

JAHRESBERICHT TILSITER SWITZERLAND

20
25

 **Tilsiter** 



| Vorwort des Präsidenten



Otmar Hofer

Präsident Sortenorganisation Tilsiter Switzerland

Das Jahr 2025 war geprägt von Weiterentwicklung und wichtigen Weichenstellungen für die Zukunft. Gemeinsam mit den Mitgliedern der Tilsiter-Kommission sowie externen Spezialisten haben wir die Arbeiten zur Neupositionierung unseres Produktes konsequent vorangetrieben. Die Weiterentwicklung der Kommunikationskampagne bildet dabei einen zentralen Bestandteil. Mit dem neuen Auftritt „Tilsiter – der Vielsiter“ werden wir 2026 neue Impulse setzen. Gleichzeitig arbeiten wir daran, die Grundlagen für einen klareren und attraktiveren Auftritt am Regal zu schaffen.

Auch organisatorisch haben wir uns gezielt weiterentwickelt. Die Geschäftsstelle wurde auf die kommenden Herausforderungen ausgerichtet. Es freut mich besonders, dass wir der Gesellschafterversammlung Claudia Moya als neue Direktorin der Sortenorganisation zur Wahl vorschlagen können.

Im Markt haben wir bewusst Schwerpunkte gesetzt. Die Investitionen in den Export wurden reduziert, während wir uns künftig verstärkt auf die Westschweiz konzentrieren.

Das Jahr brachte auch Veränderungen mit sich. Die Stiftung Schloss Herdern hat entschieden, die Käseherstellung aufzugeben. Umso erfreulicher ist es, dass die Gründerkäserei Holzhof in die sechste Generation übergeben werden konnte. Mit Otto und Florian Wartmann bleibt ein Stück gelebte Tradition erhalten.

Der Tag des Tilsiters fand 2025 bereits zum dritten Mal statt und stiess erneut auf grosse Begeisterung. Auch die Tilsiter-Aktie zeigt, wie stark die Verbundenheit vieler Menschen mit unserer Marke ist.

Mit Zuversicht blicke ich auf das kommende Jahr. Mein herzlicher Dank gilt allen, die sich täglich für den Tilsiter einsetzen.

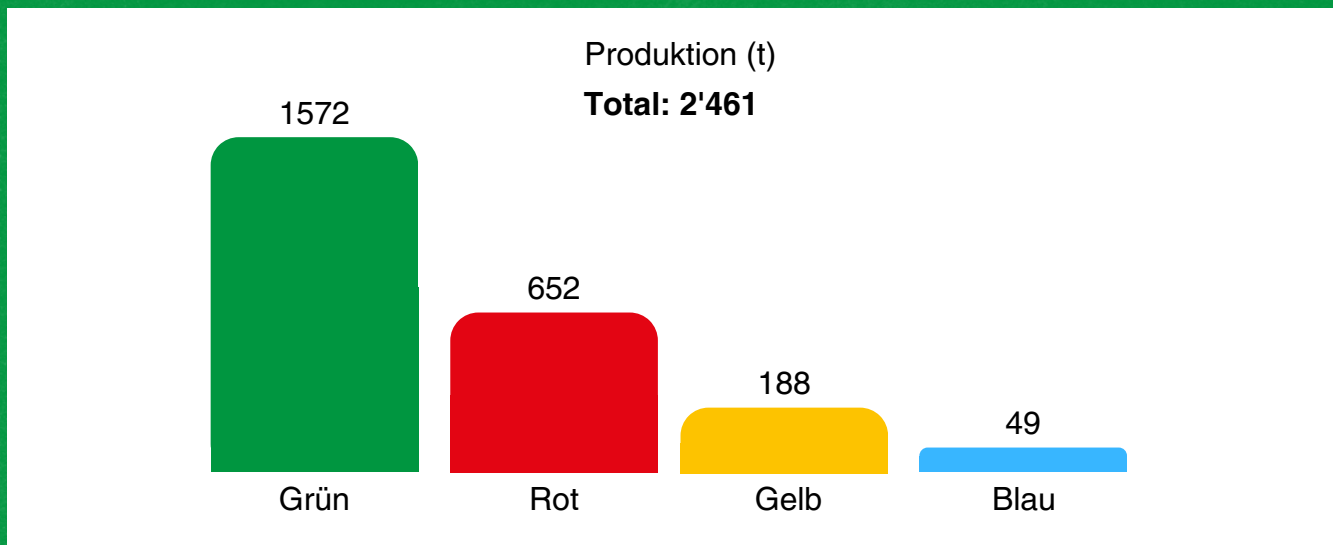
Tilsiter bleibt eine starke Gemeinschaft mit klarer Ausrichtung auf die Zukunft.

Mit herzlichem Gruss

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Otmar Hofer'.

Otmar Hofer

Zahlen & Qualität



Produktion

Der Handel agierte 2025 spürbar zurückhaltender in der Bestellpolitik – eine direkte Folge des Vorjahres, in dem hohe Budgets zu einem Überlager geführt hatten, das nur mit erheblichem Aufwand abgebaut werden musste. Gleichzeitig entwickelte sich auch der Exportmarkt anspruchsvoll.

Vor diesem Hintergrund wurde die Produktion bewusst an die Marktsituation angepasst. Die Mengenentwicklung erfolgte mit Augenmass und Verantwortung gegenüber Markt, Partnern und Produzenten.

Absatz

Das Jahr 2025 war von einem herausfordernden Marktumfeld im Inland wie auch im Export geprägt. Während sich die Gesamtnachfrage zurückhaltend entwickelte, konnten die Retail-Absätze, insbesondere bei den beiden grossen Schweizer Detailhändlern, leicht zulegen.

Konstante Qualität

Die Qualitätsauswertung 2025 bestätigt ein weiterhin hohes Qualitätsniveau. In der Spitzengruppe der Taxationsergebnisse (20 bis 19.75 Punkte) ist gegenüber dem Vorjahr ein leichter Rückgang festzustellen. Gleichzeitig wurden 0.24 Prozent weniger Tilsiter deklassiert. Diese Entwicklung weist auf eine insgesamt stabile Qualität hin. Während sich die absolute Anzahl der Höchstbewertungen leicht reduzierte, verbesserte sich die Breite der Produktion messbar.

Damit bestätigt sich erneut: Qualität entsteht nicht punktuell, sondern aus konsequenter Arbeit im Alltag – getragen von Erfahrung, Präzision und handwerklichem Anspruch.



Auszeichnungen & Ehrungen

World Cheese Award

2025 bot sich für unseren Tilsiter Switzerland eine internationale Bühne. Die World Cheese Awards fanden erstmals in der Schweiz statt. In einem Wettbewerb mit über 5'000 Käsesorten aus aller Welt konnten mehrere Tilsiter-Produkte überzeugen und mit insgesamt fünf Medaillen ausgezeichnet werden.

Diese Resultate sind eine Bestätigung dafür, dass konsequentes Handwerk, Erfahrung und ein klarer Qualitätsanspruch auch im internationalen Vergleich bestehen.

Unser Dank gilt allen Käserinnen und Käsern, deren täglicher Einsatz diese Anerkennung möglich macht.

- Käserei Gupfen: Gold (der Rote)
- Wildberg Käse AG: Silber (der Schwarze)
- Habegger H&R AG: Silber (der Rote)
- Rüttiberg Käse AG: Silber (der Rote)
- Käserei Neuwies: Bronze (der Gelbe)



Im Bild, v.l.n.r. Roland Rüegg, Franz Rüdüsüli, Otmar Hofer, Joel Schirmer

Auszeichnung der besten Rohmilch-Käser

Am Eröffnungstag der Olma fand traditionsgemäss der Tilsiter-Apéro statt. In diesem Rahmen wurden die drei besten Rohmilch-Tilsiter-Käsereien des Jahres ausgezeichnet. Bewertet wurden die Produktionsperioden von August 2024 bis Juli 2025.

Die Beurteilung erfolgt über monatliche Taxationen durch externe Fachpersonen. Jede Charge wird in den Bereichen Äusseres, Teig, Lochung und Geschmack bewertet.

Ausgezeichnet wurden:

- Franz Rüdüsüli, Käserei Rüttiberg AG, Rufi mit 19.883 Punkten
- Joel Schirmer, Bio Käserei Maseltrangen mit 19.825 Punkte
- Roland Rüegg, Wildberg Käse AG mit 19.750 Punkte

Diese Auszeichnung steht für mehr als Spitzenwerte. Sie steht für das Fundament unserer Marke: Menschen, die frühmorgens in der Käserei stehen, für Qualität, die man schmeckt und für eine Tradition, die mit jedem Laib weitergeführt wird.

Kampagnen



2'750

Publikumsaktie

2025 bestand zum zweiten Mal die Möglichkeit, mit dem Kauf einer Publikumsaktie offizielles Mitglied der Tilsiter Familie zu werden. Insgesamt wurden **2'750** Aktien verkauft.

Für 50 Franken erhielten die Aktionärinnen und Aktionäre ein sorgfältig zusammengestelltes Paket mit einem Kilogramm Tilsiter Käse, einem OLMA-Eintritt, einer Symbolaktie mit Sammlerwert sowie ausgewählten Merch-Artikeln.

Besonders die Tilsiter-Badelatschen und die limitierte Badeshort stiessen auf grosse Resonanz.

Der Apéro am ersten OLMA-Samstag bot Raum für persönliche Begegnungen und Gespräche. Die Publikumsaktie hat sich als glaubwürdige Form der Nähe zur Marke etabliert, getragen von Menschen, die Tilsiter bewusst unterstützen.

Out of Home

Die Out-of-Home-Kampagne setzte bewusst auf eine einfache, direkte Botschaft:

Wer Tilsiter kauft, nimmt am besten gleich mehr als nur ein Stück mit.

Dafür wurde die klassische Kaufaufforderung bewusst auf den Kopf gestellt.

Statt lediglich zum Kauf aufzurufen, animierte die Kampagne Konsumentinnen und Konsumenten augenzwinkernd dazu, gleich ein zusätzliches Stück Tilsiter mitzunehmen.

Ausgespielt wurde die Kampagne in der Deutschschweiz über klassische Plakatflächen sowie digitale Out-of-Home-Stellen.

Kauf den grünen Tilsiter und den grünen Tilsiter.



So fein, man kann kaum genug davon haben.

Tilsiter
SWITZERLAND

Kauf den roten Tilsiter und den roten Tilsiter.



So fein, man kann kaum genug davon haben.

Tilsiter
SWITZERLAND



Messen & Events



OLMA

An der OLMA 2025 konnte Tilsiter erneut zeigen, wofür echte Schweizer Käsetradition steht. Der Stand war während elf Tagen ein Ort der Begegnung, des Genusses und des Austausches. Über zwei Tonnen Tilsiter fanden ihren Weg in die bekannten Tragtaschen, ein deutliches Zeichen für die anhaltende Beliebtheit unserer Produkte. Vom milden Grünen bis zum würzigen Extra Tilsiter war das gesamte Sortiment gefragt. Auch die Merchandising-Artikel erfreuten sich grosser Beliebtheit. Die Schwimmkühe zogen erneut kleine und grosse Besucher an, und der Aufblaswettbewerb sorgte täglich für lebendige Stimmung.

Tag des Tilsiters

Der Tag des Tilsiters 2025 bot einen würdigen Rahmen für Begegnung, Dialog und gelebtes Handwerk. Im Mittelpunkt standen der persönliche Kontakt, Degustationen sowie der direkte Einblick in die Welt des Tilsiters – offen, nahbar und ohne Inszenierung.

Das vielfältige Rahmenprogramm trug wesentlich zur besonderen Atmosphäre bei. Alphornbläser eröffneten den Tag mit traditionellen Klängen, während Live-Musik, unter anderem mit ChuLee, für eine entspannte, lebendige Stimmung sorgte. Ein gemeinsamer Zmorge im Festzelt bildete einen weiteren Höhepunkt. In ungezwungener Umgebung wurde zusammengesessen, diskutiert und genossen. Der Anlass zeigte eindrücklich, wofür Tilsiter seit jeher steht: Nähe zu den Menschen, Respekt vor dem Handwerk und ein Produkt, das aus Überzeugung entsteht.





Sponsoring & Partnerschaften



Eventpartner bei der Swiss Ice Hockey Federation

Ein besonderer Schwerpunkt lag auch 2025 im Schweizer Eishockey. Als stolzer Eventpartner der Swiss Ice Hockey Federation war Tilsiter Teil der Swiss Ice Hockey Days in Zürich. Der Anlass brachte Spieler, Fans und Partner zusammen und bot eine starke Plattform für den Schweizer Eishockeysport.

Für Tilsiter ist dieses Engagement eine konsequente Fortsetzung der langjährigen Präsenz im Eishockeyumfeld. Die Partnerschaft verbindet Sport, Gemeinschaft und Genuss – Werte, die auch die Marke Tilsiter prägen.

Weitere Partnerschaften

Neben dem Engagement im Eishockey war Tilsiter auch bei weiteren Sport- und Traditionsanlässen präsent, unter anderem als Matchpatronat bei Hockey Thurgau sowie als Verpflegungspartner beim Wanderevent „Vom See zum Berg“ und bei weiteren regionalen Veranstaltungen. Diese Partnerschaften stehen für regionale Verbundenheit und Kontinuität. Dort, wo Menschen zusammenkommen, im Stadion, auf der Strecke oder an Veranstaltungen, gehört Tilsiter selbstverständlich dazu.



Ausblick & Team



Mit dem Übergang ins Jahr 2026 richtet sich Tilsiter den Blick nach vorne. Die neue Kampagne „Tilsiter – der Vielsiter“ baut auf dem auf, was die Marke seit jeher auszeichnet, und übersetzt diese Stärke in eine zeitgemässe, klare Haltung. Tilsiter ist dank seinem Geschmack, dem Biss und Genusserlebnis beliebt und wird für seine vielseitigen Einsatzmöglichkeiten geschätzt. Abgesehen davon ist Tilsiter ein vertrautes, sympathisches und authentisches Stück Schweizer Alltag, von dem man sich eine moderne Präsenz wünscht.

Somit platziert die neue Markenkampagne die Vielseitigkeit von Tilsiter mit einem einfachen und zugänglichen Headline-Mechanismus und mit vorerst 16 Werbe-Sujets überall dort, wo Tilsiter zuhause ist: Auf dem Brot, geschmolzen im Gratin, beim Apéro, unterwegs oder schnell mal zwischendurch. Vom Znünisiter bis zum Gratinsiter. Und das ist erst der Anfang einer langjährigen Kampagne mit nahezu unendlichen Einsatzmöglichkeiten.



Im Bild, v.l.n.r. Larissa Brüllhardt, Kim Katterre, Claudia Moya, Otmar Hofer

Auf der Geschäftsstelle sorgt ein neu aufgestelltes Team für frische Impulse und Kontinuität zugleich.

Mit Claudia Moya stehen Kompetenz, langjährige Erfahrung und eine tiefe Verbundenheit mit der Marke im Zentrum.

Verstärkt wird das Team durch Kim Katterre, verantwortlich für Kommunikation und Events, sowie durch Larissa Brüllhardt, verantwortlich für Produktion und Finanzen.

Gemeinsam gestaltet das Team die tägliche Arbeit: lösungsorientiert und stets im Sinne der Marke.

Unterstützt wird das Team von Präsident Otmar Hofer sowie der gesamten Tilsiter Kommission. Gemeinsam stehen sie für Stabilität, Erfahrung und die Verantwortung gegenüber Handwerk, Produzenten und Marke.

