

Medienmitteilung

Sortenorganisation Tilsiter stellt Führung neu auf und treibt Revitalisierung der Marke voran

Märstetten, 5. Mai 2026 - Die Sortenorganisation Tilsiter hat Claudia Moya zur neuen Geschäftsführerin gewählt. Nach einer Phase der Stabilisierung richtet sich die Organisation strategisch neu aus und setzt mit der Kampagne «Tilsiter – der Vielsiter» auf die Stärken der Marke im Schweizer Markt.

Anlässlich der 51. Generalversammlung der Sortenorganisation Tilsiter Switzerland GmbH in Amlikon-Bissegg haben die anwesenden Gesellschafter sämtliche Anträge angenommen, darunter die Wahl von **Claudia Moya** zur Geschäftsführerin. Sie hatte die Funktion bereits seit dem 1. Januar 2026 interimistisch inne und wurde nun definitiv bestätigt. Claudia Moya verfügt über ausgewiesene Kenntnisse im Käsemarkt und im Detailhandel. Sie ist seit 15 Jahren in verschiedenen Funktionen für die SO Tilsiter tätig, von 2014 bis 2022 als Marketingverantwortliche und zuletzt als Leiterin Messen und Events.

Otmar Hofer, Präsident der SO Tilsiter: «Wir wollen die Marke Tilsiter mit einem klaren Fokus auf den Schweizer Markt und gezielten Marketingmassnahmen weiter stärken. Claudia Moya bringt dafür mit ihrem Marktverständnis und ihrer Umsetzungskompetenz die idealen Voraussetzungen mit. Gemeinsam mit der neu aufgestellten Geschäftsstelle wird sie die Revitalisierung der Marke konsequent vorantreiben.»

Anspruchsvolles Geschäftsjahr

Darüber hinaus blickte Präsident Otmar Hofer auf ein anspruchsvolles Geschäftsjahr zurück. Nach dem deutlichen Defizit im Vorjahr schloss die Jahresrechnung wieder positiv ab, gleichzeitig ging der Absatz von Tilsiter im vergangenen Jahr um 9 Prozent auf 2'150 Tonnen zurück. Die Aktivitäten des vergangenen Jahres zeigen jedoch, dass Tilsiter in der Schweizer Bevölkerung weiterhin stark verankert ist: Rund 2'000 Besucherinnen und Besucher am «Tag des Tilsiters» vom 15. Juni 2025 sowie das grosse Interesse am traditionellen Auftritt an der OLMA unterstreichen die Verbundenheit mit der Marke. Bei der Aktion «Publikumsaktie 2.0» sicherten sich 2'750 Personen eine symbolische Aktie und ein Paket mit Tilsiterprodukten. Hinzu kommt die unverändert hohe Qualität: Bei den World Cheese Awards im November 2025 wurden verschiedene Käseereien mit Gold-, Silber- und Bronze-Auszeichnungen prämiert.

Massnahmen zur Revitalisierung der Marke

Für das laufende Jahr zeigte sich der Präsident deshalb verhalten optimistisch. Zwar bleibt das wirtschaftliche Umfeld herausfordernd, mit der konsequenten Revitalisierung der Marke – gestützt auf die neue Kampagne «Tilsiter, der Vielsiter», gezielte Marketing- und Vertriebsaktivitäten sowie ausgewählte Produktinnovationen – soll das Potenzial der Käsesorte insbesondere in der Schweiz besser ausgeschöpft werden. Basis dafür ist die hohe Bekanntheit und Beliebtheit der Marke. Über 90 Prozent der Schweizerinnen und Schweizer kennen und mögen Tilsiter.

Ein Schwerpunkt liegt auf dem Ausbau der Präsenz in der Westschweiz. Die Vielseitigkeit des Käses kommt auch in neuen Anwendungen wie Grill- und Weichkäse zum Ausdruck und mit neuen Verpackungen erhält die Marke mehr Profil. **Geschäftsführerin Claudia Moya:** «Der Tilsiter ist wegen seinem milden Geschmack, dem gefälligen Biss und dem unkomplizierten Genusslebnis sehr beliebt und wird für seine vielseitigen Einsatzmöglichkeiten geschätzt,



Märstetten, 05.05.2026

mehr als alle anderen Käsesorten. Unser Anspruch ist es, genau diese Vielseitigkeit wieder stärker erlebbar zu machen und Tilsiter als festen Bestandteil des Schweizer Alltags zu verankern.»

Kontakt:

Claudia Moya, Geschäftsführerin

claudia.moya@tilsiter.ch

079 955 75 67

Beilagen: Fotos