzeugnisse, die von den Produzentinnen direkt an den Endverbraucher für dessen Haushalt verkauft werden, den Selbsthilfemassnahmen nicht unterworfen. Die betreffenden Hersteller werden mit folgendem Vermerk auf der Rechnungsstellung darauf aufmerksam gemacht:

"Produzenten, die den produzierten Raclettekäse direkt an den Endverbraucher für dessen Haushalt vermarkten und die direkt abgesetzte Menge belegen können, können diese Beiträge bei der Geschäftsstelle von Raclette Suisse zurückfordern."

* * * * *

Sollten Sie weitere Unterlagen oder Informationen benötigen oder Fragen haben, stehen wir gerne zur Verfügung.

Wir bedanken uns für die wohlwollende Prüfung und Gutheissung des vorliegenden Gesuchs.

Freundliche Grüsse

Jürg Simon
Präsident Raclette Suisse

Jürg Kriech
Geschäftsführer Raclette Suisse

Beilagenverzeichnis zum Ausdehnungsgesuch von Raclette Suisse

Beilage 1: Statuten Raclette Suisse

Beilage 2: Reglement über die Verwendung der Garantiemarke Raclette Suisse®

Beilage 3: Protokoll der Vereinsversammlung von Raclette Suisse vom 19. Juni 2024 (Auszug)

Beilage 4: Geschäftsbericht Jahr 2021

Beilage 5: Geschäftsbericht Jahr 2022

Beilage 6: Geschäftsbericht Jahr 2023

Beilage 7: Entwurf Geschäftsbericht Jahr 2024

Beilage 8: Produktionsmenge der Mitglieder von Raclette Suisse im Jahr 2024



Statuten des Vereins „Raclette Suisse“

vom 23. Oktober 1997 / Stand 21. Juni 2016

Artikel 1 Name, Sitz und Dauer

Unter dem Verein „Raclette Suisse“ besteht gemäss des Schweizerischen Zivilgesetzbuches Art. 60 bis Art. 79 auf unbestimmte Dauer eine körperschaftliche Personenverbindung (Verein) mit Sitz in Bern.

Artikel 2 Zweck

¹ Der Verein bezweckt die Förderung der Herstellung und des Absatzes von Schweizer Raclette zu angemessenen Preisen im In- und Ausland.

² Mit der Zusammenarbeit soll in erster Linie erreicht werden:

- a) Gemeinsame Interessenvertretung gegenüber Bund, Handel und Öffentlichkeit usw.
- b) Basiswerbung für „Raclette Suisse“
- c) Förderung und Hebung der Qualität
- d) Marken- und Herkunftsschutz
- e) Förderung des Absatzes im Inland sowie im Export

Artikel 3 Mitgliedschaft / Ein- und Austritt

¹ Mitglieder können sein:

- a) Milchproduzenten bzw. Milchproduzentenvertreter
- b) Hersteller und Vermarkter
- c) Affineure, welche die Marke "Raclette Suisse" verwenden, selber aber nicht Hersteller sind.

² Der Eintritt von neuen Mitgliedern kann jederzeit erfolgen. Die Mitglieder sind verpflichtet, die Vorschriften der Statuten und des Reglementes über die Verwendung der Garantiemarke „Raclette Suisse“ einzuhalten.

³ Der Austritt ist von Gesetzes wegen zulässig, unter Wahrung einer halbjährigen Frist auf das Ende des Kalenderjahres oder, wenn eine Verwaltungsperiode vorgesehen ist, auf deren Ende. Bei einem Austritt besteht kein Anspruch auf das Vereinsvermögen.

Artikel 4 Finanzierung (Kostenanteil pro kg Milch)

Der Aufwand ist durch die Hersteller zu tragen. Jedes Mitglied verpflichtet sich, nach Massgabe der von ihm zur Herstellung von „Raclette Suisse“ rapportierten Milchmenge den festgesetzten Kostenanteil pro kg Milch zu bezahlen. Dieser Kostenanteil ist innert 30 Tagen nach Rechnungsstellung zu entrichten. Nach Ablauf dieser Frist wird ein Verzugszins verrechnet, welcher dem erstrangigen Hypothekarzinsatz der Berner Kantonalbank entspricht. Die Beiträge werden vorab zur Finanzierung der Absatzförderung eingesetzt. Das Sekretariat hat hierüber separat Buch zu führen.

Artikel 5 Beitragspflicht

Der Beitrag der Hersteller gemäss Art. 4 Abs. 1 wird auf Vorschlag des Vorstandes von der Vereinsversammlung festgesetzt.

Artikel 6 Organe

Die Organe sind:

- a) Vereinsversammlung
- b) Vorstand
- c) Geschäftsstelle
- d) Revisionsstelle

Artikel 7 Vereinsversammlung

¹ Die Vereinsversammlung ist durch den Präsidenten jährlich einmal in der ersten Jahreshälfte einzuberufen und ausserdem so oft dies der Vorstand für nötig erachtet. Sie ist ebenfalls einzuberufen, wenn dies ein Fünftel der Mitglieder beanträgt.

² Die Vereinsversammlung wird mindestens 20 Tage vor dem für die Tagung festgesetzten Datum einberufen. Ausserordentliche Vereinsversammlungen können mit einer Vorankündigungsfrist von 14 Tagen einberufen werden.

³ Einladungen und Tagesordnung werden jedem Mitglied schriftlich zugestellt.

Artikel 8 Zuständigkeit

Die Vereinsversammlung legt die Höhe des Kostenanteils fest, beschliesst über die Aufnahme und den Ausschluss von Mitgliedern, wählt den Vorstand und den Präsidenten. Sie entscheidet im Weiteren über Angelegenheiten, die nicht andern Organen des Vereins übertragen sind.

Artikel 9 Stimmrecht und Mehrheit

- ¹ Jede ordnungsgemäss einberufene Mitgliederversammlung ist unabhängig von der Anzahl der anwesenden Mitglieder beschlussfähig.
- ² Jedes Mitglied hat in der Vereinsversammlung Anrecht auf eine Stimme.
- ³ Die Vereinsbeschlüsse werden mit der Mehrheit der Stimmen der anwesenden Mitglieder gefasst. Bei Stimmengleichheit fällt der Präsident den Stichentscheid.

Artikel 10 Vorstand

- ¹ Der Vorstand besteht aus mindestens 5 bis maximal 9 Mitgliedern. Er setzt sich aus Vertretern der Milchproduzenten, der Hersteller und der Vermarkter zusammen. Das Präsidium kann durch eine externe Person besetzt werden, welche nicht Mitglied sein muss. Die Mitglieder werden für eine Amtsdauer von 3 Jahren von der Vereinsversammlung gewählt. Das Stimmenverhältnis im Vorstand ist entsprechend der zu "Raclette Suisse" verarbeiteten Milchmenge zu gestalten.
- ² Dem Vorstand obliegen folgende Aufgaben: Führung und Leitung des Vereins, Wahrung der Interessen der Mitglieder, Förderung der Qualität und des Absatzes von „Raclette Suisse“ im In- und Ausland.
- ³ Im Bereich Basiswerbung für "Raclette Suisse" bestimmt und überwacht er die Ziele, die Massnahmen und den Mitteleinsatz für das Marketingkonzept. Er schlägt der Vereinsversammlung die Höhe des Kostenanteils vor und sorgt für die optimale Umsetzung des Herkunfts- und des Markenschutzes.
- ⁴ In seinen Aufgabenbereich fallen: die Wahl des Geschäftsführers und die Festlegung der Verwaltungskosten, Vorlegung des Budgets sowie der Rechnung zuhanden der Vereinsversammlung. Zur Prüfung der Rechnung bestimmt er eine ausserstatutarische Kontrollstelle.
- ⁵ Der Vorstand entscheidet aufgrund von Veränderungen der Marktlage oder des übrigen Umfeldes über allfällige besondere Massnahmen.
- ⁶ Der Vorstand erfüllt sämtliche Aufgaben selbständig; er kann dazu Arbeitsgruppen einsetzen.
- ⁷ Sofern kein Vorstandsmitglied mündliche Beratung verlangt, ist die Beschlussfassung auf dem Zirkularweg (auch E-Mail) gültig.

Artikel 11 Revisionsstelle

Als Kontrollstelle wird eine unabhängige Treuhandgesellschaft bezeichnet, die im Mandat gemässe den Vorschriften von Art. 906 ff OR die Buchhaltung kontrolliert und mindestens einmal jährlich eine Stichkontrolle durchführt. Die Revisionsstelle erstattet dem Vorstand zuhanden der Vereinsversammlung Bericht und Antrag. Sie wird von der Vereinsversammlung jeweils für die Dauer von 3 Jahren gewählt. Eine Wiederwahl ist möglich.

Artikel 12 Geschäftsstelle

- ¹ Die Geschäftsstelle koordiniert im Auftrag des Vorstandes die laufenden Projekte. Aufgabe, Kompetenz und Verantwortung des Geschäftsführers werden in einem Reglement festgehalten; dieses ist vom Vorstand zu genehmigen.
- ² Die Geschäftsstelle kann zur Bearbeitung einzelner Projekte Arbeitsgruppen einsetzen.
- ³ Der Sitz der Geschäftsstelle befindet sich in Bern. Die Aufwendungen für die Geschäftsstelle werden durch die Mitgliederbeiträge abgedeckt.

Artikel 13 Kontrolle/Auskunftspflicht

Die Mitglieder von Raclette Suisse erteilen der Geschäftsstelle das Einverständnis, gegebenenfalls zu Kontrollzwecken via TSM die Überprüfung der gesamten in Ihrem Betrieb zu Halbhartkäse verarbeiteten Milchmenge vorzunehmen.

Im Rahmen des Vollzuges dieses Artikels besteht im Weiteren zwischen den Mitgliedern und der Geschäftsstelle eine gegenseitige Auskunftspflicht. Die Geschäftsstelle hat alle in Ausübung ihrer Funktionen gemachten Wahrnehmungen treuhänderisch zu behandeln.

Artikel 14 Verkaufspreise und Verkauf

- ¹ Der Vorstand kann unter Berücksichtigung der jeweiligen Marktlage, der Preisberechnung, der Preispolitik und der Konditionen die Richtpreise für den Verkauf von Raclettekäse festlegen.
- ² Die Hersteller tätigen den Verkauf des von ihnen hergestellten „Raclette Suisse“ selber.

Artikel 15 Sanktionen

- ¹ Den Mitgliedern können Sanktionen durch den Vorstand auferlegt werden, wenn sie Widerhandlungen treffen gegen
 - die vorliegenden Statuten
 - das Reglement über die Verwendung der Garantiemarke
 - Beschlüsse der Vereinsversammlung oder des Vorstandes.
- ² Werden solche Widerhandlungen festgestellt, so hat der Vorstand vom betroffenen Mitglied sofort und schriftlich die Herstellung des rechtmässigen Zustandes zu verlangen. Stellt der Betroffene diesen Zustand innerhalb der gesetzten Frist her, so wird das Verfahren eingestellt. Andernfalls schuldet das widerhandelnde Mitglied beim Nachweis des Verschuldens eine Konventionalstrafe von mindestens Fr. 500.-, maximal jedoch Fr. 10'000.-.

Bei der Bemessung der Konventionalstrafe ist dem Ausmass der festgestellten Widerhandlung, dem Einfluss auf die statutarischen Ziele des Vereins und dem Verschulden des betreffenden Mitglieds Rechnung zu tragen.

³ Sanktionsbeschlüsse des Vorstandes können innerhalb von 30 Tagen bei einem Schiedsgericht gemäss Artikel 16 angefochten werden. Dieses entscheidet unter Vorbehalt einer Nichtigkeitsklage.

Artikel 16 Schiedsgericht

Zur Beurteilung von sämtlichen Streitigkeiten wird ein Schiedsgericht, zusammengesetzt aus drei Personen, eingesetzt. Der Obmann und die zwei übrigen Schiedsrichter werden von den Parteien gemeinsam ernannt. Können sich die Parteien über die Wahl des Gerichts nicht einigen, wird dieses durch den Präsidenten des Handelsgerichtes Bern ernannt.

Artikel 17 Austritt

¹ Ein Mitglied kann unter Einhaltung einer Kündigungsfrist von einem halben Jahr auf Ende des Kalenderjahres aus dem Verein austreten.

² Wird der Austritt bestritten, verlangt die Gesellschaft binnen 30 Tagen die Beurteilung durch das Schiedsgericht.

Artikel 18 Auflösung und Liquidation

Die Auflösung und Liquidation des Vereins richtet sich nach den gesetzlichen Vorschriften.

Artikel 19 Inkrafttreten

Diese angepassten Statuten wurden an der Vereinsversammlung vom 21. Juni 2016 angenommen und sind mit diesem Datum in Kraft getreten.

Datum, Ort: 21. Juni 2016, 3000 Bern 6

Der Präsident:



Der Protokollführer:





Reglement über die Verwendung der Garantiemarke Raclette Suisse®

Richtlinien über die Einhaltung der gemeinsamen Merkmale für Raclette Suisse

1. Trägerschaft

Der Verein RACLETTE SUISSE, handelnd durch die Geschäftsstelle Raclette Suisse, Laubeggstrasse 68, 3006 Bern, ist Inhaber der Garantiemarke Raclette Suisse®, die am 10. Februar 1997 beim Institut für geistiges Eigentum hinterlegt wurde.

2. Benutzungsberechtigung und gemeinsame Merkmale

Die Garantiemarke Raclette Suisse® kennzeichnet **Herkunft und Güte** des Produktes. Jeder Hersteller von Schweizer Raclette ist berechtigt, zur Kennzeichnung seiner Produkte die Garantiemarke Raclette Suisse® zu nutzen, sei dies in Alleinstellung oder in Kombination mit unternehmensspezifischen Individualmarken.

Wer die Garantiemarke Raclette Suisse® nutzen will ist jedoch verpflichtet, dies dem Markeninhaber im Voraus schriftlich mitzuteilen.

Der Anspruch auf die Benützung der Garantiemarke Raclette Suisse® besteht, wenn folgende gemeinsame Merkmale erfüllt sind:

2.1 Sachbezeichnung:

Schweizer Raclette	Schweizer Raclettekäse
Raclette Suisse	Fromage à raclette suisse
Raclette Svizzero	Formaggi da raclette svizzero
Raclette cheese Switzerland	Swiss raclette cheese

2.2 Markenbezeichnung:

Raclette Suisse. Die Verwendung von zusätzlichen eigenen Markennamen ist gestattet. Der Markeninhaber kann aber Vorgaben für die Verwendung der Marke erlassen.

2.3 Herstellungsgebiet: ganze Schweiz

2.4 Herstellung, Behandlung und Reifung:

Raclette wird aus pasteurisierter oder roher Käsereimilch¹ mit Milchsäurebakterien-Kulturen, Salz und Labstoffen ohne gentechnisch veränderte Organismen hergestellt. Der Käsebruch wird auf 35 bis 42 °C erhitzt und gepresst. Das Käsekorn wird in der Regel gewaschen. Zur Bildung der Rindenschmiere wird der Käse während der Reifung regelmässig mit Brevibakterium linens und mit Salzwasser behandelt.

Zusatzstoffe:	keine
Reifung:	Raclette ist frühestens im Alter von 60 Tagen konsumreif
Form und Aussehen:	Laib oder Block mit gelber bis braunroter, geschmierter oder gewaschener Rinde
Höhe:	5.5 bis 8.5 cm
Masse:	28 bis 35 cm, rund oder eckig
Gewicht:	4.8 bis 7.5 kg, konsumreif
Lochung:	spärlich, gesund, sauber
Teig und Farbe:	lang, fein, zart, hellgelb bis elfenbeinfarbig
Geschmack:	rein, mild, leicht säuerlich, mit fortschreitender Reifung aromatischer; zugelassen zur Geschmacksgebung ist die Zugabe von Gewürzen, Kräutern, daraus hergestellten Extrakten sowie von anderen geeigneten Zutaten
Schmelzbarkeit:	einwandfreies Schmelzverhalten
Fettgehalt:	vollfett: mindestens 45 Gewichtsprozent Fett in der Trockenmasse (FiT)
Festigkeit:	halbhart: Wasser im fettfreien Käse ab 56 bis 62 Gewichtsprozent (Wff)

3. Qualitätsvorgaben

Die spezifischen Qualitätsvorgaben sind im Dokument "Qualitätsmanagement Raclette Suisse" (1. Bewertungskriterien für die Qualitätsprüfung) und den Folgedokumenten aufgeführt.

Die Vorschriften über die Qualitätssicherung in der Milchwirtschaft bilden einen integrierten Bestandteil der Qualitätsvorgaben der Garantiemarke.

Von der Markenbenützung ausgeschlossen sind Käse der Qualitätsstufe III². Diese Käse dürfen nicht mehr unter der Bezeichnung "Raclette Suisse" in den Verkauf gelangen.

4. Kennzeichnung

Als Kennzeichnung der Käselaipe ist vorgeschrieben:

- Kaseinmarke mit Zulassungsnummer, Fabrikationsdatum und Chargenbezeichnung bzw. entsprechender Code.

Für die Gestaltung der Laibetikette oder von Verpackungsmaterial soll wo möglich das Logo „Raclette Suisse“ verwendet werden. Die korrekte Verwendung des Logos ist in den „Design Guidelines“ von Raclette Suisse umschrieben.

5. Kontrolle

Der Markeninhaber wird den schweizerischen und ausländischen Markt regelmässig überwachen und bei Übertretungen eingreifen.

Alle Markennutzer sind verpflichtet, dem Markeninhaber diejenigen Auskünfte zu erteilen und Unterlagen vorzulegen, die zur Kontrolle des reglementmässigen Marktgebrauches erforderlich sind.

Die Markennutzer sind überdies verpflichtet, den Markeninhaber unverzüglich zu informieren, falls sie auf dem Markt Verstösse gegen dieses Markenreglement feststellen.

Im Weiteren kann der Markeninhaber jederzeit durch eine ausgewiesene Fachkraft Stichproben beim Hersteller oder in der Handelskette erheben.

6. Sanktionen

Im Falle einer Widerhandlung gegen das vorliegende Reglement ist der Verletzer zu verwarnen und es ist ihm eine Frist je nach Art der Widerhandlung von 10 bis max. 60 Tagen anzusetzen, um den rechtmässigen Zustand wieder herzustellen. Lässt der Verletzer die Frist ungenutzt verstreichen, so hat ihm der Markeninhaber die Nutzungsberechtigung zu entziehen.

7. Entschädigung

Der Markeninhaber erhebt von den Markennutzern eine angemessene Nutzungsgebühr. Die Abgabe beträgt 2 Rappen pro Kilogramm Milch, das zu "Raclette Suisse" verarbeitet wird.

Die Mittel werden vor allem zur Finanzierung der Werbemassnahmen, Aufwendungen betreffend Markenschutz, Herkunftsschutz oder anderen Massnahmen im Bereich der Garantiemarke eingesetzt.

Bern, 14. Juni 2018 jk

¹ als Käsereimilch gilt verkehrstaugliche Milch von Säugetieren, die zu Raclette Suisse verarbeitet wird.

² Käse der Qualitätsstufe III: FIT <450g/kg oder > 550g/kg; Äusseres: salbig/schrumpfig; Inneres: blasig/Nachgärung; Aroma: sehr unrein, sehr bitter, ranzig



Protokoll (Auszug)
der Vereinsversammlung Raclette Suisse
von Mittwoch, 19. Juni 2024, 15.00 bis 17.00 h, CASINO Bern,
Casinoplatz 1, 3011 Bern (Salon Bernois)

- Teilnehmer:** Dr. jur. Jürg Simon, Präsident, JS
Peter Strähl, Strähl Käse AG, PS (KH = Käsehersteller)
Hans Rudolf Aggeler, Seiler Käserei AG, HRA (KH)
Martin Rüegsegger, SMP (MP = Milchproduzent)
Frédéric Métrailler, Cremo SA (KH)
Patrik Th. Onken, Cremo SA (KH)
Dominik Stutz, Emmi Schweiz AG (KH)
Andreas Hinterberger, Berg-Käserei Gais (KH)
Marzell Gwerder, Chäsladä Unterägeri GmbH (KH)
Philippe und Aline Dénervaud, Fromagerie Dénervaud (KH)
Louis-Alexandre Yerly, Fromagerie Frisenheit (KH)
Urs Imlig, Imlig Käserei Oberriet AG (KH)
Bernhard Meier, Käserei Hüpfenboden (KH)
Markus Liechti, Käserei Liechti Bergkäserei (KH)
Hans Trachsel, Käserei Oberli Rislen AG (KH)
Marcel Ledergerber, Kronen Käserei AG (KH)
Guillaume Laroyenne, Milco SA (KH)
René Ryser, Molkerei Gstaad (KH)
Arno Kuhn, Wildberg Bergkäserei AG (KH)
- Geschäftsstelle:** Jürg Kriech (Leitung), JK (Geschäftsführer)
Diana Penzkofer, DP (Marketing)
Marleen Gräfe (Protokoll), MG (Assistenz)
- Gäste:** Walter Aeschlimann, Emmi Schweiz AG
Jean-François Biemann, Mifroma-ELSAGroup SA
Gabriela Sigg, Coop Schweiz
Noemi Decurtins, Seiler Käserei AG
Salome Aggeler, Seiler Käserei AG
Stefan Kohler, BO Milch
Valérie Bieri, Emmi Schweiz AG
Joscha Burkhalter, Markenbotschafter im Biathlon
- Presse:** Daniel Salzmann, Schweizer Bauer
Michael Flückiger, Landwirtschaftlicher Informationsdienst LID
- Abwesend:** Appenzeller Milchspezialitäten AG (KH)
Bergkäserei Marbach AG (KH)
Bergkäserei Mühlrüti (KH)
Bergkäserei Oberberg AG (KH)



Brülisauer Käse AG (KH)
Caseificio dimostrativo del Gottardo SA (KH)
Fläcke-Chäsi GmbH (KH)
Fromagerie de Nods SA (KH)
Fromagerie de Villards-Burquin (KH)
Fromagerie Duo-Vallon (KH)
Fromagerie Le Maréchal SA (KH)
Fromagerie Moléson SA (KH)
Käserei Aergera Tentlingen (KH)
Käserei Müller-Thurgau AG (KH)
Käserei Preisig (KH)
Kronen Käserei AG (KH)
Küssnachter Dorfkäserei GmbH (KH)
Laiterie du Mouret (KH)
Laiterie-Fromagerie du Paquier (KH)
Napf-Chäsi AG (KH)
Säntis AG Käserei Linden (KH)
Sennerei Kandersteg (KH)
Walker Bergkäserei AG (KH)
Wyland Chäsi GmbH (KH)

Sachgeschäfte	Termine	zuständig
Der Präsident begrüsst die Anwesenden zur Vereinversammlung. Der vorliegenden Traktandenliste wird zugestimmt. Total anwesende Mitglieder: 17 Davon Käsehersteller und Handel: 16 Vertretung der Milchproduzenten SMP: 1		
Traktandum 6: Einbezug der «Trittbrettfahrer» (Allgemeinverbindlichkeit der Marketingbeiträge) JS erklärt die Sachlage und Hintergründe zum Thema Allgemeinverbindlichkeit. Raclette Suisse setzt sich seit seiner Gründung im Jahr 1994 für das Basismarketing, die gemeinsame Interessenvertretung, die Anhebung der Qualität, den Markenschutz und die Verkaufsförderung im Inland und auf den Exportmärkten ein. Der Vorstand hat an seiner Sitzung vom 7. März 2024 entschieden, der Vereinsversammlung die Eingabe einer Allgemeinverbindlichkeit für Marketingbeiträge zu beantragen.		



Sachgeschäfte	Termine	zuständig
Ein entsprechender Beschluss muss gemäss Bundesvorgaben mit grossem Mehr (2/3-Mehr) angenommen werden. <i>Die Vereinsversammlung beschliesst einstimmig, beim Bund die Allgemeinverbindlichkeit für Marketingbeiträge betreffend die Herstellung von Schweizer Raclettekäse (TSM-Rubrik 254; Schweizer Raclettekäse vollfett) zu beantragen.</i>		

Protokoll: sign. Marleen Gräfe

Raclette Suisse – 05.07.2024 - mg



Entwurf Beilage 7

Geschäftsbericht Raclette Suisse

2024



«Raclette. Da simer üs einig.»



1 | Editorial

INHALTSVERZEICHNIS

2 Die Organisation	Seite 2
3 Die Marktdaten	Seite 3
3.1 Produktion	Seite 3
3.2 Gesamtverbrauch	Seite 3
3.3 Exporte	Seite 4
4 Die Strategie	Seite 5
5 Die Aktivitäten	Seite 6
5.1 Kampagnen	Seite 6
6 Die Werbung	Seite 10
7 Die Mitglieder	Seite 12
8 Die Geschäftsstelle	Seite 14

Liebe Mitglieder, Partner und Freunde des Vereins Raclette Suisse

Mit Freude präsentieren wir Ihnen den Geschäftsbericht für das vergangene Jahr 2024. Ein herzliches Dankeschön sagen wir unseren Mitgliedern, Partnern und Unterstützern, die uns auf diesem Weg begleiten.

2024 haben wir zahlreiche Marketinaktivitäten durchgeführt, die das Bewusstsein für Raclette und seine kulturelle Bedeutung stärken. Von klassischer Werbung über soziale Medien, regionale Feste bis hin zu internationalen Messen haben wir viele Gelegenheiten genutzt, die breite Öffentlichkeit für die Vielfalt und die kulinarischen Möglichkeiten mit Raclette zu begeistern. Diese Massnahmen haben dazu beigetragen, unsere Gemeinschaft zu festigen und neue Mitglieder sowie Partner zu gewinnen, die unsere Mission unterstützen. Durch diese Partnerschaften tragen wir dazu bei, die Herstellung und den Absatz von Schweizer Raclettekäse zu stärken und weiter zu fördern.

Im Vergleich zu 2023 stieg die Produktion von Schweizer Raclettekäse um 3,1 Prozent. Der Export konnte gar um 7,8 Prozent zulegen. Unser geliebtes Nationalgericht Raclette hat damit nicht nur in der Schweiz, sondern auch international an Popularität gewonnen. Dies ist ein sicheres Zeichen für die ausgezeichnete Qualität und den einzigartigen Geschmack unseres Produkts, aber auch für die Leidenschaft und das Engagement, die unsere Mitglieder und Partner in die Förderung und den Schutz der Marke Raclette Suisse® investieren.

Wir freuen uns auf ein weiteres Jahr voller spannender Projekte und gemeinsamer Erlebnisse. Raclette Suisse soll auch in Zukunft ein Symbol für Geselligkeit und Genuss sein! Lassen Sie uns gemeinsam weiterhin die Liebe zu Raclette teilen und die Tradition lebendig halten.

Mit einem herzlichen Gruss



Jürg Kriech

Geschäftsführer Raclette Suisse



Jürg Simon
Präsident



Jürg Kriech
Geschäftsführer



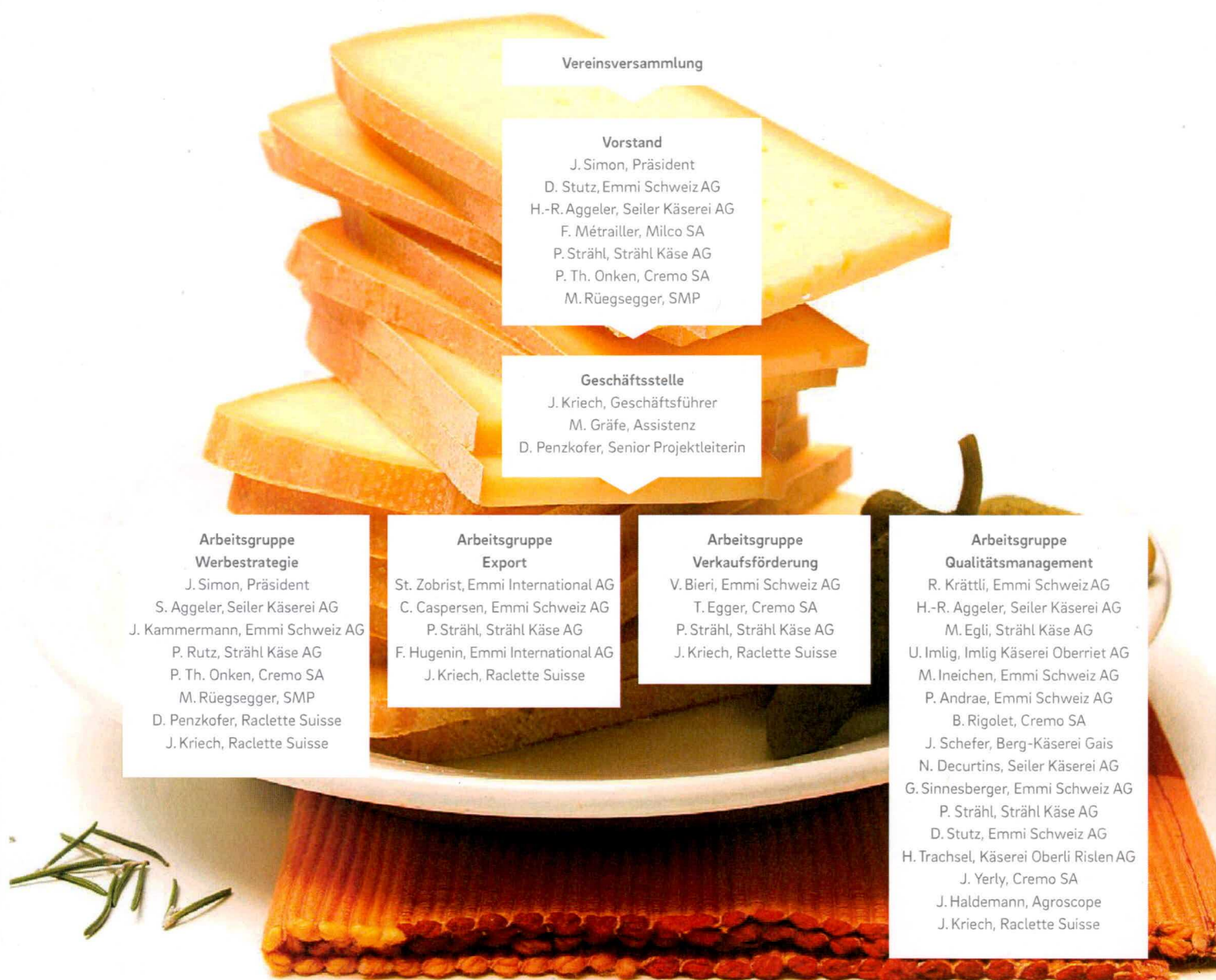
Marleen Gräfe
Assistenz



Diana Penzkofer
Senior Projektleiterin

2 | Die Organisation

Im Berichtsjahr 2024 durfte der Verein Raclette Suisse sein 30-jähriges Bestehen feiern. Er wurde 1994 durch die Hersteller von Schweizer Raclettekäse gegründet, um eine gemeinsame Absatzförderung, einen effektiven Markenschutz und eine konsequente Qualitätssicherung für das Naturprodukt Raclette Suisse® zu gewährleisten. Zum Ende des Jahres 2024 zählt der Verein 42 Mitglieder. Die Geschäftsstelle ist mit 2,5 Personenstellen effizient strukturiert und arbeitet zur Erfüllung ihrer Aufgaben eng mit verschiedenen Arbeitsgruppen sowie externen Dienstleistern zusammen. Der Vorstand setzt sich aus dem Präsidenten, fünf Vertretern der Käsehersteller und einem Vertreter der Schweizer Milchproduzenten zusammen. Er ist verantwortlich für die Festlegung und Überwachung des Mitteleinsatzes sowie die Erreichung der Ziele gemäss der aktuellen Marketingstrategie.



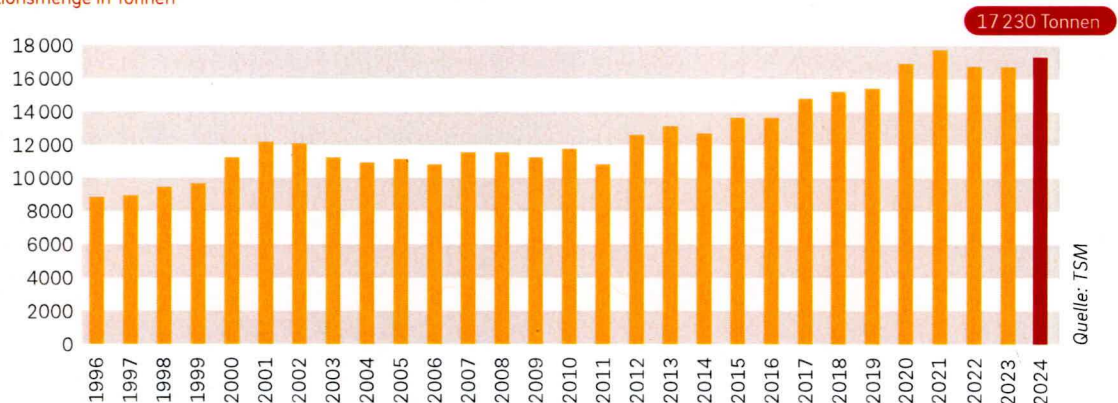
(Stand Dezember 2024)

3 | Die Marktdaten

3.1 | Produktion

Schweizer Raclettekäse

Produktionsmenge in Tonnen

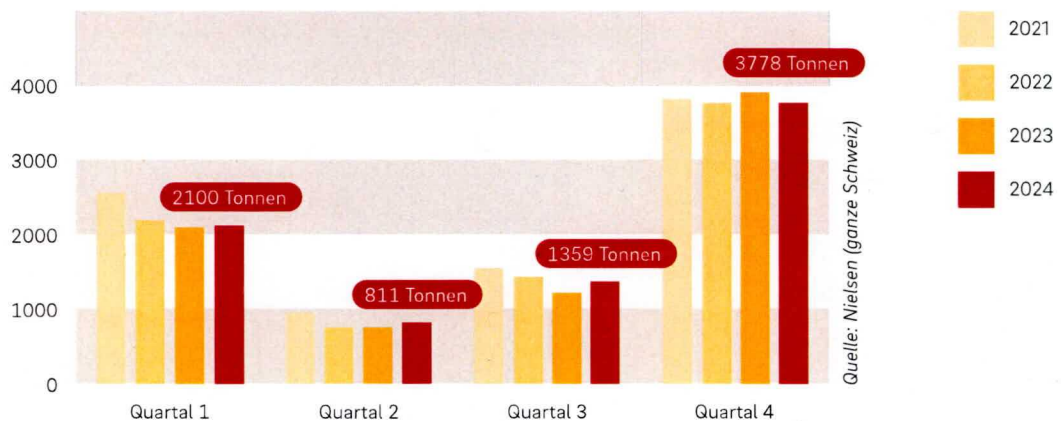


Gegenüber 2023 stieg die Produktionsmenge im Berichtsjahr um 519 Tonnen auf total 17 230 Tonnen (+3,1 Prozent).

3.2 | Gesamtverbrauch

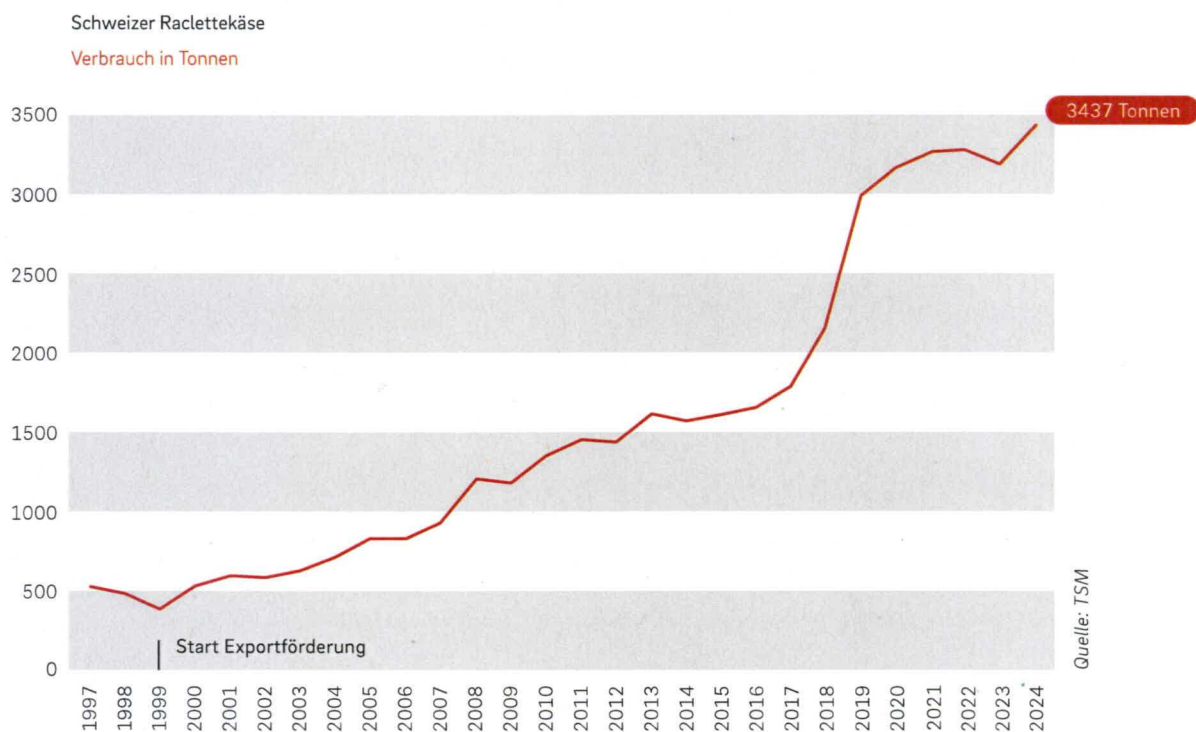
Raclette Privathaushalte

Verbrauch in Tonnen



Gegenüber dem Vorjahr stieg im Jahr 2024 der Konsum in den Schweizer Privathaushalten von 7 980 Tonnen auf 8 048 Tonnen (+68 Tonnen / +0,8 Prozent).

3.3 | Exporte



Im Jahr 2024 wurden 249 Tonnen Raclettekäse mehr exportiert. Dies entspricht einer Zunahme von 7,8 Prozent.



4 | Die Strategie

Ein wichtiges Ziel des Vereins Raclette Suisse ist es, alle Hersteller von Schweizer Raclettekäse zusammenzubringen, um die Position des erfolgreichsten Halbhartkäses der Schweiz weiter zu stärken. Dazu gehören die Sicherstellung und Verbesserung der Qualität, die Förderung des Absatzes sowohl im Inland als auch im Ausland, effektives Basismarketing, die Vertretung der Interessen der Mitglieder sowie der Schutz der Marke Raclette Suisse®. Die Finanzierung dieser Massnahmen erfolgt durch den Mitgliederbeitrag von 2 Rappen pro Kilogramm zu Raclettekäse verarbeiteter Milch. Zusätzlich erhält der Verein teilweise Bundesmittel für Exportmassnahmen, sofern diese gemäss den Richtlinien der Switzerland Cheese Marketing AG umgesetzt werden.

Die Priorität 1 der strategischen Ausrichtung liegt in der Marktbearbeitung des Heimkonsums. Zentrales Ziel ist die Intensivierung der Nachfrage und des Absatzes in der kälteren Jahreszeit. Die Massnahmen richten sich hauptsächlich an die Kernzielgruppe im Alter von 30 bis 45 Jahren. Durch Bewegtbild-Kampagnen, Podcasts, Newsletter, eine umfassende Website und Raclette-Degustationen in grösseren Verkaufsstellen werden die Kunden auf die Vorzüge von Raclettekäse mit der Marke Raclette Suisse® aufmerksam gemacht. Rezeptvorschläge, Zubereitungsideen, Anzeigen, Wettbewerbe und Online-Kampagnen sollen der potenziellen Kundschaft das ganze Jahr über Anreize zum Kauf und Genuss von Raclettekäse bieten. Diese Aktivitäten werden durch Influencer-Marketing, durch den langjährigen Markenbotschafter TRAUFFER, die Radrennfahrerin Steffi Häberlin und den Biathleten Joscha Burkhalter unterstützt, um eine möglichst grosse Reichweite in der Zielgruppe und darüber hinaus zu erzielen.



5 | Die Aktivitäten

Raclette Suisse zieht eine positive Bilanz über ein ereignisreiches Kommunikationsjahr 2024, in dem die strategische Ausrichtung klar definiert wurde. Die Kommunikationsinstrumente wurden gezielt gebündelt und crossmedial eingesetzt. Potenzielle Konsumentinnen und Konsumenten wurden durch Bewegtbild-Kampagnen über TV, Social-Media-Kanäle sowie Online- und Digital-Out-of-Home-Massnahmen erreicht. Darüber hinaus kamen auch Inserate, Degustationen und Promotionen zum Einsatz, um die Zielgruppe effektiv anzusprechen.

5.1 | Kampagnen

TV

Im Berichtsjahr wurden die zur Verfügung stehenden Mittel von Raclette Suisse weiterhin sorgfältig und zielgerichtet eingesetzt. Zu den regulär gebuchten TV-Spots profitierte der Verein von insgesamt drei Füllervellen, die jeweils über den Zeitraum von drei Monaten gezeigt wurden. Hinzu kamen attraktive Konditionen seitens der Mediaagentur und der Vermarkter. Das tatsächliche Werbevolumen entsprach dadurch dem dreifachen des eingesetzten Werbefrankens.

Im Sommer kamen Spots zum Einsatz, die die vielfältigen Möglichkeiten des Raclette-Konsums vor und während der Fussball-EM hervorhoben. Die Kampagne wurde durch eine schweizweite Out-of-Home- und Online-Offensive, einen gross angelegten Wettbewerb, durch den Versand von Newslettern sowie Social-Media-Beiträge ergänzt.



Raclette-Abend im Fussball-Sommer 2024



Kampagnenbild zur Raclette-Team-Challenge 2024 mit Herausforderer TRAUFFER und seinem Team: Michèle Santschi und Dimitri Nils Schlup.

Raclette-Team-Challenge

In den Sommermonaten des Berichtsjahres wurde die beliebte #RacletteGrillChallenge bereits zum fünften Mal durchgeführt. Unser Markenbotschafter TRAUFFER rief gemeinsam mit seiner Crew in unterhaltsamen Videobotschaften Vereine, Gruppen, Kochclubs usw. auf Social Media zum Mitmachen auf. Insgesamt sechs Kandidaten-Teams wurden ausgewählt, um ihre gemeinschaftlichen Fähigkeiten am Grill – unter anderem mit den praktischen Raclette-Grillpfännchen – unter Beweis zu stellen.

Dabei wurden vom 9. Mai bis 27. September 2024 knapp 100 Videobeiträge auf den Kanälen Instagram, Facebook und TikTok ausgespielt. Der Content erreichte über 6,5 Millionen Userinnen und User (+188 Prozent gegenüber dem Vorjahr) und es konnten knapp 8,6 Millionen Impressionen (+23 Prozent gegenüber dem Vorjahr) und über 7,5 Millionen Videoviews (+105 Prozent gegenüber dem Vorjahr) generiert werden.

Die Challenge förderte nicht nur den Abverkauf von Raclettekäse und Shop-Artikeln, sondern stärkte auch das Bewusstsein für die Vielfalt und die Möglichkeiten, die Raclette zu jeder Jahreszeit bietet.

Digitaler Adventskalender

Im Dezember 2024 lancierte der Verein Raclette Suisse gemeinsam mit seinem Partner Chirat erneut einen digitalen Adventskalender. Der Kalender wurde durch verschiedene Newsletter, Publikationen auf Partnerplattformen und eine umfassende Präsenz auf Social-Media-Kanälen beworben. Jedes der 24 Chlausensäckli bot den Teilnehmenden abwechslungsreiche Herausforderungen, darunter Quizfragen zu den Produkten, Rubbellose, Videogames, Pixelbilder, Glücksrad-Gewinnspiele sowie einfache Verlosungen. Zu gewinnen gab es attraktive Preise im Gesamtwert von über CHF 12 000.

Der digitale Adventskalender wurde mehr als 580 000-mal aufgerufen und generierte knapp 190 000 Teilnahmen.



Beim Adventskalender-Glücksrad von Raclette Suisse und Chirat gab es einige Gewinnchancen.



Sponsoring Open-Air-Kino

Die Open-Air-Kino-Saison 2024 kristallisierte sich trotz mittelmässigem Wetter erneut als Publikumsmagnet heraus und zog zahlreiche Filmbegeisterte an. An insgesamt 13 Standorten wurde vom 1. Juli bis zum 17. September ein abwechslungsreiches Programm präsentiert, welches durch das beliebte Raclette-Angebot vor Ort sowie Plakate, TV-Spots und Wettbewerbskarten zum Jubiläums-Gewinnspiel ergänzt wurde.

Insgesamt besuchten 143 000 Personen schweizweit die Veranstaltungen. Während der Saison wurden über 21 500 Portionen Raclette serviert. Dies entspricht einem Verbrauch von umgerechnet 1725 Kilogramm Raclettekäse.

Promotionen am POS



Ganzjahres-Wettbewerb mit dreifacher Auslosung

Im Herbst 2024 führte der Verein Raclette Suisse in Zusammenarbeit mit dem Essiggemüse-Hersteller Chirat eine Promotion am Point of Sale (POS) durch. Die dreitägige Aktivität fand in KW 45 in 35 Coop Megastores statt. Die anschliessende Auswertung zeigte ein signifikantes Umsatzplus von 126 Prozent im Vergleich zu den drei Vorwochen. Zusätzlich wurden in 15 auserwählten Coop-Filialen Freiflächen-Promotionen ohne Beteiligung von Chirat durchgeführt. Ergänzend schaltete Raclette Suisse am 19. November ein ganzseitiges Inserat mit Rabatt-Code in der Coopzeitung, das in allen drei Sprachregionen der Schweiz erschien. Die Auflage betrug 2,5 Millionen Exemplare und generierte eine Reichweite von 3,5 Millionen Kundinnen und Kunden.

In der Migros wurde während rund 150 Tagen erfolgreich Raccard zur Degustation und zum Verkauf angeboten. Die Planung erfolgte direkt mit den einzelnen Migros-Genossenschaften.

Events und weitere Engagements

Zu Beginn des Jahres boten wir Raclette am Gantrisch Loppet an, an dem Langlauf-Begeisterte in den Genuss des geschmolzenen Käses bei eisigen Temperaturen kamen. Auch an der Fachmesse «Cheese Affair» war die Marke mit dem kultigen Raclette-Mobil vertreten. Der Expertenaustausch wurde gepflegt und das Produkt in Szene gesetzt.

In der aktuellen Ausstellung im Nationalen Milchwirtschaftlichen Museum in Kiesen zeigt Raclette Suisse seit April 2024 die umfassende Bandbreite des Raclettekäses und des Vereins Raclette Suisse. Diese Ausstellung findet noch bis Ende 2025 statt. Zudem nahm die Geschäftsstelle an der Swiss Premium Show in Hamburg teil, um Entscheidungsträgern aus der Reise- und Eventbranche die kulinarischen Vorzüge unseres Käses vorzustellen.

Am Migros Hiking Sounds am 1. September war Raclette Suisse mit einem Foodstand präsent, der die Besucher des Festivals, Wanderer und Naturfreunde verköstigte. Auch beim Eiszauber am Europaplatz in Luzern waren wir Teil des Angebots und trugen zur festlichen Atmosphäre bei. Diese Events haben es uns ermöglicht, Raclette Suisse einem breiten und sehr bunten Publikum vorzustellen.



6 | Die Werbung

Aussichten 2025

Der Verein Raclette Suisse hat sich zum Ziel gesetzt, das Produkt für seine Kunden sichtbar und erlebbar zu gestalten, Mehrwerte zu schaffen, neue Zubereitungsmöglichkeiten zu präsentieren und die Kundschaft bei ihrer Kaufentscheidung zu unterstützen. Dazu werden im Jahr 2025 wirkungsvolle Kampagnen umgesetzt, die sich über verschiedene Kanäle erstrecken, darunter TV, Social Media, Online-Plattformen sowie Digital-Out-of-Home- und Print-Medien. Flankierend werden Degustationen, Promotionen, Events und Podcasts Teil der Kommunikationsstrategie sein.

Welle 1

- Ausstrahlung des «Raclette-Winterzauber»-TV-Spots von KW 1 bis KW 9 inkl. Aktionshinweisen von Coop und Migros sowie Einsatz des 32-sekündigen Füllerspots von KW 1 bis ca. KW 13
- DOOH- und Online-Massnahmen flankieren die TV-Kampagne in grossen Malls und Shoppingcentern in der Deutsch- und der Westschweiz von KW 1 bis KW 13.
- Ausstrahlung der letzten Podcast-Folgen «Cheeeese» bis Ende März 2025 bei Radio 1
- Lancierung des Oster-Gewinnspiels sowie Versand des Newsletters
- Veröffentlichung von drei bis vier Postings pro Woche auf den Social-Media-Kanälen von Raclette Suisse (Instagram, Facebook, Pinterest und TikTok)
- Durchführung der Degustationen in einzelnen Migros-Genossenschaften
- Kleinere Sponsorings im Bereich Biathlon sowie der MUM'n'BASS-Partys mit Zielgruppe Frauen und Mütter
- Ganzjähriges Grundrauschen von Google-Anzeigen (SEA)
- Realisation eines Ganzjahres-Wettbewerbs und Publikation auf diversen Partner-Websites und Social-Media-Kanälen
- Lancierung des optimierten Raclette-Ofenmiete-Tools inklusive neuer Bestellmöglichkeiten (unter anderem für Raclettekäse)
- Diverse Beitragsveröffentlichungen durch Influencerinnen und Influencer sowie Content Creators für Raclette Suisse während des gesamten Jahres



Welle 2

- Ausstrahlung des «Jubel»-TV-Spots im Rahmen einer Füllerwelle von Mitte Mai bis Ende Juli vor und während der Frauen-Fussball-EM inkl. Gewinnspiel
- Product Placements in fünf Videoproduktionen von Loisirs.ch/Freizeit.ch
- Planung und Durchführung regionaler Degustationen im Detailhandel
- On-Pack-Promotion bei Coop von Mitte Mai bis Mitte Juni
- Sponsoring von 12 Coop Open Air Cinemas und dem Cine Happening Lyss mit Raclette-Angebot vor Ort und Ausstrahlung des «Raclette-Stübli»-Videos von Anfang Juli bis ca. Mitte September 2025
- Durchführung einer Raclette-Sommer-Challenge ab Mai bis Mitte August 2025
- Mindestens zwei Newsletter-Aussendungen zwischen Mai und August
- Anzeigen- und Videokampagnen auf Social-Media-Kanälen sowie bei Google und in Partnernetzwerken zur Verlängerung von Mediakampagnen und zur Erhöhung der Werbeerinnerung
- Rollende Einführung des aufgefrischten Raclette-Logos sowie des neuen Claims

Welle 3

- Schaltung des Raclette-Spots «Jubel» voraussichtlich ab KW 38 bis KW 44 sowie zusätzliche Ausstrahlung des «Winterzauber»-Spots bis Ende Jahr im Rahmen einer Füllerwelle
- Durchführung einer gemeinsamen Promotion mit Chirat in Coop Megastores in KW 45 sowie von weiteren nationalen und regionalen Degustationen im Detailhandel
- Publikation des digitalen Adventskalenders
- Newsletter-Aussendungen mit Herbstwettbewerb und digitalem Adventskalender



7 | Die Mitglieder

Stand 31.12.2024

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 091 869 11 80
Fax 091 869 17 30
info@cdga.ch
www.caseificiodelgottardo.ch

Fromagerie de Vuadens

Route Principale 163
1628 Vuadens
Telefon 026 912 40 08
contact@fromagerievuadens.ch
www.fromagerievuadens.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

Chäsladä Unterägeri GmbH

Oberdorfstr. 4
6314 Unterägeri
Telefon 041 750 96 70
gwerder@chäsladä.ch
www.chaesdae.ch

Fromagerie Duo – Vallon

Quartier du Vent 42
2127 Les Bayards
Telefon 032 866 10 87
adrien.pagnier@bluewin.ch
www.fromagerieduovallon.ch

Bergkäserei Marbach AG

Dorfstrasse 16
6196 Marbach
Telefon 034 493 31 44
info@kaeserei-marbach.ch
www.kaeserei-marbach.ch

Cremo SA

Case postale 167
1701 Fribourg
Telefon 026 407 21 11
Fax 026 407 21 25
info@cremo.ch
www.cremo.ch

Fromagerie/Käserei Friseneit

Friseneit 157
3185 Schmitten FR
Telefon 026 496 00 33
louis-a.yerly@bluewin.ch
www.friseneit.ch

Bergkäserei Mührlüti

Dorf 2
9613 Mührlüti
Telefon 071 983 36 77
kuenzle.kaese@bluewin.ch
www.bergkaeserei-muehlrueti.ch

Emmi Schweiz AG

Landenbergstrasse 1
6005 Luzern
Telefon 058 227 27 27
info@emmi.com
www.emmi.com

Fromagerie Le Maréchal SA

Z.i. Les Louveresses 8
1523 Granges-Marnand
Telefon 026 668 12 88
commande@le-marechal.ch
www.le-marechal.ch

Bergkäserei Oberberg AG

Oberberg 1
6170 Schüpfheim
Telefon 041 484 19 08
info@oberbergkaeserei.ch
www.oberbergkaeserei.ch

Fläcke-Chäsi GmbH

Aargauerstrasse 4
6215 Beromünster
Telefon 041 930 30 21
mail@flaecke-chaesi.ch
www.flaecke-chaesi.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

Blanc Meyrat SA

Route de Romairon 2
1423 Villars-Burquin
Telefon 024 436 24 84
fromvillarsburquin@gmail.com
www.fromageriedevillarsburquin.ch

Fromagerie Dénervaud

Route de Fuyens 14
1690 Villaz-St-Pierre
Telefon 026 653 11 41
philippe.d@fromageriedenervaud.ch
www.fromageriedenervaud.ch

Fromagerie Moléson SA

Route de Villarsel 30
1694 Orsonnens
Telefon 026 653 91 91
michel.grossrieder@moleson-sa.ch
www.moleson-sa.ch

Brülisauer Käse AG

Unterdorf 6
5444 Künten
Telefon 056 496 33 61
info@chaesi-kuenten.ch
www.chaesi-kuenten.ch

Fromagerie de Nods SA

Route de Lignièrès 5
2518 Nods
Telefon 032 751 22 73
info@fromagerie-de-nods.ch
www.fromagerie-de-nods.ch

Fromages Spielhofer SA

Rue de l'Envers 16
2610 St-Imier
Telefon 032 940 17 44
info@spielhofer-sa.ch
www.fromagesspielhofer.ch

Imlig Käserei Oberriet AG

Staatsstrasse 163
9463 Oberriet
Telefon 071 761 11 10
Fax 071 761 10 14
info@imlig.ch
www.imlig.com

Kronen Käserei AG

Scanastrasse 12
FL-9494 Schaan
Telefon +423 237 04 04
info@kaese.li
www.kaese.li

Säntis AG Käserei Linden

Linden 4
9300 Wittenbach
Telefon 071 298 34 43
Fax 071 298 17 11
info@saentis.ch
www.saentis.ch

Käserei Aergera Tentlingen

Käsestrasse 3
1734 Tentlingen
Telefon 026 418 19 54
kaeserei-aergera@sensemail.ch
www.kaeserei-tentlingen.ch

Küssnachter Dorfkäserei GmbH

Greppenstrasse 57
6430 Küssnacht
Telefon 041 850 44 44
mail@kuessnachter.ch
www.kuessnachter.ch

Seiler Käserei AG

Industriestrasse 5
6074 Giswil
Telefon 041 660 80 40
kontakt@seilerkaese.ch
www.seilerkaese.ch

Käserei Hüpfenboden

Hüpfenboden
3555 Trubschachen
Telefon 034 402 13 12
Fax 034 495 66 80
info@huepfenboden.ch
www.huepfenboden.ch

Laiterie du Mouret SA

Route de la Gruyère 6
1724 Ferpicloz
Telefon 026 413 11 07
laiteriedumouret@bluewin.ch
www.laiterie-du-mouret.ch

Sennerei Kandersteg AG

Bahnhofstrasse 5
3718 Kandersteg
Telefon 033 675 12 59
info@sennereikandersteg.ch
www.sennereikandersteg.ch

Käserei Liechti

Bergkäserei
Waldestrasse 3
8726 Ricken
Telefon 055 284 51 11
email@liechti-kaese.ch
www.liechti-kaese.ch

Laiterie-Fromagerie du Pâquier

Place du Centre 6
1661 Le Pâquier-Montbarry
Telefon 026 912 26 64
info@fromagerie-delagruyere.ch
www.fromagerie-delagruyere.ch

Strähl Käse AG

Bahnhofstrasse 1
8573 Siegershausen
Telefon 071 678 11 11
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 de Bulle 41
1696 Vuisternens-en-Ogoz
Telefon 026 915 90 12
info@milco.ch
www.milco.ch

Walker Bergkäserei AG

Furkastrasse 164
3982 Bitsch
Telefon 027 927 40 30
info@walker.swiss
www.walker.swiss

**Käserei Oberli Rislen AG /
Bodensee Käse AG**

Rislen
9512 Rossrüti-Wil
Telefon 071 911 14 22
info@bodensee-kaese.ch
www.bodensee-kaese.ch

Molkerei Gstaad

Lauenenstrasse 24
3780 Gstaad
Telefon 033 744 11 15
info@molkerei-gstaad.ch
www.molkerei-gstaad.ch

Wyland Chäsi GmbH

Rebbergstrasse 6
8444 Henggart
Telefon 052 316 15 55
Fax 052 316 15 16
info@wylandchaesi.ch
www.wylandchaesi.ch

Käserei Preisig

Höchststockstrasse 7
8499 Sternenberg
Telefon 052 386 12 76
Fax 052 386 22 42
kaeserei@kaeserei-preisig.ch
www.kaeserei-preisig.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.wildbergkaese.ch

8 | Die Geschäftsstelle

Raclette Suisse

Laubeggstrasse 68
Postfach
3006 Bern
info@raclette-suisse.ch
www.raclette-suisse.ch

Jürg Kriech

Geschäftsführer
Telefon 031 359 53 25

Marleen Gräfe

Assistenz
Telefon 031 359 53 26

Diana Penzkofer

Senior Projektleiterin
Telefon 031 359 57 18

Onlineshop

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

Ofenmiete

www.raclettemiete.ch
Hotline 031 359 57 85



www.raclette-suisse.ch



Zession	Ident			Jahrestotal 2024			
				Milchmenge	Ansatz CHF 0.02	8,1% MWST	Total inkl. MWST
		254 - Schweizer Raclettekäse vollfett					
12.06.2017	185	Appenzeller Milchspezialitäten AG	Schönengrund				
19.07.2021	69710	Berg-Käserei Gais AG	Gais				
06.04.2022	59230	Bergkäserei Marbach AG	Marbach				
05.12.2018	69310	Bergkäserei Mühlrüti	Mühlrüti				
20.09.2017	25230	Bergkäserei Oberberg AG	Schüpfheim				
02.02.2021	66620	Brülisauer Käse AG	Künten				
27.03.2019	1383	Caseificio Dimostrativo del Gottardo SA	Airolo				
09.06.2022	55770	Chäsladä Unterägeri GmbH	Unterägeri				
	36500	Crema SA (Fribourg)	Fribourg				
	12042	Crema SA (Lucens)	Fribourg inaktiv seit 31.12.2023				
	57450	Crema SA (Sierre)	Fribourg				
01.04.2023	53860	Dénervaud Philippe	Villaz-St-Pierre				
28.01.2016	1990	Emmi Käse AG (Kaltbach)	Ostermundigen				
28.01.2016	31870	Emmi Käse AG (Landquart)	Ostermundigen				
28.01.2016	52060	Emmi Käse AG (Betrieb Regio Molkerei bei)	Ostermundigen				
30.04.2018	40400	Fläcke Chäsi GmbH	Beromünster				
08.07.2019	1166	Fromagerie de Nods SA	Nods				
10.02.2023	56710	Fromagerie Duo Vallon	Les Bayards				
15.02.2019	3662	Fromagerie Moléson SA	Orsonnens				
05.10.2016	547	Fromages Spielhofer SA	St. Imier				
05.01.2017	4654	Germain Didier (Les Martels)	Les Ponts-de-Martel				
06.04.2010	46970	Imlig Käserei Oberriet AG	Oberriet				
08.05.2019	61810	Käserei Aergera Tentlingen	Tentlingen				
05.11.2021	69930	Käserei Müller Thurgau AG	Hagenwil b. Amriswil				
18.07.2014	56650	Käserei Oberli Rislen AG	Rosstrüti				
01.09.2023	72930	Laiterie du Mouret SA	Ferpicloz				
16.08.2022	71180	Kronen Käserei AG	Schaan FL				
25.08.2005	37800	Küssnachter Dorfkäserei GmbH	Küssnacht am Rigi				
27.06.2018	1999	LE MARECHAL SA	Granges-Marnand				
23.05.2022	1975	Liechti Markus	Ricken				
27.04.2012	25220	Meier Bernhard	Trubschachen				
20.12.2012	4655	Milco SA	Sorens				
27.05.2022	4714	Molkerei Gstaad	Gstaad				
06.01.2020	545	Napf-Chäsi AG	Luthern				
01.09.2011	41490	Preisig Urs	Sternenberg				
10.09.2019	11912	Privet Jean-Daniel	Le Pâquier-Montbarry				
30.09.2019	31940	Säntis AG	Wittenbach				
29.07.2019	731	Seiler Käserei AG	Giswil				
07.03.2020	66510	Sennerei Kandersteg	Kandersteg bis 31.07.2024				
15.09.2024	74930	Sennerei Kandersteg AG	Kandersteg ab 01.08.2024				
11.11.2019	2249	Sommer F. & A. GmbH	Henggart bis 30.04.2024				
28.05.2024	74710	Wyland Chäsi GmbH	Henggart ab 01.05.2024				
21.07.2000	1962	Strähl Käse AG	Siegershausen				
08.04.2019	4483	Walker Bergkäserei AG	Bitsch				
27.12.2023	66460	Blanc Meyrat SA	Villars-Burquin ab 01.01.2024				
03.02.2021	68100	Wildberg Käse AG	Wildberg				
01.06.2018	42990	Yerly Louis-Alexandre (Friesenheid)	Schmitten				
17.07.2024	73660	Fromagerie de Vuadens, Cédric Descloux	Vuadens ab 01.09.2024				
		Gesamttotal:		139'368'608	2'787'372.10	225'777.10	3'013'149.20