

Jahresbericht 2023





Sibylle Marti
Präsidentin Sortenorganisation
Tilsiter Switzerland

Vorwort der Präsidentin

Wir stehen heute mit Tilsiter an einem anderen Ort.

Mit Dankbarkeit und Stolz blicke ich auf meine Amtszeit als Präsidentin von Tilsiter Switzerland zurück. In dieser Zeit durfte ich als klaren Schwerpunkt gemeinsam mit unserer Tilsiterkommission eine neue Strategie in die Wege leiten. Gestaltung, Ausarbeitung und Umsetzung der zwölf Initiativen bildeten eine tolle und spannende Herausforderung. Wir stehen heute mit Tilsiter Switzerland an einem anderen Ort.

Wir haben innovative Produkte entwickelt, unser Netzwerk ausgebaut, das Marketing neugestaltet – und sind dadurch auf vielen Ebenen einen grossen Schritt weitergekommen. Wir sind bestrebt, unseren Konsumentinnen und Konsumenten stets höchste Qualität zu bieten, was sich in ihrem Vertrauen und ihrer Treue zu uns widerspiegelt. Das wäre ohne den verlässlichen, hoch qualifizierten Einsatz unserer Milch- und Käseproduzenten sowie dem Handel nicht möglich. Dafür möchte ich jedem Einzelnen von euch meinen aufrichtigen Dank aussprechen.

Auch wenn in der Schweiz mittlerweile mehr Käse importiert als exportiert wird – eine traurige Bilanz, der wir mit allen Kräften entgegenhalten müssen – ist die Käsenation Schweiz nach wie vor ein Qualitätslabel erster Klasse mit Ausstrahlung in die ganze Welt hinaus. Diese Besonderheit gilt es zu wahren und zu nutzen, insbesondere auch für die SOT.

Als ich vor vier Jahren dieses Amt übernehmen durfte, war es mein Ziel, den Tilsiter auf eine Reise des Wandels, Wachstums und der Innovation zu führen. Heute, beim Blick auf eine Zwischenbilanz unserer Strategie, bin ich stolz darauf, sagen zu können, dass wir einige Fortschritte gemacht haben. Durch unsere strategischen Entscheidungen und die harte Arbeit dahinter haben wir unsere Position in der Branche gestärkt und im 2023 erstmals seit vielen Jahren positiv abgeschlossen. Vielen Dank für das Engagement, auch an unseren Geschäftsführer Urs Hänni und das ganze Team.

Nun gebe ich das Zepter weiter. Bleiben wird meine Verbundenheit zu unseren Gesellschaftern und der ganzen Branche. Es war mir eine Ehre und eine grosse Freude, das Amt als Präsidentin zu bekleiden. Ich verlasse die Sortenorganisation mit dem Wissen, stets mein Bestes gegeben zu haben.

Ich wünsche meiner Nachfolge sowie der Kommission und der Geschäftsstelle weiterhin viel Erfolg, Innovation und Wachstum. Und vor allem Freude und Enthusiasmus, den Tilsiter wieder dahin zu bringen, wo er hingehört.

Mit herzlichem Gruss
Eure Präsidentin

130 Jahre Tilsiter Jahresrückblick und Aussicht

**Urs Hänni, Geschäftsführer
der Sortenorganisation Tilsiter (SOT)**



Urs Hänni
Geschäftsführer der SOT

130 Jahre Jubiläum: Ein Meilenstein für Tilsiter

Im vergangenen Jahr feierte die Marke Tilsiter sein 130-jähriges Jubiläum. Die Vermarktung dieses besonderen Ereignisses durfte ich bereits im zweiten Jahr meiner Tätigkeit aufgleisen. Mit der Einführung der neuen Produktlinie «1893» im neuen Design konnten wir der Tilsiter-Linie einen Aufschwung verleihen und erlangten neue Listungen im Schweizer Detailhandel. Dies unterstreicht, dass die Marke Tilsiter mit einer gelungenen Kombination aus Tradition und Innovation wieder in den Fokus gerückt ist.

Zukunftsweisendes Marketing

Im Jahr 2023 konnten wir neben dem Jubiläum weitere Marketingmassnahmen angehen, welche die Marke Tilsiter gestärkt haben. Der erste «Tag des Tilsiters» wurde ins Leben gerufen und hat bei den Besuchern einen sehr positiven Eindruck hinterlassen. Die Kampagne mit den Weisheiten erlangte nationale Präsenz und erfuhr eine kontinuierliche Weiterentwicklung. Die Interaktion und Teilnahme der Bevölkerung war ausserordentlich hoch und so wurden regionale und nationale Themen mit humorvollen Sprüchen in der Kampagne aufgenommen.

Produktneuheiten und Aufschwung

Nach Jahren der rückläufigen Entwicklung erlebte Tilsiter eine positive Wende. Dazu beigetragen haben Produkt-Innovationen wie zum Beispiel unser klimaneutral produzierter Tilsiter-Käse. Mit der Weltneuheit «Hummus mit Käse» und unserem frisch-fixfertigen Fondue konnte sich Tilsiter breiter positionieren und eine neue Kundengruppe ansprechen. Diese Produktneuheiten sowie die Marketingaktivitäten trugen massgeblich dazu bei, der Marke Tilsiter national wie international einen Aufschwung zu ermöglichen.

Ausblick 2024: Tilsiter erlebbar machen

Auch im Jahr 2024 streben wir weiterhin danach, die Präsenz von Tilsiter zu steigern. Der erfolgreiche Anlass «Tag des Tilsiters» wird dieses Jahr im Festival-Ambiente gestaltet. Nach dem Erfolg des vergangenen Jahres werden wir das Programm mit mehr Musik, familienfreundlichen Aktivitäten und kulinarischen Genüssen ausbauen.

Darüber hinaus werden wir gezielte Kooperationen im Sport- und Freizeitbereich eingehen, mit Präsenz und Verkostungen unseres Käses und unseren Tilsiter-Maskottchen. Ganz nach dem Credo: Tilsiter erlebbar machen.

Unsere laufenden Marketingmassnahmen werden durch die nationale Ausweitung von Degustationen sowie Messen verstärkt. Die schweizweite Plakatkampagne bildet auch in diesem Jahr die Basis der Kommunikation. Diese wird mit weiteren Druckprodukten ergänzt, welche unter anderem an den Aktivitäten rund um den POS verteilt werden. Das komplette Marketing der SOT richtet nach wie vor auf die Kundenbedürfnisse aus und bleibt lebendig und abwechslungsreich.

Unsere Weisheiten

Tilsiter Switzerland lanciert zum Jahresanfang eine neue Kampagne mit zahlreichen Sujets.

Zum Start des neuen Jahres haben wir die Tilsiter-Kampagne neu aufgelegt: Wir wurden frecher, lauter und aktueller mit unseren Tilsiter-Weisheiten. Sie basierten auf aktuellen Ereignissen und Themen sowie standortbezogenen Sujets und wurden teilweise mit einem Augenzwinkern zu Versen gereimt. Über das ganze Jahr hinweg waren rund 3000 Plakate an Bahnhöfen sowie vor und um Einkaufszentren in der Deutschschweiz zu sehen. Die Plakate haben teils Diskussionen und Rückmeldungen ausgelöst, was uns gezeigt hat, wie

gut diese Kampagne bei der Bevölkerung ankommt. Doch insgesamt wurde die Kampagne sehr positiv aufgenommen. Es wurde fleissig gereimt und diskutiert – sei es auf unseren Social-Media-Kanälen oder auf unserer Webseite. Auch in diesem Jahr werden wir die Kampagne mit neuen Sprüchen weiterentwickeln und sie in den gleichen Medien präsentieren. Seien Sie gespannt auf weitere witzige und freche Tilsiter-Weisheiten, die zum Lachen und Nachdenken anregen.

«Selbst in Zeiten hart und wild, bleibt der Tilsiter zart und mild.»

«In der Stadt sind alle trendy, kaufen Tilsiter nur übers Handy.»

«Geht dir Importkäse auf den Wecker, schmeckt der Tilsiter besonders lecker.»

«Sorry, Facebook, Instagram und Twitter für wahre Freunde postet man Tilsiter.»

Der freche Eidgenuss. Seit 1893.

Tilsiter
SWITZERLAND 



Plakatkampagne von der Kreativ-Agentur Ruf Lanz.



| Neuheiten

Neue Linie weckt Interesse

Im vergangenen Jahr haben wir anlässlich unseres Jubiläums unsere Sorten neu eingekleidet. Die Etiketten in der Linie 1893 in Beige (Gelb) und Schwarz schmücken nun unsere Käsesorten und bringen dabei unsere traditionsreichen Werte auf moderne Weise zum Ausdruck.

Sortimentserweiterung

Der Tilsiter extra mit der schwarzen Etikette ist unsere kräftige Sorte, welche eine Reifezeit von fünf bis sechs Monate aufweist. Das vergrößerte Sortiment bietet unseren Kunden noch mehr Geschmackserlebnisse. Der Tilsiter extra ist bei den Schweizer Detailhändlern Coop und Lidl im Selbstbedienungs-Regal zu finden.

Frisch-fixfertig Fondue

Eine weitere Neuheit konnten wir im Oktober an der Olma lancieren. Unser frisches und fixfertiges Fondue auf Basis von Tilsiter extra ist in wenigen Minuten zubereitet und genussbereit. Mit einer Plakatkampagne rund um die Verkaufsfilialen sowie Online-Werbung wurde die Einführung unterstützt und der Verkauf erfolgreich gestartet.



Der frische, fixfertige Fonduegenuss von Tilsiter.

| Herbstmessen

Im Jahr 2023 setzten wir unser Ziel fort, die Marke Tilsiter erlebbar zu machen. Eine bedeutende Massnahme in diesem Zusammenhang war unsere Teilnahme an drei Messen. Erstmals präsentierten wir uns an der WEGA in Weinfelden und der Fachmesse Anuga in Köln. Bereits zum 31. Mal waren wir auch an der OLMA in St. Gallen vertreten, wo wir unsere geladenen Gäste wiederum mit einem Apéro am Tilsiter-Stand begrüsseten.

Renner an der OLMA

Unsere Sorte «Tilsiter extra» stiess auf grossen Anklang bei den Besucherinnen und Besuchern. Rund eine halbe Tonne wurde alleine von dieser Sorte an der OLMA verkauft. Aber auch unser neues Frischfondue war ein grosser Hit und wurde vom sehr beliebten «Chüeli Molä» für die Kinder abgerundet.

Erfolgreicher Start an der WEGA in Weinfelden

Unsere erste Teilnahme an der WEGA in Weinfelden war ein voller Erfolg. Die Besucherinnen und Besucher kamen trotz des warmen Herbstwetters in Scharen zu uns an den Stand in die Halle 12. Das Frischfondue sowie die Degustation von unseren allseits beliebten Käsesorten hat auch in Weinfelden grossen Anklang gefunden.



Spiel und Spass am Tilsiter-Stand

Neben der Degustation und dem Verkauf von Käse konnten die Besucher neu auch die Tilsiter-Fanartikel am Messestand erwerben. Diese sind das ganze Jahr über auf unserem Onlineshop erhältlich. Beliebte Artikel wie die legendären Schwimm-Kühe, Caps, Shirts und Sonnenbrillen sind bei Jung und Alt sehr gefragt.

| Kein Käse feiert schöner!

Am Sonntag, 4. Juni 2023 haben Gross und Klein erstmals den «Tag des Tilsiters» gefeiert. Über 2500 Besucherinnen und Besucher haben den den Bächlihof anlässlich des 130-jährigen Jubiläums besucht.

Sowohl kleine als auch grosse Gäste genossen die Feierlichkeiten, welche mit einem grossen Brunchbuffet für die Tilsiter-Familie abgerundet wurde. Viele Attraktionen wie Kamelreiten, «Chüeli mole», Schaukäsen und der Besuch des Photobus waren Highlights, welche den Tag zu einem vollen Erfolg gemacht haben.

Weil der erste «Tag des Tilsiters» so grossen Anklang gefunden hat, wird dieser Anlass auch dieses Jahr stattfinden. Am Samstag, 1. Juni 2024, laden wir Sie ein, den zweiten «Tag des Tilsiters» auf dem Erlebnisbauernhof Bächlihof mit uns zu feiern.

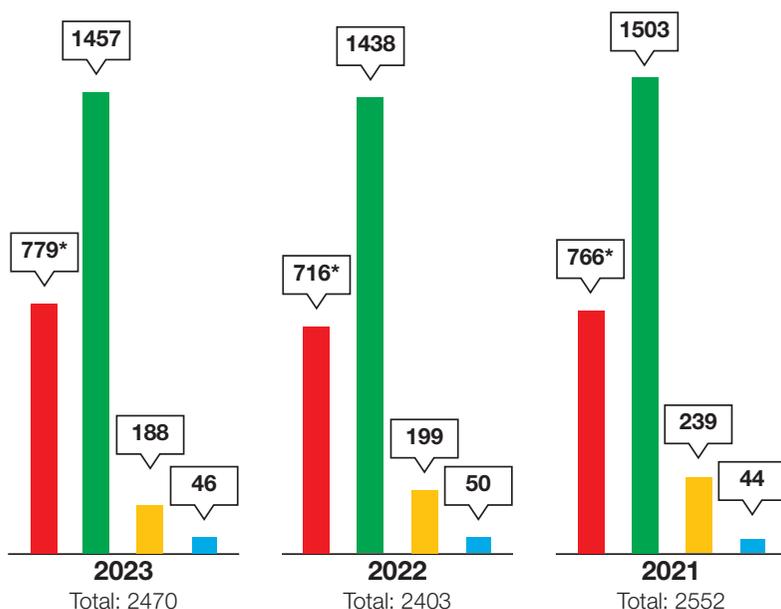
Die Gäste dürfen sich ein weiteres Mal auf die beliebten Tilsiter-Sorten freuen – von mild bis würzig und von cremig bis rezent. Der preisgekrönte Bäcker und Brot-sommelier Marcel Paa präsentiert dazu seine aktuellsten Rezepte mit der Geheimzutat Tilsiter-Käse.

Für musikalische Unterhaltung sorgen vier Schweizer Bands: Das Electronic Duo Paraphon, das Klaus Egger Trio, die Band Kaufmann und Fine Taste. Den Auftakt macht das Alphorn-Trio «Mir wei luege». Diese Vielfalt verspricht beste Unterhaltung für jeden Geschmack.

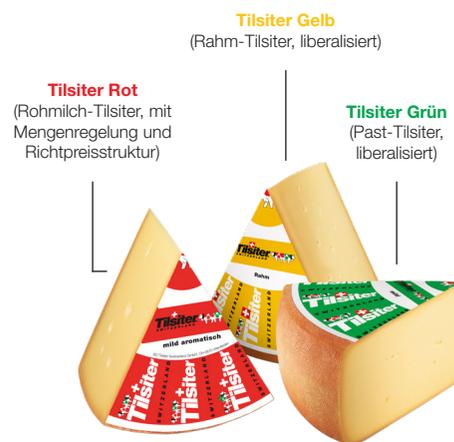
Auch für Action ist gesorgt! – mit Highlights wie Bullenreiten und Hau den Lukas. Kinder können sich von Schminkekünstlern verwandeln lassen und mit dem Tilsiter Maskottchen Selfies machen.



Produktionsmengen (in Tonnen) Tilsiter Switzerland



*Produktionsmengen inklusive Tilsiter Extra (Schwarz)



Produkte Tilsiter Switzerland GmbH

Sortenorganisation Tilsiter Switzerland GmbH

Die Sortenorganisation Tilsiter Switzerland GmbH ist eine Organisation zur Förderung der Qualität und des Absatzes sowie zur Anpassung der Produktion und des Angebotes gemäss Landwirtschaftsgesetz Art. 8 Abs. 1.

Sie setzt sich zusammen aus Vertretern der Gruppierungen Milchproduzenten, Käsereien und des Käsehandels, welche je einen Drittel des Gesellschafterkapitals und damit der Stimmrechte innehaben. Das gemeinsame Ziel ist die Produktion und die Vermarktung von Schweizer Tilsiter.

Die Beschlussfassung der Gesellschaft erfolgt durch die Gesellschafterversammlung als oberstes Organ, soweit sie nicht Entscheidungsbefugnisse an die Tilsiter-Kommission abtritt. Die Tilsiter-Kommission entscheidet gemäss Befugnissen und stellt Anträge an die Gesellschafterversammlung. Sie setzt sich paritätisch zusammen aus je drei Vertretern der drei Gruppierungen und wird präsidiert durch die Präsidentin, welche auch die Gesellschafterversammlung präsidiert. Die Tilsiter-Geschäftsstelle ist ausführendes Organ und kann Anträge an die Tilsiter-Kommission stellen.

Rechtlich ist die Sortenorganisation (SOT) eine nicht gewinnorientierte Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) gemäss Obligationenrecht. Sie finanziert sich aus Eigenmitteln, welche über einen Zuschlag zu den einzelnen Tilsiter-Käsetypen Rot und Schwarz (Rohmilch-Tilsiter), Grün (Past-Tilsiter), Gelb (Rahm-Tilsiter) und Blau (Viertelfett-Tilsiter) erhoben werden. Die Exporte im Bereich Rohmilch-Tilsiter werden zusätzlich unterstützt durch Bundesmittel im Rahmen der entsprechenden Absatzförderungsprogramme.

Tilsiter und Tilsiter Switzerland sind auf die Gesellschaft eingetragene Marken in der Schweiz, in der EU sowie in wichtigen Exportländern ausserhalb der EU. Zu den eingetragenen Marken zählen auch die Wort-Bild-Marke Tilsiter Switzerland mit der rotgrünen Doppelkuh sowie die zusätzliche Marke SWIZZROCKER für die Vermarktung der Produkte im Export.

**Kein Käse
feiert
schöner**

**Bier & Käse Tasting
Livemusik
Kinderprogramm**

**Bächlihof
Jona, SG
10-18 Uhr**

**Eintritt
Gratis
tilsiter.ch**



Tag des Tilsiters

1. Juni



tilsiter.ch/tag-des-tilsiters



© April 2024

SO Tilsiter Switzerland GmbH
Weinfelderstrasse 6, 8560 Märstetten
tilsiter@tilsiter.ch
www.tilsiter.ch

