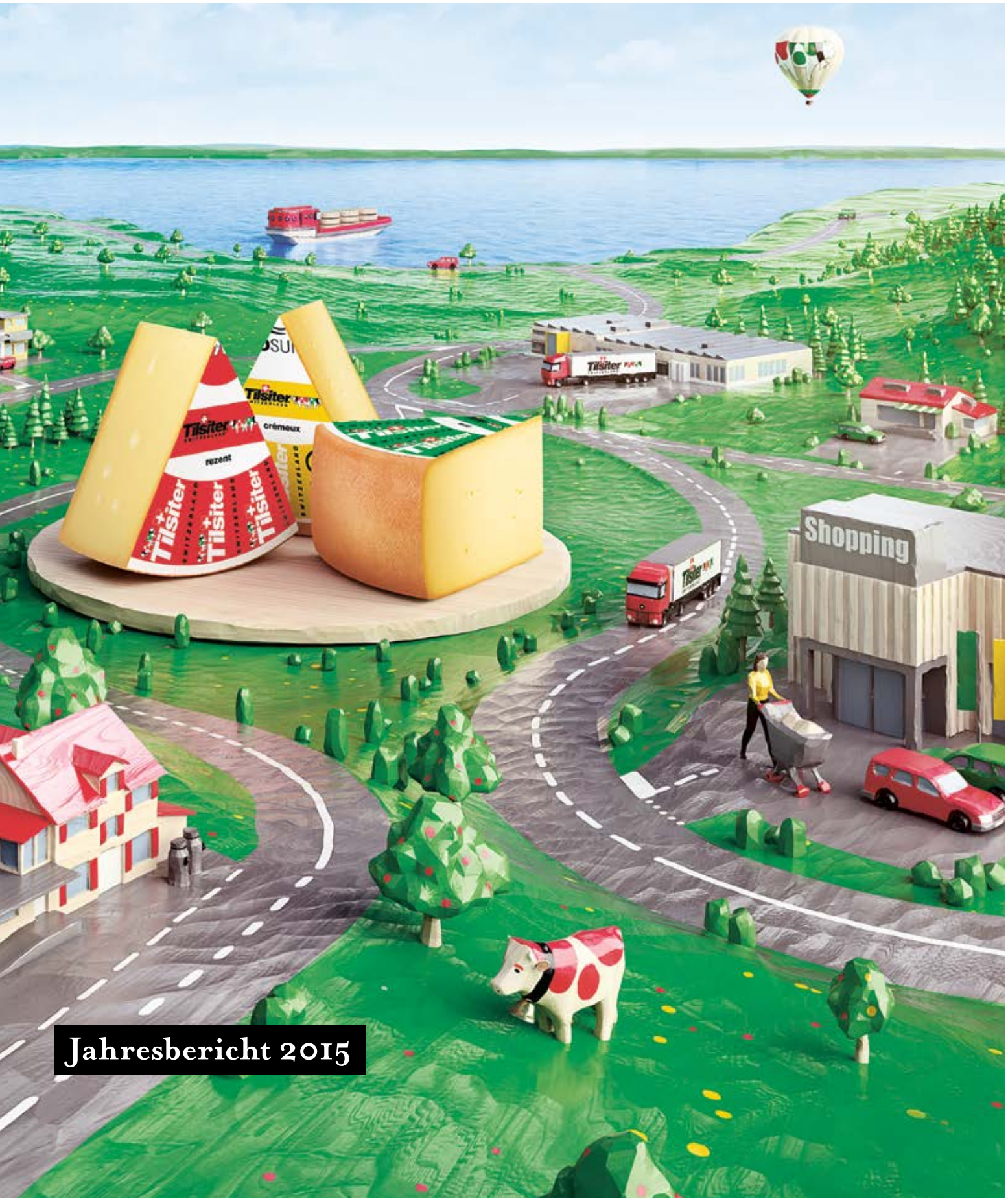



# Jahresbericht 2015

Tilsiter SWITZERLAND

Der Schweizer Käse.

**Sortenorganisation**
**Tilsiter Switzerland GmbH**

Dunantstrasse 10
Postfach
CH-8570 Weinfelden

Telefon +41 (0)71 626 30 60
Fax +41 (0)71 626 30 69
www.tilsiter.ch
tilsiter@tilsiter.ch

Tilsiter SWITZERLAND
DER SCHWEIZER KÄSE.

**Impressum**
Herausgeberin: Sortenorganisation Tilsiter Switzerland, 8570 Weinfelden
Konzept und Gestaltung: E,T&H Werbeagentur AG LSA, 9401 Rorschach
Druck: Sonderegger Publish AG, 8570 Weinfelden

# Inhaltsverzeichnis


| | |
|---|---|
| Editorial | 4 |
| Tilsiter Switzerland – der Schweizer Käse | 6 |
| Schweizer Tilsiter – der Familienkäse | 10 |
| Kommunikation 2015 | 12 |
| Export | 28 |
| Regionalität und Qualität | 32 |
| Kennzahlen | 34 |
| Die Sortenorganisation Tilsiter Switzerland | 36 |

# Editorial

**Frank Zellweger, Präsident der Sortenorganisation Tilsiter Switzerland**

**Geschätzte Leserinnen und Leser**

Die traditionellen Käsesorten stehen nach wie vor in hartem Wettbewerb. Im Unterschied zu den hauptsächlichen Konkurrenzprodukten aus dem In- und Ausland ist es – wie bei den anderen traditionellen Sortenkäsen – auch beim Tilsiter eine Sortenorganisation, die sich um Absatzförderung und Vermarktung bemüht. Ist dieses Modell der Sortenorganisation zukunftsfähig oder stellt es Teil des Problems dar? Diese Frage kann nur beantworten, wer sich vor Augen hält, was die Stärken und Schwächen des Modells 'Sortenorganisation' sind. Für Tilsiter Switzerland kann man dazu (konzentriert auf einige wesentliche Punkte) Folgendes feststellen:

Eine Stärke, die sich aus dieser Art Organisation ergibt, ist einmal die Tatsache, dass mit sortenübergreifend festgelegten Qualitätsanforderungen und -kontrollen ein einheitlicher Standard und ein hohes, konstantes Qualitätsniveau gewährleistet werden. Das ist zentral, wenn man nicht nur regional und kurzfristig am Markt bestehen will, sondern schweizweit und auch im Export dauerhaft Absatz erreichen will. Eine weitere Stärke ist, dass in einer Sortenorganisation Mittel gebündelt werden können. Diese Mittel erst machen es möglich, ein effektives Marketing mit der nötigen Reichweite aufzubauen und umzusetzen. Zusätzlich zu erwähnen ist, dass eine Sortenorganisation bis zu einem gewissen Mass ein Produktions- und Absatzvolumen garantieren kann. Das lässt sich zwar nicht immer voll durchhalten, aber im Grundsatz ist es unzweifelhaft so, dass Produktionsplanung und -lenkung, wie sie in einer Sortenorganisation stattfinden, Sicherheit schaffen. Und schliesslich dürfte nicht zuletzt wegen der kommunizierten Preisvorgaben die Margen tendenziell grösser sein als bei sortenfrei produziertem Käse oder bei einer ganz anderen Milchverwertung und -vermarktung.

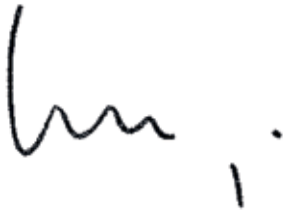
Das sind klare und gewichtige Vorzüge. Ohne Zweifel aber bietet das Modell Sortenorganisation auch Herausforderungen. Eine Sortenorganisation ist eine Zwangsehe – beim Tilsiter sind die drei Stufen Milchproduzenten, Fabrikanten und Handel in der Organisation je gleich stark vertreten. Je nach Sachfrage, die im Raum steht, kann wegen unterschiedlicher Anliegen und Zielsetzungen der Gesellschafter eine – im Interesse der Sorte als Ganzes nötige oder wünschenswerte – Weiterentwicklung erschwert sein. Und ganz generell gesagt: Eine sehr grosse Herausforderung ergibt sich aus der Tatsache, dass bei Diskussionen und Entscheidfindungen in einer Sortenorganisation regelmässig die Einzelinteressen der Gesellschafter – und nicht die der Sorte als grosses Ganzes – im Vordergrund stehen. Das ist zwar legitim und verständlich, aber es macht die Weiterentwicklung einer Organisation oder das Reagieren auf veränderte Herausforderungen zum Teil sehr anspruchsvoll. Erwähnt sei weiter, dass zum Teil klare Konkurrenzsituationen unter den Gesellschaftern bestehen. Diese begegnen sich am Markt als direkte Konkurrenten, sollten innerhalb der Sorte aber am gleichen Strick ziehen. Das ist für sich genommen schon schwierig – aber mit dieser Konkurrenzsituation können namentlich grössere Abnehmer auch spielen. Das findet statt mit der Folge, dass das Preisniveau beim Abnehmer gedrückt wird und mit der weiteren Konsequenz, dass dadurch auch die Wertschöpfung auf allen Stufen leidet.

Anhand dieser Punkte zeigt sich – wo Licht ist, ist auch Schatten. Die Vorteile und Stärken des Modells Sortenorganisation überwiegen dennoch klar. Und: Wer die Frage nach der Zukunftsfähigkeit des Modells der Sortenorganisation stellt, muss sich auch fragen, wo denn die Chancen für die Zukunft liegen. Diese Chancen gibt es:

Verlässliche und hohe Qualität – effiziente Produktionsstrukturen und angepasste Produktionslenkung – ein über die Jahre gesehen vergleichsweise stabiles Preisniveau – Lebensmittelsicherheit: Das sind Eigenheiten, die Sortenkäse auszeichnen – und die Sortenkäse gegenüber sortenfreier Konkurrenz aus dem In- und Ausland abheben. Langfristig gesehen sind das Vorteile und Chancen. Als Zweites: Der Käsemarkt ist zersplittert und unübersichtlich – ein Blick ins Regal eines Grossverteilers ist erschlagend. Konsumentinnen und Konsumenten dürfen und sollen das bereichernd finden – aber wir gehen davon aus, dass ein sehr grosser Teil der Kundinnen und Kunden das schätzt und auch immer wieder das wählt, was er oder sie kennt. Und das – diese Verlässlichkeit – kann auf Dauer und in vernünftigen Mengen nur Sortenkäse bieten.

Die Hauptfrage ist also nicht, ob Sortenorganisationen zukunftsfähig sind. Die zentrale Frage ist vielmehr, welche Veränderungen Sortenorganisationen brauchen, um zukunftsfähig zu bleiben – und um die Zukunft des Tilsiters und anderer Schweizer Sortenkäse zu sichern.

Auch im vergangenen Jahr haben Tilsiter-Käse im In- und Ausland verschiedene Auszeichnungen errungen, und die stetig betriebene Marktforschung zeigt, dass Schweizer Tilsiter als Produkt wie als Marke im Bewusstsein der Konsumentinnen und Konsumenten sehr gut verankert ist. Wie schon 2014 hat sich das auch im vergangenen Jahr positiv ausgewirkt. Alle drei Sorten – Rot, Grün und Gelb – haben beim Absatz wiederum zulegen können. Einzelheiten dazu und den Ausblick in die Zukunft können Sie den folgenden Seiten entnehmen. Ich wünsche Ihnen eine spannende Lektüre.



**Frank Zellweger, Präsident**

# Tilsiter Switzerland – der Schweizer Käse

**Peter Rüegg, Geschäftsführer der Sortenorganisation Tilsiter Switzerland**

Die Kampagne im vergangenen Jahr stand im Zeichen der Positionierung vom Schweizer Tilsiter als der ursprüngliche Schweizer Halbhartkäse. Die Aussage knüpft an den bisherigen Slogan «das Original seit 1893», ist aber klar nach vorne gerichtet – selbstsicher und bestimmt. Mit einer deutlichen Abgrenzung gegenüber den immer zahlreicheren mehr oder weniger guten Kopien vom Schweizer Tilsiter bieten wir uns dem Schweizer Konsumenten als transparente, verlässliche Wahl der ersten Stunde. Erst bei uns findet er das Mass an Orientierung zurück, welche er in der Durchforstung der immer unübersichtlicheren Käseregale zunehmend verliert.

Back to the roots, so könnte man das auch bezeichnen. Back to the roots war auch die Stossrichtung unserer Bio-Käse. Der langjährige Bio Alpenland Tilsiter mit zusätzlicher Rindenbehandlung wurde auf Anfang 2015 abgelöst durch den Bio Rohmilchtilsiter Rezent bzw. Surchoix. Damit wird er für den Konsumenten wieder klar erkennbar als Schweizer Rohmilchtilsiter und profitiert gleichberechtigt von den nationalen Marketingkampagnen. Heute sind grundsätzlich alle drei Tilsiter-Typen Rot, Grün und Gelb sowohl in traditioneller wie auch in Bio-Qualität verfügbar.

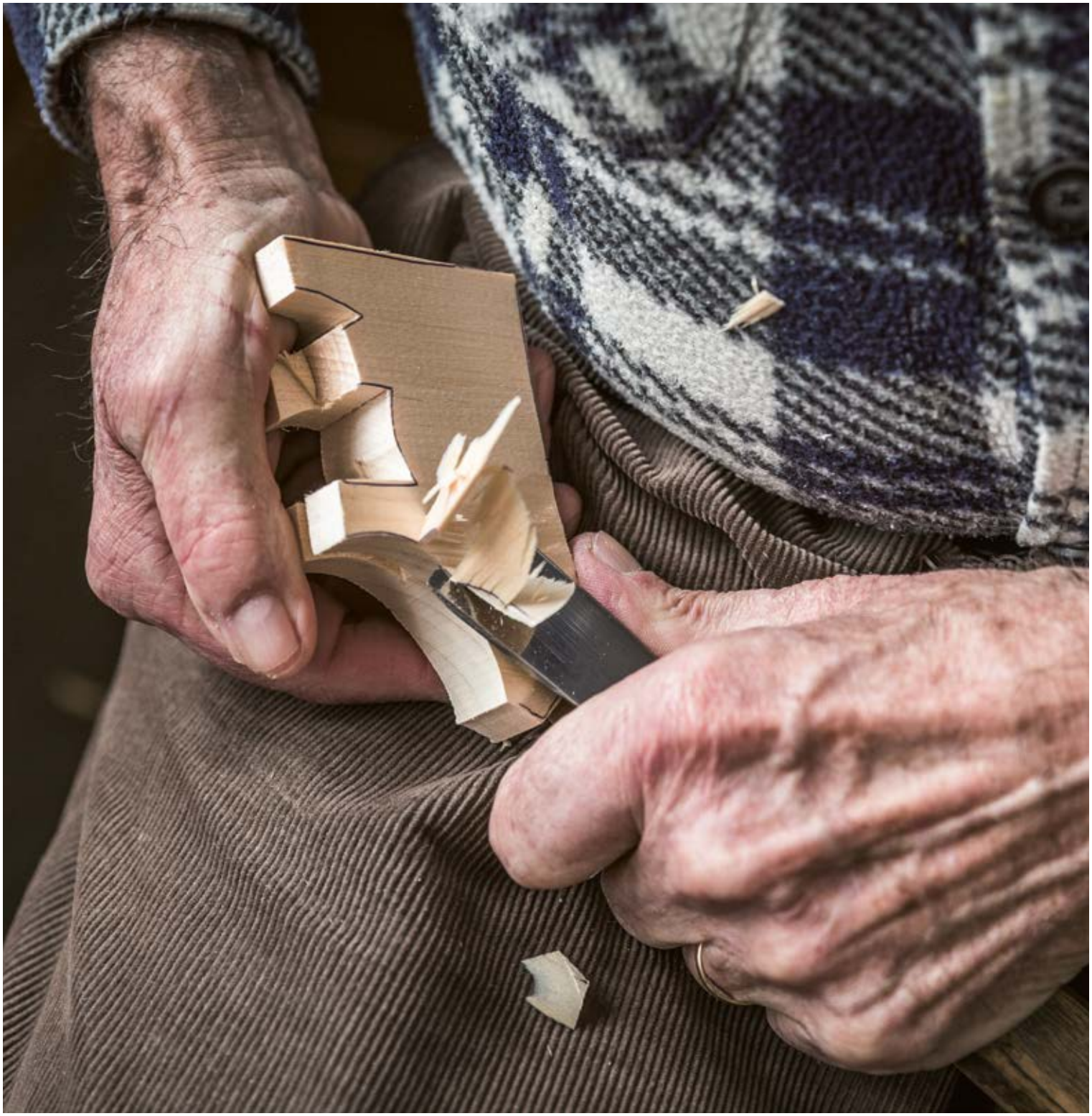
**Der Familiengedanke**

Der Schweizer Tilsiter basiert auf dem Zusammenschluss von Milchproduzenten, Käsereien und Käsehändlern zur heutigen Sortenorganisation Tilsiter Switzerland GmbH. Alle Mitglieder in unserer Wertschöpfungskette sind in den Prozess mit eingebunden, bilden zusammen eine Familie mit gemeinsamer Ausrichtung und gemeinsamen Zielen. Erst auf dieser Basis ist ein Marketing möglich, wie wir es heute für den Schweizer Tilsiter betreiben. Gleich wie ein Feuer, welches nur durch ein Zusammenhalten der «beteiligten» Holzstücke wirklich zu brennen beginnt, brauchen auch wir die gegenseitige Nähe und Inspiration. Dabei wirkt die Geschäftsstelle in Weinfelden als Katalysator, indem sie Begegnungen ermöglicht, Informationen austauscht und zu gegenseitiger Inspiration anspornt. Dank diesem Zusammenschluss erreichen wir jene kritische Masse, welche für das Betreiben eines effektiven Marketings unbedingt notwendig ist. Die gemeinsame Ausrichtung verstärkt unsere Stimme, wir bleiben in der immer hektischeren und lauteren Umgebung klar wahrnehmbar, verschwinden nicht wie die so zahlreichen sogenannten Käsespezialitäten gleich wieder im allgemeinen Geräuschpegel.

Dem beschriebenen Familiengedanken haben wir auch in der Neugestaltung unserer Website Rechnung getragen. Der Konsument sieht auf einen Blick die ganze Breite unserer Organisation, den Weg von der Milch unserer Milchproduzenten zu den Käsereien, zum Käsehandel und über den Detailhandel zu ihm in seine Küche. Es ist kein Zufall, dass wir vom Konsumenten wiederum als eigentlicher Familienkäse wahrgenommen werden. In den drei Grundausrichtungen mit dem rezenten Roten, dem milden Grünen und dem crèmigen Gelben Tilsiter findet jedes Familienmitglied seinen ganz spezifischen Liebling, unabhängig von Geschlecht und Alter.

Das Thema Familie wird uns auch im Sommer sowie auf den nächsten Winter in Form von zusätzlichen Massnahmen begleiten. Dafür tritt der Schweizer Tilsiter aus seiner ursprünglichen Sortenwelt hinaus und verschafft sich Zutritt zu verschiedenen saisonabhängigen Bühnen, um auch dort seine Konsumenten abzuholen und für den Schweizer Tilsiter zu begeistern.

Tilsit



Tilsiter
rezent
crémeux

**Käsegenuss**

Nach dem Kennenlernen der drei Grundtypen Rot – Grün – Gelb und der richtigen Positionierung als der Schweizer (Halbhart-)Käse, widmen wir uns im kommenden Jahr 2016 verstärkt der Art und Weise, wie unsere Konsumenten den Schweizer Tilsiter konsumieren und geniessen. Es ist dieser Genuss, welcher letztlich die Mengen generiert. Viele Konsumenten sprechen im Zusammenhang mit unserem Schweizer Tilsiter von einem eigentlichen «Fresskäse», Käse also, welcher beim Genuss nicht sofort sättigt, sondern im Gegenteil sehr oft Lust auf mehr macht. Wir werden das Thema über das ganze Jahr und über alle Massnahmen immer wieder aufgreifen und bearbeiten. Entsprechend unserer Positionierung als Familienkäse fragen wir, wie der Käse zu Hause in der Familie oder auch unterwegs konsumiert wird. Die erhaltenen Informationen geben wir dann wieder zurück zur Inspiration mit dem Ziel, dass der Konsument noch häufiger zu unserem Käse greift, auch ausserhalb der Aktionsperioden! Mit dem Austausch von Informationen und Erlebnissen, auch über die neuen Medien wie Internet, Newsletter oder Social Media, stärken wir ganz nebenbei die Banden, welche unsere Tilsiter-Familie letztlich zusammenhält.

**Tilsiter im Export**

Auch der Export stand im vergangenen Jahr im Zeichen einer Konsolidierung. Dem langjährigen AlpenTilsiter wurde der ursprüngliche Rote Rohmilchtilsiter zur Seite gestellt, allerdings im neuen Auftritt als **SWIZZROCKER**. Wir haben schon vor einem Jahr über die Entwicklung von diesem neuen Auftritt gesprochen, welche in enger Abstimmung mit dem Hauptexportmarkt Deutschland erfolgte. Dank diesem neuen Auftritt, vergleichbar mit einem neuen Kleid, wird unser Schweizer Rohmilchtilsiter durch den ausländischen Konsumenten wieder richtig wahrgenommen – als handwerklich hergestellter Rohmilchkäse. Dabei steht der moderne Auftritt keinesfalls im Gegensatz zur traditionellen Herkunft und Herstellweise. Erst dieser moderne Auftritt ermöglicht die Vermarktung in jenem gehobenen Preissegment, welches aufgrund der gegebenen Vertriebsstruktur über den Thekenverkauf notwendig ist. Es wird sich über die kommenden Jahre zeigen, ob der neue SWIZZROCKER wie gewünscht aus eigener Kraft wachsen kann und so langfristig für den Schweizer Tilsiter zu einer relevanten Stütze wird. Mit heute lediglich rund 10% Exportanteil ist das Potenzial sicherlich noch sehr gross.

Auf Ende 2015 wurde schliesslich der bestehende AlpenTilsiter definitiv aus dem Sortiment genommen. Wir haben uns auch dazu verpflichtet, denn unser AlpenTilsiter war nie konform zur Schweizerischen Berg- und Alpverordnung, welche auch für Exportprodukte den rechtlichen Rahmen setzt. Mit dem Verschwinden unseres AlpenTilsiter's verschwindet im Export auch der Name «Tilsiter» gänzlich. Mit diesem Namen verbindet vor allem der deutsche Konsument einen völlig anderen Käse in einem wesentlich tieferen Preisbereich – Tilsiter, wie er eben heute in Deutschland und in anderen europäischen Exportmärkten in grossen Mengen verkauft wird.

**Stabilität**

In einer sich immer schneller ändernden Umwelt ist Stabilität für den sich orientierenden Konsumenten ein besonders wichtiger Aspekt. Wir als Sortenorganisation für den Schweizer Tilsiter stehen ein für verlässliche, hochwertige Qualitäten in der ganzen Schweiz und während aller Jahreszeiten. Dabei bleiben wir nicht einfach stehen, sondern integrieren neue Entwicklungen und Erkenntnisse, damit der Schweizer Tilsiter immer den aktuellsten Anforderungen und Erwartungen entspricht. Auf die Wahrnehmung unserer Konsumenten hat das durchaus gewollt wenig bis keinen Einfluss. Wir bleiben, was wir immer schon waren: Die erste Wahl für alle Liebhaber vom aromatisch-harmonischen Schweizer Halbhartkäse, oder kurz gesagt «Der Schweizer Käse».

# Schweizer Tilsiter – der Familienkäse

**Claudia Moya, Werbe- und Marketingverantwortliche der Sortenorganisation Tilsiter Switzerland**

**Marketing und Kommunikation 2015**
Tilsiter ist der Schweizer Familienkäse schlechthin. Die Hauptsorten Rot und Grün sind in der ganzen Schweiz gelistet. Gemäss BAV Brand Asset Valuator 2015 hat Tilsiter eine Bekanntheit von über 96 Prozent. Auch die ermittelten Imagewerte sind sehr gut. Eine der Hauptaufgaben der Geschäftsstelle der Sortenorganisation Tilsiter Switzerland GmbH ist die Markenpflege. Im Zentrum sämtlicher Bemühungen stehen die Konsumentin und der Konsument. Die traditionellen Werte wie Qualität und Vertrautheit sowie die Elemente Differenzierung und Relevanz werden mit den zur Verfügung stehenden personellen Ressourcen intern und extern sowie dem knapp bemessenen Marketingbudget optimal unterstützt.

**Tilsiter am POS**
Mehr als zwei Drittel der Kaufentscheide werden am Verkaufspunkt gefällt. An über 200 Degustationstagen in der ganzen Schweiz bei Migros und Coop sowie an 8 Käse-Shows von SCM Switzerland Cheese Marketing haben wir gefragt «Wele isch din Lieblings-Tilsiter?». Diese Fragestellung, kombiniert mit einer Degustationsmöglichkeit, hat den Konsumentinnen und Konsumenten gezeigt, dass es nicht nur einen Tilsiter, sondern den würzig Roten, den milden Grünen und den crèmigen Gelben gibt. Degustationen schaffen den direkten Kontakt zum Produkt und tragen massgeblich zum Erfolg des Schweizer Tilsiters bei.

**Tilsiter an Publikumsmessen**
Messen sind für eine nationaltätige Marke wichtig, ermöglichen sie doch einen Auftritt in einem vielseitigen und anspruchsvollen Umfeld und schaffen gute Chancen, mit offenen und gut gelaunten Messebesuchern in Kontakt zu kommen.

**MUBA** 06.–15.02.2015, Basler Stadtmesse mit 132'000 Besuchern in einer für Tilsiter wichtigen Agglomeration, übergreifend ins Elsass und nach Süddeutschland.

**BEA** 24.04.–03.05.2015, Berner Messe mit 333'000 Besuchern und der grössten Anzahl an Ausstellern aller Publikumsmessen in der Schweiz.

**Comptoire** 18.–21.09.2015 in Lausanne mit 125'000 Besuchern eine wichtige Westschweizer Messe.

**Foire du Valais** 02.–11.10.2015 in Martigny mit 220'000 Besuchern eine aufstrebende Messe für das ganze Wallis und Teile der Waadt.

**OLMA** 08.–18.10.2015, die St. Galler Messe mit 375'000 Besuchern ist landesweit einer der grossen Publikumsmessen und Messe im Heimmarkt von Tilsiter. 20'000 rote, grüne und gelbe Tilsiter-Mützen wurden abgegeben, 21'000 Messebesucher haben am Tilsiter-Wettbewerb teilgenommen und 6400 Messebesucher haben sich auf einem Messefoto festhalten lassen. Viele Besucherinnen und Besucher gingen aber nicht nur mit einer Mütze ihrer Wahl nach Hause, sie kauften auch ihren Lieblings-Tilsiter und profitierten von einem tollen Messeangebot.

Shopping

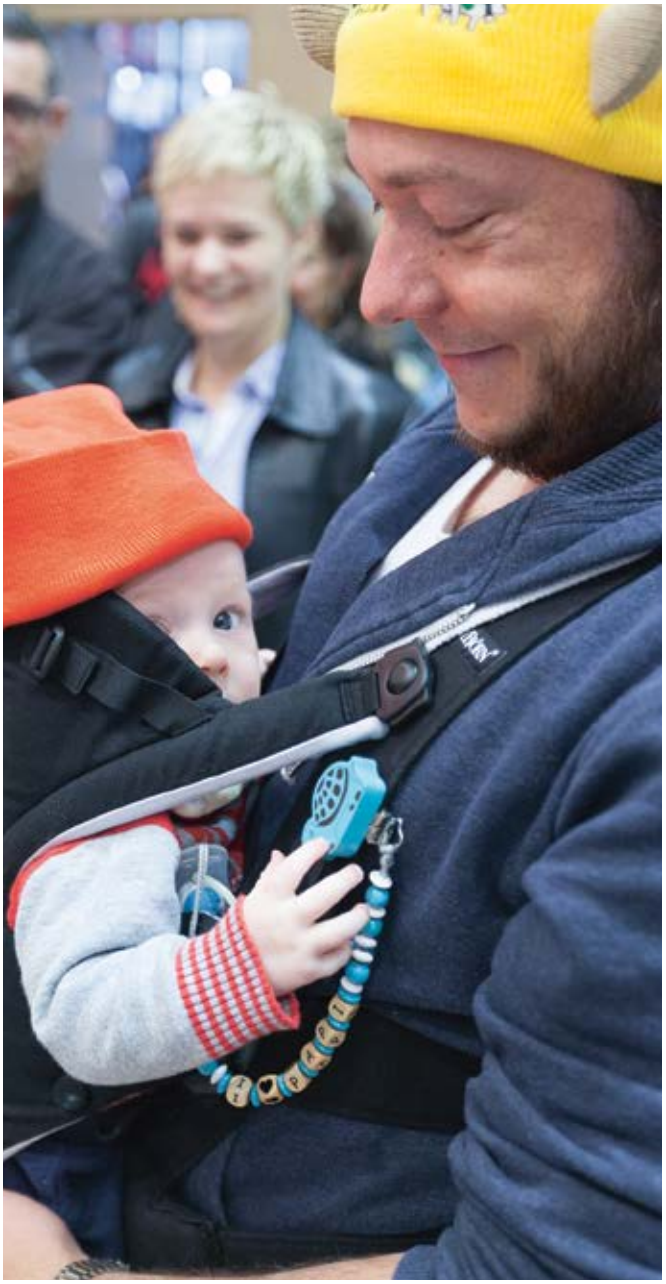
**Tilsiter online**
Rechtzeitig zur OLMA konnte die neue Website live geschaltet werden. Auf der Einstiegsseite zeigt sich dem Besucher die Tilsiter-Welt auf einen Blick und lädt ein, die verschiedenen Stationen zu entdecken und verfügbare Informationen abzurufen. Sowohl die alte als natürlich auch die neue Tilsiter-Website werden gut genutzt. Im Laufe von 2015 haben 21'910 Personen die Website besucht und 99'845 Seiten abgerufen.

**Tilsiter in den Medien**
Unsere eigenen Aktivitäten und natürlich vor allem die Aktivitäten in unseren Absatzkanälen generieren regelmässig Resonanz in den Medien. So wurde Tilsiter 387-mal in sachlichen Artikeln und 58-mal von unterschiedlichsten Redaktionen entwickelten Rezepten erwähnt sowie 442-mal in Verkaufsanzeigen von Absatzkanälen sichtbar dargestellt.

Als Auftakt zur OLMA 2015 wurden fünf Tilsiter-Käser im Rahmen einer Ostschweizer Publireportage mit einer Gesamtauflage von 375'000 Exemplaren dargestellt. In zwei national erscheinenden Publikationen trat Tilsiter als traditionelle Schweizer Käse-Marke auf, und der Geschäftsführer der Sortenorganisation konnte im Rahmen eines Expertenpaneels Aussagen zur Marke machen. 12-mal erhielten 6993 Abonnenten einen elektronischen Newsletter zugestellt und regelmässige Beiträge auf Facebook haben vor allem zu Messezeiten Onlinekontakte mit einer stattlichen Anzahl Nutzern ermöglicht.

**Tilsiter in der TV-Werbung**
Das Rückgrat der Kommunikation 2015 war wie schon im Vorjahr eine optimal auf die Zielgruppe haushaltführende Personen abgestimmte Pulsationskampagne. Mit zwei neuen TV-Spots haben wir Tilsiter weiter in die Reihe von bekannten Schweizer Ikonen eingereiht und damit den Anspruch «Tilsiter – der Schweizer Käse» deutlich untermauert.

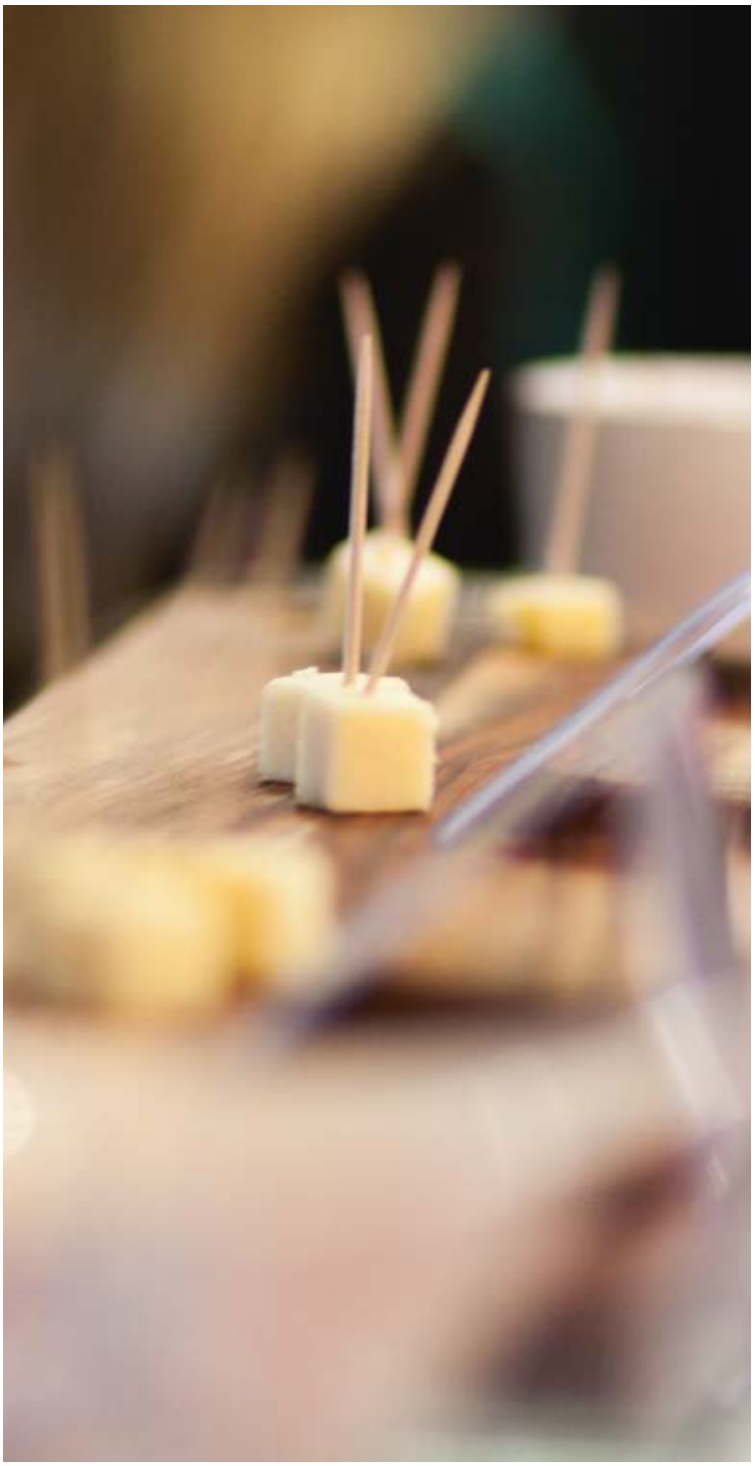
**Tilsiter-Sponsoring**
Mit Hockey Thurgau und Volley Amriswil sponsern wir zwei Spitzenteams von nationaler Bedeutung aus der Tilsiter-Kernregion. Dies passt perfekt zur nationalen Ausrichtung vom Schweizer Tilsiter trotz regional definierter Herkunft. Zusätzlich sponsern wir mit «Säntis Classic» ein Raderlebnis zwischen Alpstein und Bodensee. Mit Naturalsponsoring für Jugendlager und Vereinsanlässe leisten wir weitere Beiträge für die Vitalität von Vereinen und Organisationen im Tilsiter-Produktionsgebiet.



Au nöd schlecht
Unerreicht
Tilsiter
SWITZERLAND
DER SCHWEIZER KÄSE.

Tilsiter

Tilsiter



# Plakate

Üse Chäs
Üse Hund
Tilsiter
SWITZERLAND
Der Schweizer Käse.

Üse Scharfschütz

Üse Chäs
Üse Spitzeplatz
Tilsiter
SWITZERLAND
Der Schweizer Käse.

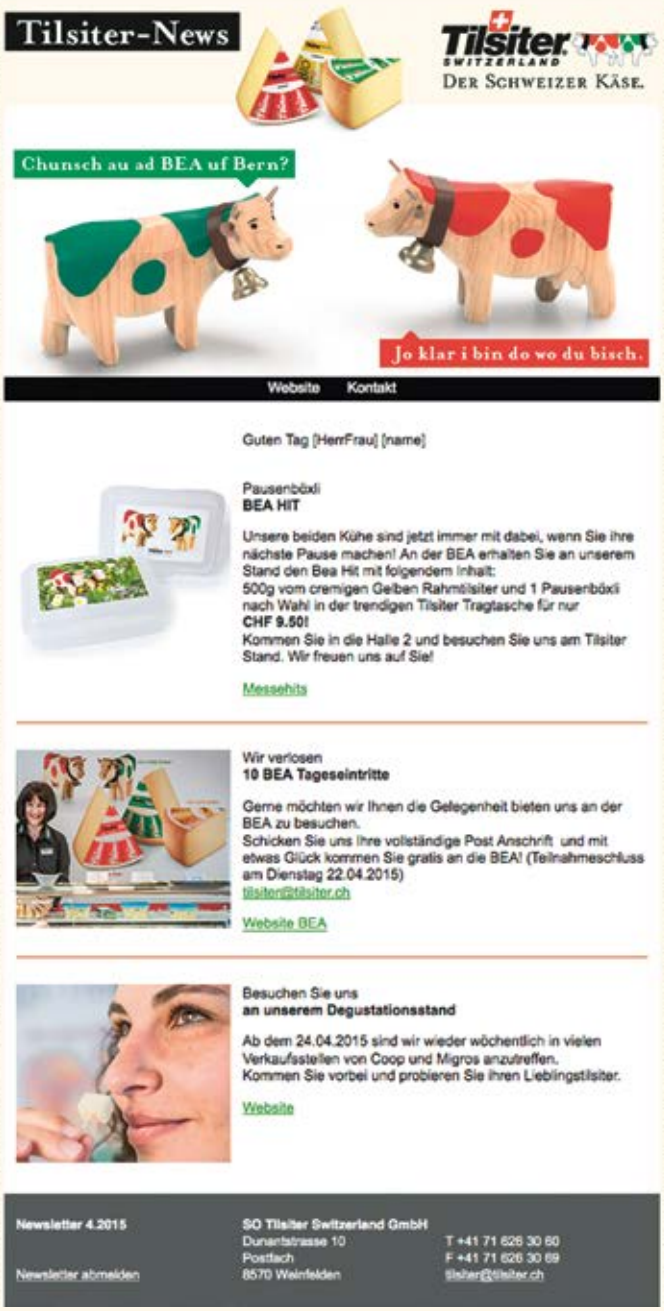
Üse Chäs
Üse Hoselupf
Tilsiter
SWITZERLAND
Der Schweizer Käse.

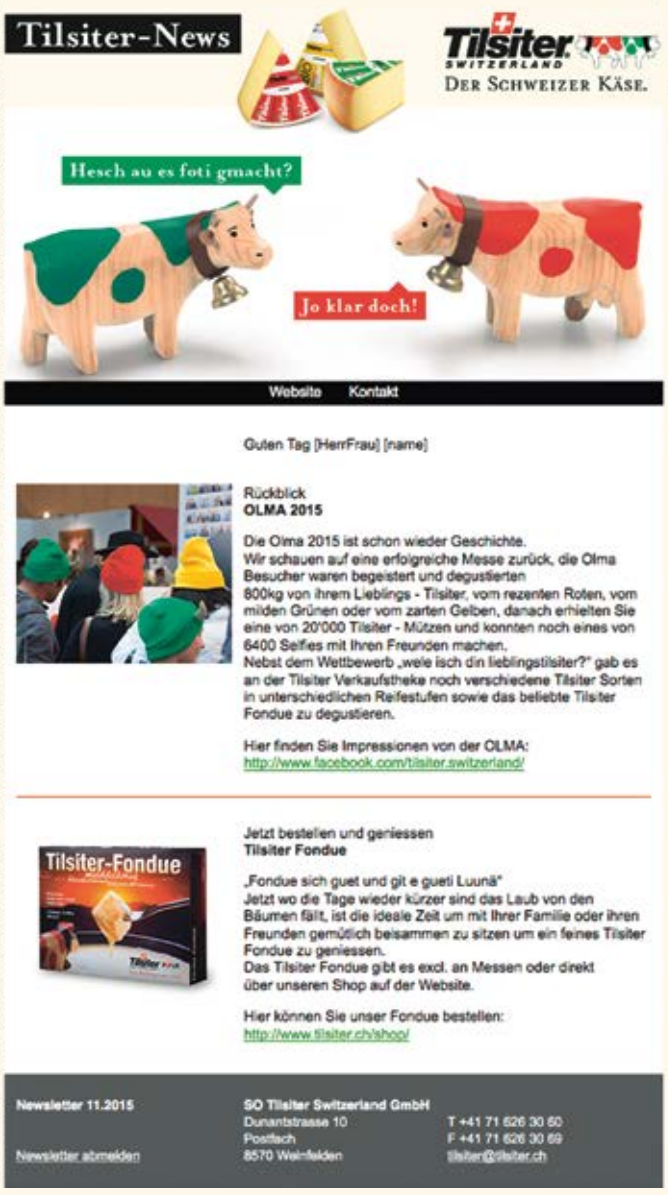
## LKW-Beschriftung

Üse Chäs
Tilsiter
SWITZERLAND
Der Schweizer Käse.
Üse Hund
Üse Chäs
Tilsiter
Der Schweizer Käse.

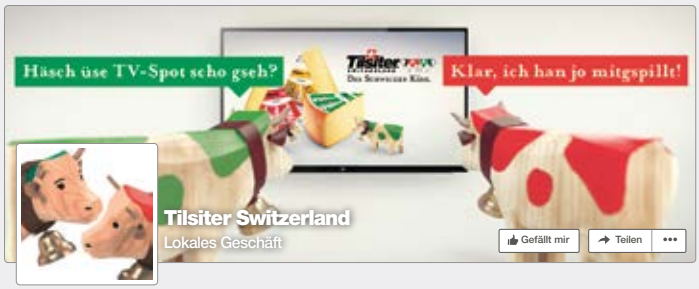
Üsi Luftwaffe
Üse Chäs
Tilsiter
SWITZERLAND
Der Schweizer Käse.

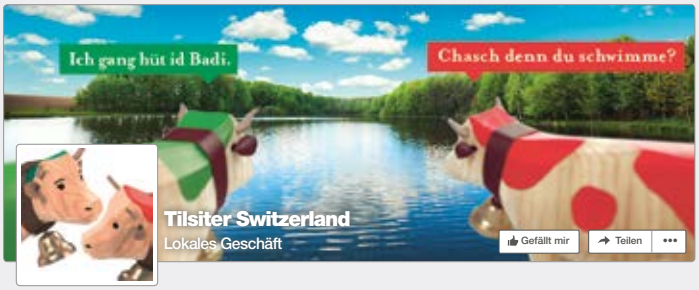
# Newsletter


Tilsiter-News
Tilsiter SWITZERLAND
Der Schweizer Käse.
Chunsch au ad BEA uf Bern?
Jo klar i bin do wo du bisch.
Website Kontakt
Guten Tag [HerrFrau] [name]
Pausenböxli
BEA HIT
Unsere beiden Kühe sind jetzt immer mit dabei, wenn Sie ihre nächste Pause machen! An der BEA erhalten Sie an unserem Stand den Bea Hit mit folgendem Inhalt:
500g vom cremigen Gelben Rahmtilsiter und 1 Pausenböxli nach Wahl in der trendigen Tilsiter Tragtasche für nur
CHF 9.50!
Kommen Sie in die Halle 2 und besuchen Sie uns am Tilsiter Stand. Wir freuen uns auf Sie!
Messehits
Wir verlosen
10 BEA Tageseintritte
Gerne möchten wir Ihnen die Gelegenheit bieten uns an der BEA zu besuchen.
Schicken Sie uns Ihre vollständige Post Anschrift und mit etwas Glück kommen Sie gratis an die BEA! (Teilnahmeschluss am Dienstag 22.04.2015)
tilsiter@tilsiter.ch
Website BEA
Besuchen Sie uns
an unserem Degustationsstand
Ab dem 24.04.2015 sind wir wieder wöchentlich in vielen Verkaufsstellen von Coop und Migros anzutreffen.
Kommen Sie vorbei und probieren Sie ihren Lieblingstilsiter.
Website
Newsletter 4.2015
Newsletter abmelden
SO Tilsiter Switzerland GmbH
Dunantstrasse 10
Postfach
8570 Weinfelden
T +41 71 626 30 60
F +41 71 626 30 69
tilsiter@tilsiter.ch


Tilsiter-News
Tilsiter SWITZERLAND
Der Schweizer Käse.
Hesch au es foti gmacht?
Jo klar doch!
Website Kontakt
Guten Tag [HerrFrau] [name]
Rückblick
OLMA 2015
Die Olma 2015 ist schon wieder Geschichte.
Wir schauen auf eine erfolgreiche Messe zurück, die Olma Besucher waren begeistert und degustierten
800kg von ihrem Lieblings - Tilsiter, vom rezenten Roten, vom milden Grünen oder vom zarten Gelben, danach erhielten Sie eine von 20'000 Tilsiter - Mützen und konnten noch eines von 6400 Selfies mit Ihren Freunden machen.
Nebst dem Wettbewerb „wele isch din lieblingstilsiter?" gab es an der Tilsiter Verkaufstheke noch verschiedene Tilsiter Sorten in unterschiedlichen Reifestufen sowie das beliebte Tilsiter Fondue zu degustieren.
Hier finden Sie Impressionen von der OLMA:
http://www.facebook.com/tilsiter.switzerland/
Jetzt bestellen und geniessen
Tilsiter Fondue
„Fondue sich guet und git e gueti Luunä"
Jetzt wo die Tage wieder kürzer sind das Laub von den Bäumen fällt, ist die ideale Zeit um mit Ihrer Familie oder ihren Freunden gemütlich beisammen zu sitzen um ein feines Tilsiter Fondue zu geniessen.
Das Tilsiter Fondue gibt es excl. an Messen oder direkt über unseren Shop auf der Website.
Hier können Sie unser Fondue bestellen:
http://www.tilsiter.ch/shop/
Tilsiter-Fondue
Newsletter 11.2015
Newsletter abmelden
SO Tilsiter Switzerland GmbH
Dunantstrasse 10
Postfach
8570 Weinfelden
T +41 71 626 30 60
F +41 71 626 30 69
tilsiter@tilsiter.ch

# Facebook-Header





# Paul Hug – der Käser des roten Bio-Tilsiters

Ein Käser, dem Qualität vor Quantität kommt und der auch Ökonom ist.

Die Käserei Maseltrangen in Maseltrangen SG, in der Linthebene, ist ein reiner Biobetrieb. Weil hier Tilsiter hergestellt wird, ist dieser natürlich auch Bio: der rote Bio-Tilsiter. Das Unternehmen von Paul Hug ist der einzige Betrieb überhaupt, der den roten Bio-Tilsiter herstellt. Und das nicht in beliebiger Menge, sondern nur so viel, wie der Markt hergibt.

Paul Hug, Bio-Käser aus Maseltrangen SG.

**MASELTRANGEN SG.** Vor 30 Jahren haben hier Paul und seine Frau Doris Hug die Käserei von Pauls Vater übernommen, der sie seinerseits 32 Jahre geführt hatte. Daneben betreiben sie eine Schweinemästerei mit rund 450 Tieren. «Qualität ist uns wichtig», sagt Paul Hug. Diese Qualität wollen auch die Bauern liefern, die hier ihre Milch verkäsen lassen. Denn sie sind alle Eigentümer an der Käserei Maseltrangen: Vierzehn Bio-Bauern, die sich zu einer Genossenschaft zusammengeschlossen haben, um die Käserei zu betreiben. Ihre Betriebe sind im Umkreis von vier Kilometern der Käserei.

**Bio ist aufwendig**

Paul Hug hat sich seit 1997 ganz auf Bio spezialisiert. Das bedeutet, dass sich alle Bauern regelmässig von der Organisation «Bio Suisse» kontrollieren lassen, wie sie ihre Milch herstellen. Dafür gibts die Bio-Knospe. Diese steht für einen schonenden Umgang mit den Tieren, der Natur und ihren Rohstoffen. In der täglichen Arbeit heisst das: kein Kunstdünger auf den Wiesen verwenden, kein Gift spritzen, Unkraut von Hand entfernen, kein Silo-Futter. «In diesem Sommer war das alles kein Problem», meint Paul Hug. Das Wetter war schön und dennoch gabs im Linthgebiet genug Regen für wunderbar saftige Wiesen und damit beste Milchqualität. Dabei dürfe man sich aber keinen Illusionen hingeben, sagt Paul Hug: «Bio ist eine Marktnische. Und ich bin ein Exot.» So hat er denn verschiedene Abnehmer für seine Produkte: in der Schweiz, aber auch in Deutschland.

**Nicht beliebig viel produzieren**

«Früher haben wir Tilsiter-Mengen nach den Milch-Kontingenten der Bauern produziert», erzählt Paul Hug. Gabs zu viel Käse, habe der Bund den Überschuss bezahlt. Heute gehe es nach Angebot und Nachfrage. Wenn also zu viel Milch produziert werde, gibt es für den Bauern nicht mehr den A-Preis in Franken als normale Produktion für Käse, sondern den B-Preis für Konsummilch. «Auf Vorrat stelle ich keinen Käse her», stellt Paul Hug klar. Am Schluss würde er darauf sitzen bleiben oder müsste ihn verbilligt abgeben: «So entstehen Abwärtsspiralen.» Und: «Ich will Qualität und nicht Quantität», da sei er dann nicht mehr nur Käser, sondern auch Ökonom.

**Zahltag wird nicht mehr gefeiert**

Zwischen 2'000 und 3'000 Laibe Bio-Tilsiter à 4,3 Kilo verkauft Paul Hug jeden Monat. Früher, als Ende Monat der Käse abgeholt worden war, sei das immer ein Fest gewesen, erzählt Doris Hug. Da habe es Kaffee und Kuchen gegeben, man habe sich gefreut. «Denn für uns war das ja der Zahltag, der Lohn für unsere Arbeit.» Heute habe niemand mehr Zeit, alles müsse schnell gehen. Doris Hug: «Ich traure dem schon etwas nach.» Aber Zeit für wenigstens einen gemeinsamen Kaffee, das müsse sein, da beharre sie darauf.

Im Keller der Hugs lagern 5'000 bis 7'000 Laibe vom roten Bio-Tilsiter. Zwei Monate reifen sie hier und werden gepflegt. In der Käsehandlung, können sie nochmals zwei bis vier Monate nachreifen. Je länger der Käse reift, desto rezenter wird er. So ist für jeden Geschmack etwas dabei.

## Publireportage

**Wichtige Qualitätskontrolle**

Tilsiter soll immer Tilsiter sein, wenn man ihn kauft. Deshalb wird der Käse einmal im Monat von Experten bewertet. 20 Punkte insgesamt gibt es für die Beurteilung vom Äusseren des Käses, für den Teig, für den Geschmack und für die Lochung. Paul Hug ist selber Taxations-Experte und weiss, worauf es ankommt. Sein Betrieb selber erreicht meist 19,75 Punkte – ein hervorragendes Resultat.

**Selber Produkte entwickelt**

Neben dem roten Bio-Tilsiter verkaufen die Hugs auch eigene Käsesorten wie den «Maseltrangerli», den «Churfirsten», den «Alemannen» sowie Raclette. Produkte, die Paul Hug selber entwickelt hat. Er habe dann halt so seine Vorstellungen, welchen Geschmack der Käse haben soll. «Dann hoffe ich jeweils einfach, dass dies auch bei den Konsumenten ankommt», meint er. Und seine Frau Doris erzählt, wie vor etwa fünfzehn Jahren ein Arzt zu ihnen gekommen sei, der für eine Patientin ein speziell gut verträgliches Joghurt suchte. So hätten sie denn das «Joghurt L+» entwickelt, das heute nur noch ein sehr mildes Joghurt sei.

**Der Schweizer Tilsiter**

Der Tilsiter Switzerland gehört seit 1893 zu den beliebtesten Käsesorten in der Schweiz. Hohe Qualität, 100% Natürlichkeit und der faire Preis machen ihn überall beliebt. Das Tilsiter-Land liegt in der Ostschweiz, im Dreieck Thurgau – St. Gallerland – Zürcher Oberland. Hier liefert mancher Bauer die Milch in die Tilsiter-Käserei. Stets ist es ein Familienbetrieb in nächster Nähe.

Mögen Sie regionale Produkte? Dann gönnen Sie sich echten Schweizer Tilsiter!

**Keine Familientradition mehr**

Seine Käserei und die Schweinemästerei bewirtschaftet er zusammen mit seiner Frau sowie zwei Angestellten. Doris und Paul Hug haben zwei erwachsene Töchter. Nein, die werden wohl den Betrieb nicht übernehmen, sind sie sich einig. Die eine will Journalistin werden, die andere studiert in Berlin Maskenbildnerin. Deshalb: «Wenn wir einmal in Pension gehen, müssen die Genossenschafter für Ersatz sorgen.»

**Tilsiter an der Olma**

Tilsiter ist auch dieses Jahr wieder an der Olma vertreten. Da kann man die verschiedensten Sorten des Tilsiter-Käses degustieren – und mit dem Käser über Geschmacksnuancen diskutieren.

Tilsiter Switzerland
Der Schweizer Käse.

Publireportage

# Michael Künzle – der «liederliche» Käser

Die einzige eingetragene Tilsiter Bergkäserei, wo viel gesungen wird.

Michael Künzle, der Inhaber der Käserei Mühlrüti am Fusse der Hulftegg, bezeichnet sich selbst als «liederlichen Käser». Denn er liebt es, Lieder zu singen. Frühmorgens um 6 Uhr sogar beim Käsen. Offenbar nützt es etwas, denn er wird Jahr für Jahr als einer der besten Tilsiter-Käser ausgezeichnet. Und er hat ein sicheres Auge. Die Konsistenz beim Käsen muss er längst nicht mehr mit der Hand ertasten, er sieht es.

**MÜHLRÜTI.** Als singender Käser ist Michael Künzle nicht allein. Denn er singt auch im St.Galler Käserchor. Das sind 25 Käser aus der Region zwischen dem Oberen Zürichsee und dem Bodensee. Alle 14 Tage trifft man sich zum Proben – in der Mitte sozusagen – in Bazenheid. Dabei üben sie vor allem Jodellieder. Zudem singt er auch im Männerchor Mühlrüti, wo er zusammen mit 15 Sängern probt. «Ich habe ein sehr breites Repertoire an Liedern», sagt Michael Künzle. Er singt auch beim Käsen: «Morgens um 6 Uhr habe ich das ganze Dorf unterhalten», lacht er. Allerdings sei das früher noch öfter der Fall gewesen als heute. Heute läuft in der Käserei das Radio: SRF 1 oder «Musikwelle» mit meist volkstümlicher Musik.

Michael Künzle, Inhaber der Käserei Mühlrüti in Mühlrüti.

**Viel in den Betrieb investiert**

Am 1. November 1983 hat Michael Künzle seine Arbeit in der Käserei Mühlrüti als Betriebsleiter angefangen; erst 16 Jahre später, 1999, bekam er die Chance, die Käserei zu kaufen. 2003/2004 habe er die Käserei komplett umgebaut und einen Anbau für die Milchtankanlage realisiert. Als 2012 die Käserei in Libingen geschlossen wurde, haben die Bauern von Libingen ihre Milch in seine Käserei gebracht. «Plötzlich hatte ich einen Platzmangel im Käsekeller», so Michael Künzle. Den Käse musste er zum Ausreifen auf verschiedene Keller in der Region verteilen. «Das war kein Zustand», erinnert er sich. Deshalb kam er auf die Idee «was Rechtes zu machen». Und das Rechte war in diesem Fall sein neuer, grosser Käsekeller, den er 2013 einweihen konnte. Jetzt ist Platz für 14'000 Tilsiter-Laibe. Neben der Käserei betreibt Michael Künzle eine Schweinemast mit 600 Tieren, «mit Auslauf», wie er betont.

**Vom runden und eckigen Tilsiter**

Spezialisiert hat sich Michael Künzle auf den roten Tilsiter, den er aus den täglich angelieferten 4'800 Liter Milch herstellt. «Sehr gute Milch», betont er. Das sei die Grundvoraussetzung für ein gutes Produkt. Geliefert wird diese Milch von 19 Bauern aus der Umgebung. Pro Monat entstehen so acht bis zehn Tonnen Tilsiter-Käse à 4,3-Kilo-Laibe plus zusätzlich die eigenen Käsekreationen. Bei seiner Arbeit hilft ihm ein junger Käser, der zu hundert Prozent angestellt ist, sowie eine Aushilfe für die Käsepflege und eine für die Schweinemast. Wobei die Käsepflege eigentlich von «Susi» gemacht wird. «Susi» ist sein Roboter, der die runden Tilsiter schmiert. Was die Maschine aber nicht kann: eckige Tilsiter schmieren. Genau das ist eine Spezialität von Michael Künzle: der eckige Tilsiter mit dem Euromass 60 mal 30 Zentimeter. Dieser ist bei den Grossverteilern beliebt, weil sie ihn mit weniger Schnittverlusten besser in aufgeschnittenen Scheiben verkaufen können. Auch im Export scheint sich diese Tilsiter-Variante langsam durchzusetzen.

«Ich bin sehr flexibel und kann mit verschiedenen Käseformen produzieren», sagt Michael Künzle. Das braucht er auch für seine eigenen Käse-Kreationen, wie den «Fyrobig-Chäs», den «Sternenkäse», den Bergrahmkäse oder das Raclette aus Rohmilch.

**Der Meisterkäser**

Für die Käseherstellung brauche es «Gspüri», betont Michael Künzle. Ein Laie kann mit den besten Zutaten kein gutes Menü kochen, wenn er es nicht gelernt hat. Genauso funktioniert das beim Käsen. Dass er ein Meisterkoch bzw. Meisterkäser ist, belegen die Taxationen seines Tilsiters. Bei jeder monatlichen Lieferung wird der Käse von Experten taxiert. Angeschaut wird das Aussehen des Käses, der Teig, der Geschmack und die Lochung. Maximal können 20 Punkte geholt werden. «Auch in diesem Jahr lief es bisher sehr gut», sagt Michael Künzle. Jedes Jahr gibt es eine Rangliste der besten Tilsiter-Käser. Michael Künzle ist immer unter den besten fünf. Sein Käsehändler Josef Hardegger habe gratuliert und geschrieben: «Das wird ja schon zur Gewohnheit…» 2010 war sein roter Tilsiter mit dem Titel «Meistertilsiter» von einer Publikumsjury an der Olma geehrt worden.

**Der Schweizer Tilsiter**

Der Tilsiter Switzerland gehört seit 1893 zu den beliebtesten Käsesorten in der Schweiz. Hohe Qualität, 100% Natürlichkeit und der faire Preis machen ihn überall beliebt. Das Tilsiter-Land liegt in der Ostschweiz, im Dreieck Thurgau – St. Gallerland – Zürcher Oberland. Hier liefert mancher Bauer die Milch in die Tilsiter-Käserei. Stets ist es ein Familienbetrieb in nächster Nähe.

Mögen Sie regionale Produkte? Dann gönnen Sie sich echten Schweizer Tilsiter!

**Tilsiter an der Olma**

Tilsiter ist auch dieses Jahr wieder an der Olma vertreten. Da kann man die verschiedensten Sorten des Tilsiter-Käses degustieren – und mit dem Käser über Geschmacksnuancen diskutieren.

Tilsiter Switzerland
Der Schweizer Käse.

Publireportage

# Peter Strähl – für jeden Geschmack etwas dabei

Grösste Käserei im Thurgau als Pionier vom grünen Past- und gelben Rahm-Tilsiter.

Die Strähl Käse AG im thurgauischen Siegershausen ist mit über 80 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die grösste Käserei im Thurgau. Geschäftsführer Peter Strähl: «Als mein Grossvater 1935 die Käserei, damals noch in Biessenhofen, gründete, wollte er neue Käsesorten entwickeln.» Bereits 1936 machte er erste Versuche, einen pasteurisierten Tilsiter herzustellen. Erst nach dem Krieg kam er darauf zurück. Es wurde zu einer Erfolgsgeschichte.

**SIEGERSHAUSEN.** Es war 1952, als es dann Peter Strähls Grossvater Paul Strähl gelang, den pasteurisierten Tilsiter mit der grünen Etikette anzufertigen. Genau im selben Jahr begannen die Bauarbeiten für die neue Käserei und das Wohnhaus in Siegershausen, dem heutigen Standort. Peter Strähl: «Mein Grossvater war zäh und eigenwillig und schaffte so den Durchbruch.» Dem wachsenden Bedürfnis nach Bio-Produkten wird seit 2008 – als Ergänzung – der Bio-Rahmtilsiter mit der gelben Etikette gerecht. Aber: Strähl hat viele weitere eigene Produkte. So werden heute rund zwanzig verschiedene Halbhart- und Weichkäse sowie verschiedene Schmelzkäse-Produkte hergestellt.

Peter Strähl, Geschäftsführer der Strähl Käse AG in Siegershausen.

**Gemeinsam in die Zukunft**

In diesem Jahr hat Peter Strähl zusammen mit Astrid Holenstein-Strähl die operative Führung des Unternehmens übernommen. «Es war kein leichter Entscheid», sagt er heute. Denn in eine Unternehmerfamilie geboren zu werden, sei gekoppelt mit der Entscheidung, in die Fussstapfen des Vaters zu treten oder einen eigenen Weg zu finden. Aber für Astrid Holenstein und ihn sei es bald klar gewesen: «Wir übernehmen die Verantwortung für die nächste Generation.»

Heute verarbeitet die Strähl Käse AG bis zu 150'000 Liter Milch pro Tag. Die Lagerhallen haben eine Kapazität von bis zu 1'000 Tonnen Käse. «Die unternehmerischen Aufgaben sind nicht kleiner geworden», sagt Peter Strähl. Die Komplexität in den Prozessen, die Einhaltung von immer wieder neuen gesetzlichen Auflagen und der gewachsene Margendruck im In- und Ausland seien nur ein paar Faktoren. Aber: «Jede Generation musste sich mit Problemen unter anderen Vorzeichen auseinandersetzen.» Sein erklärtes Ziel sei es, dass die Kunden die Strähl Käse AG auch in zwanzig Jahren als leistungsfähigen, unabhängigen und verlässlichen Partner wahrnehmen.

**Siegershausen als Glücksfall**

Als 1954 die Käserei in Siegershausen bezogen werden konnte, ahnte noch niemand, wie der Betrieb einst wachsen könnte – ausser vielleicht Paul Strähl. Denn er hatte rund 24'000 Quadratmeter grüne Wiese gekauft und so das Potenzial für den weiteren Ausbau geschaffen. Peter Strähl: «Seither wurde laufend erweitert: Kantine und Mehrzweckssaal 1962, wie auch Bau eines Mehrfamilienhauses, 1965 Schweinestallungen, 1971 Neubau der Käserei. 1977 Neubau der Spedition, 1994 Neubau Verpackerei, 1998 und 2001 Neubau Käselager und Lagerhalle, 2009 Erweiterung der Raclette-Keller und aktuell die Käserei-Erweiterung.» Die Optimierung der Abläufe und die Investition in moderne Maschinen seien ein nicht endender Prozess, sagt Peter Strähl. Es gehe darum, immer wieder aufs Neue marktgerecht produzieren zu können. Mit dem Neubau verfügt die Strähl Käse AG erstmals über eine betriebseigene Trafo-Station. Im Erdgeschoss befindet sich die eigentliche Produktion mit neuem Klima- und Abtropfraum und einer automatischen Salzbadanlage. Im 1. Obergeschoss ist die Anbindung an die bestehenden Produktion geplant, und im 2. Obergeschoss steht eine genügend grosse Reservefläche bereit, damit die Produktions-Kapazitäten in den nächsten Jahren weiter ausgebaut werden können.

**Das gemeinsame Frühstück**

Wie in jedem Familienunternehmen gibt es bei einem Generationenwechsel unterschiedliche Auffassungen über Arbeitsabläufe, Prioritäten und Zukunftsplanungen. «Dennoch», sagt Peter Strähl, «es ist die konstruktive Auseinandersetzung zwischen zwei Generationen, die ein Ziel verfolgen: den erfolgreichen Fortbestand eines organisch gewachsenen Unternehmens.» Unverändert hält man bis heute an einem Ritual aus den Anfängen fest: die familiäre Führungscrew trifft sich frühmorgens zum Frühstück am grossen runden Tisch des Wohnhauses in Siegershausen. Es geht dabei um den Austausch von Informationen, Ideen und Gedanken, welche für das bevorstehende Tagesgeschäft wichtig sein könnten.

**Beste Rohstoffe**

Es ist zwar eine Binsenwahrheit: Der Rohstoff für einen guten Käse ist gute Milch. Deshalb bildet die partnerschaftliche Beziehung zu den Milchbauern und die regelmässige Überprüfung der Milchqualität die Basis für hervorragende Produkte. Diese Anstrengungen im Dienste einer stabilen Qualität lohnen sich; denn viele Käsespezialitäten aus dem Hause Strähl sind im wahrsten Sinne des Wortes ausgezeichnet. So sind unter anderen am renommierten SWISS CHEESE AWARD, einer Art Schweizer Meisterschaft der Käseproduzenten, erste und zweite Plätze für die Strähl-Käsespezialitäten keine Seltenheit.

**Der Schweizer Tilsiter**

Der Tilsiter Switzerland gehört seit 1893 zu den beliebtesten Käsesorten in der Schweiz. Hohe Qualität, 100% Natürlichkeit und der faire Preis machen ihn überall beliebt. Das Tilsiter-Land liegt in der Ostschweiz, im Dreieck Thurgau – St. Gallerland – Zürcher Oberland. Hier liefert mancher Bauer die Milch in die Tilsiter-Käserei. Stets ist es ein Familienbetrieb in nächster Nähe.

Mögen Sie regionale Produkte? Dann gönnen Sie sich echten Schweizer Tilsiter!

**Tilsiter an der Olma**

Tilsiter ist auch dieses Jahr wieder an der Olma vertreten. Da kann man die verschiedensten Sorten des Tilsiter-Käses degustieren – und mit dem Käser über Geschmacksnuancen diskutieren.

Tilsiter Switzerland
Der Schweizer Käse.

Publireportage

# Michael Landolt – der Meistertilsiter-Käser

Ein schöner Hof, vier aufgeweckte Kinder und ein gutmütiger Hund.

Die Käserei Warthausen in Schänis, in der Linthebene, ist ein waschechter Familienbetrieb. Die drei Brüder Landolt und der Vater arbeiten hier eng zusammen. Was den Betrieb auszeichnet: die hohe Qualität ihres Schweizer Tilsiter-Käses, für den sie nationale wie internationale Auszeichnungen erhielten. Hinzu kommt eine Schweinezucht und -mast mit rund 1'000 Tieren.

**SCHÄNIS.** Kommt man auf den Hof der Landolts, springt einem der gutmütige Hofhund Zorro entgegen, eine Mischung aus Border Collie und Bergamasker; er bellt nicht. «Er sollte das Areal bewachen», sagt Michael Landolt. Er belle keine fremden Autos oder Personen an, die auf den Hof kommen, sondern nur die Schweine, wenn er sie treiben müsse. «Typisch Bergamasker – ein Hirtenhund», lacht Michael Landolt.

Michael Landolt (links), zusammen mit seinem Vater und Bruder.

**Die fünf grossen M**

1990 hatte er sich entschlossen, eine Käserlehre zu machen – ausserhalb des väterlichen Betriebs, aber sehr zur Freude seines Vaters. Denn als der sah, dass er den Betrieb in die dritte Generation überführen könnte, baute er 1992 den ganzen Hof um und vergrösserte massiv. Er selbst hatte den Hof 1972 von Michaels Grossvater Melchior Landolt übernommen, der seit 1967 Tilsiter käste. Seit 1994 arbeitet Michael Landolt im Betrieb; 2008 übernahm er ihn von seinem Vater. Sie gründeten eine Aktiengesellschaft, an der er selbst, sein Bruder Martin, der die Schweinemast betreibt, und sein Vater beteiligt sind. Der zweite Bruder, Markus, hilft beim Käseschmieren aus. Wie auch der Vater einfach dort aushilft, wo Not am Mann ist. Eine schöne Pointe bei den Landolts: Der Vater heisst Marcel, also noch ein grosses M am Anfang der Vornamen …

**Der Kampf um die hohe Tilsiter-Qualität**

«Es ist das Ziel, unseren Käse immer in der gleich hohen Qualität herzustellen», betont Michael Landolt. Dennoch gebe es Unterschiede im Geschmack. Wer das bestreite, schmecke das falsch. Im Sommer können die Kühe auf die Weide. Das hat Auswirkungen auf die Milch. Der Käse wird dann etwas dunkler und feiner. Im Winter, wenn die Tiere mit Heu ernährt werden, wird der Käse etwas weisslicher und fester. Am schwierigsten seien die Übergangszeiten im Frühling und Herbst bei Mischfutter. Hier zählt nun die Erfahrung des Käsers, um immer den gleichen Fettgehalt des Käses zu bekommen und mit der richtigen Brenntemperatur zu arbeiten.

Wie gut der Käse von Michael Landolt ist, zeigt die Taxierung. Die Käse werden monatlich bewertet. Mit 19 von 20 Punkten gilt ein Käse als gut, aber nicht mehr als Premiumkäse. Im letzten Jahr erreichten die Tilsiter-Käse von Michael Landolt durchschnittlich 19,8 Punkte. Als er vor drei Jahren bei der Publikums-Jurierung an der Olma den Titel des «Meistertilsiters» holte, brachte das für ihn viel Aufsehen. Die Leute seien zu ihnen auf den Hof gekommen, alle wollten den Meistertilsiter. Als der ausverkauft war, habe er immer gesagt: «Wir haben noch andere Tilsiter, alle sind ausgezeichnet.»

**Angebot diversifiziert**

Die Milch für seinen Käse bezieht Michael Landolt ausschliesslich aus der Region: Es sind Bauern im Umkreis von drei Kilometern, die täglich Milch anliefern. Hergestellt wird der rote, mittelreife Tilsiter aus Rohmilch. Rund 1'000 Laibe Tilsiter à 4,3 Kilo werden monatlich an etwa zehn Verteiler ausgeliefert. Pro Jahr verarbeitet der Betrieb rund 700'000 Liter Milch.

Neben Tilsiter stellt Michael Landolt seit 1997 die Eigenkreation «Linthchäs» her, die er selber vermarktet und an über dreissig Kunden im Linthgebiet bis Rapperswil, ins Glarnerland und nach Winterthur liefert. Eine weitere Spezialität des Hauses ist der viereckige Raclette-Käse à 4,3 bis 4,8 Kilo pro Laib, von dem er fünfzehn bis zwanzig pro Monat herstellt. Im Winter kommt noch das Hausfondue dazu. «Das läuft sehr gut», sagt Luzia, Michaels Frau. Über 10'000 Portionen verkaufen sie im Winter an Laufkundschaft, aber auch an Restaurants in der Region.

**Hoffnung auf die vierte Generation**

1997 hatten die Landolts den Käsekeller ausgebaut – auf eine Kapazität von rund 6'500 Laibe. «Zeitweise ist er fast voll», meint Michael Landolt und fügt hinzu, dass er eigentlich gross genug sei, um einen Roboter einbauen zu können. Aber zunächst habe der Stall Priorität. Zwar hätten sie diesen 2003 bereits baulich angepasst, eine weitere Anpassung komme nun aber im nächsten oder übernächsten Jahr. Weiter in die Zukunft geblickt, auf die vierte Generation Landolt, ist er optimistisch: «Ich habe ja vier Söhne, vielleicht ist einer dabei, der auch mal Käser werden möchte.» Die vier Söhne heissen: Manuel, Jonas, Julian und Leandro.

**Der Schweizer Tilsiter**

Der Tilsiter Switzerland gehört seit 1893 zu den beliebtesten Käsesorten in der Schweiz. Hohe Qualität, 100% Natürlichkeit und der faire Preis machen ihn überall beliebt. Das Tilsiter-Land liegt in der Ostschweiz, im Dreieck Thurgau – St. Gallerland – Zürcher Oberland. Hier liefert mancher Bauer die Milch in die Tilsiter-Käserei. Stets ist es ein Familienbetrieb in nächster Nähe.

Mögen Sie regionale Produkte? Dann gönnen Sie sich echten Schweizer Tilsiter!

**Tilsiter an der Olma**

Tilsiter ist auch dieses Jahr wieder an der Olma vertreten. Da kann man die verschiedensten Sorten des Tilsiter-Käses degustieren – und mit dem Käser über Geschmacksnuancen diskutieren.

Tilsiter Switzerland
Der Schweizer Käse.

Publireportage

# Roger Hug – Käse, Familie und Hobbys

Der grösste Hersteller von rotem Tilsiter weiter auf Wachstumskurs.

Roger Hug, Inhaber der Käserei Gupfen im thurgauischen Wiezikon bei Sirnach, gibt Gas. Im April dieses Jahres bezog er sein neu gebautes Käse-Reifungslager in der Gemeinde Fischingen. Dort hat er Platz für 30'000 Tilsiter-Laibe.

**WIEZIKON BEI SIRNACH.** Vor vier Jahren habe er mit der Planung des neuen Käse-Reifungslagers begonnen, erzählt Roger Hug. Dabei sei er auch mit Alois Kappeler von der Käserei Seelmatten in Turbenthal ins Gespräch gekommen. Irgendwann kamen sie zum Schluss, dass die Käserei Gupfen und die Käserei Seelmatten ihre Betriebe fusionieren. Nebst dem Betrieb der Spedition und des Käse-Reifungslagers, konnte zeitgleich auch die Käserei Gupfen in die neue Firma Tannzapfenland Käse AG integriert werden.

Roger Hug, Inhaber der Käserei Gupfen in Wiezikon bei Sirnach.

**Qualität zu halten ist wichtig**

Die Käserei von Roger Hug bezieht pro Jahr rund 2,7 Mio. Liter Milch von zwölf Bauern aus einem Umkreis von fünf Kilometern. Daraus entstehen pro Monat durchschnittlich 4'500 Käse-Laibe à 4,3 Kilo. Durch die Fusion mit Seelmatten kommen 1,5 Mio. Liter Milch von neun Bauern dazu. Neue, grössere Milchtanks hat Roger Hug bereits gekauft. Wichtig ist ihm, die gute Qualität seines roten Tilsiters zu halten. «Oben bei der Qualität ankommen, ist das eine, das andere ist oben zu bleiben», sagt Roger Hug. Das brauche Anstrengungen und eine grosse Erfahrung. Das sagt einer, der als mehrfacher Finalist bei den Meistertilsitern brilliert hat. Tilsiterkäse wird bei jeder monatlichen Lieferung von Experten taxiert. Dabei spielen das Aussehen eine Rolle, der Teig, der Geschmack und die Lochung. Maximal können 20 Punkte erreicht werden. Roger Hugs durchschnittliche Taxierung im letzten Jahr: 19,75 Punkte – ein grossartiges Ergebnis!

**Beruf und Familie vereinen**

Vor 15 Jahren hat Roger Hug die Käserei von seinem Vater übernommen, der seinerseits den Betrieb 1969 gekauft hatte. Seit 1996 gehören zum Unternehmen eine Schweinemästerei mit rund 600 Tieren sowie ein Schweinezuchtbetrieb mit etwa 120 Muttertieren. Das alles bedeutet eine 7-Tage-Woche. Zu Hilfe gehen ihm dabei drei Festangestellte, drei Aushilfen – und seine Frau. «Man merkt erst, was sie alles im Hintergrund macht, wenn sie einmal ein paar Tage weg ist», meint Roger Hug. Ohne sie könnte er das alles gar nicht schaffen. Neben dem Telefondienst, der Rückendeckung im Büro und dem Führen des eigenen Käseladens, erzieht sie auch die beiden Kinder: ein elfjähriges Mädchen und ein achtjähriger Knabe. Über seine Nachfolge im Betrieb macht sich Roger Hug noch keine grossen Gedanken. Aber: «Natürlich wäre es schön, wenn einst eines der Kinder die Familientradition weiterführen könnte.» Aber das werde man dann ja sehen, von ihm gebe es keinen Druck. Er sei einfach froh, wenn er genug Zeit mit seiner Familie verbringen könne: «Die Familie ist mir das Wichtigste».

**Fussball und Motoren**

Dennoch bleibt Roger Hug etwas Zeit für seine Hobbys. Nur eines hat in den letzten Jahren etwas gelitten: sein Faible für den FC St.Gallen («Ich bin ein grosser Fan.»). Früher hatte er immer eine Saisonkarte, ging auch schon mal an Auswärtsspiele und Cupspiele. Aber dafür sei auch wegen des Neubaus und dem ganzen Drumherum einfach zu wenig Zeit geblieben. Das Ziel sei nun aber, wieder eine Saisonkarte zu erwerben. Schliesslich wäre noch sein Motorrad zu erwähnen, mit dem er gerne grössere und kleinere Touren unternimmt.

**Visionen für die Zukunft**

Seinem Betrieb geht es wirtschaftlich gut, betont Roger Hug. Aber der Druck habe in den letzten 15 Jahren laufend zugenommen. Es gibt mehr Konkurrenzprodukte – auch aus dem Ausland. Nicht zuletzt deshalb habe er in den letzten zehn Jahren zahlreiche eigene Käsesorten entwickelt, die er ebenfalls im Käseladen verkauft. Tilsiter bleibt auch bei ihm der umsatzstärkste Käse. Roger Hug denkt bereits weiter: Mittelfristig könnte auch die Käserei an den Standort des neuen Käse-Reifungslagers umgesiedelt werden. Aber da gebe es noch viele Abhängigkeiten, zum Beispiel wie sich der Markt entwickelt.

**Der Schweizer Tilsiter**

Der Tilsiter Switzerland gehört seit 1893 zu den beliebtesten Käsesorten in der Schweiz. Hohe Qualität, 100% Natürlichkeit und der faire Preis machen ihn überall beliebt. Das Tilsiter-Land liegt in der Ostschweiz, im Dreieck Thurgau – St. Gallerland – Zürcher Oberland. Hier liefert mancher Bauer die Milch in die Tilsiter-Käserei. Stets ist es ein Familienbetrieb in nächster Nähe.

Mögen Sie regionale Produkte? Dann gönnen Sie sich echten Schweizer Tilsiter!

**Tilsiter an der Olma**

Tilsiter ist auch dieses Jahr wieder an der Olma vertreten. Da kann man die verschiedensten Sorten des Tilsiter-Käses degustieren – und mit dem Käser über Geschmacksnuancen diskutieren.

Tilsiter Switzerland
Der Schweizer Käse.

# «Ikonen»

**TV-Spots 2015**

«Üse Hoselupf»

«Üsi HiFi-Aalag»

«Üsi Iisbahn»

«Üse Chäs»
«Tilsiter. Der Schweizer Käse.»

# «Waffen»

**TV-Spots 2015**

«Nos forces aériennes»

«Notre arme secrète»

«Notre tireur d'élite»

«Notre fromage»
«Tilsiter. Le fromage suisse.»

# Neue Website, Sponsoring und Give-Aways

volleyamriswil
Saison 2015-16
Herzlichen Dank
für Ihre Unterstützung!
Tilsiter
SWITZERLAND
DER SCHWEIZER KÄSE.
Foto: Mario Gaccioli, Kreuzlingen

Tilsiter
Memo
DAS SCHWEIZER MEMOSPIEL.

# Export

**SWIZZROCKER – die Geburt einer neuen Käsemarke**

Wie eine Frau nicht halb schwanger sein kann, so machten auch wir bei der Zeugung vom SWIZZROCKER keine halben Sachen. Das Ziel war von Anfang an klar: Es galt den langjährigen AlpenTilsiter zu ersetzen, ihm ein neues Kleid zu geben, noch affiner zu machen für unsere anspruchsvolle Kundschaft in Deutschland. Das Produkt ist noch heute dasselbe: Es ist der bekannte und in der Schweiz sehr beliebte Rote Rohmilchtilsiter, vier bis sechs Monate gereift im Reifestadium Surchoix.

SWIZZROCKER®

DIE FREIHEIT ZU GENIESSEN

Auf Anfang 2015 war dann die Geburtsstunde vom SWIZZROCKER. Die Geburtswehen waren kurz, die Bestellungen konnten termingerecht beliefert werden und der neue Käse fand seinen Weg zum deutschen Konsumenten, als Thekenprodukt mit Promotionsunterstützung sowie über zahlreiche Fach- und Gourmetmessen. Die Art, wie der neue Käse aufgenommen wurde, war geradezu berauschend und motivierend für uns alle. Es ist eben schon so, dass Kleider auch Leute machen, und in diesem Fall eine neue Marke Interesse weckt, ja sogar die vermeintliche Geschmacksempfindung massgeblich beeinflusst. Immer mehr Konsumenten sind sich nicht mehr sicher, welcher nun wirklich der würzigste Käse der Schweiz ist. Dabei hat er diesen Vergleich gar nicht nötig, denn der SWIZZROCKER ist ein neues Original, bricht aus den bekannten Käsestrukturen, weckt die Abenteuerlust und Freiheitsgefühle beim Konsumenten und hält dieses Versprechen dann auch – durch seine ausserordentliche Geschmacksentwicklung, sein einzigartiges Genusserlebnis.

Der SWIZZROCKER – unser neues Käsekind – hat nun laufen gelernt, zuerst mit tatkräftiger Unterstützung von uns, von seinen Eltern. Nun gilt es, die Stützräder abzuschrauben, ihm zu helfen, selber in die Pedalen zu treten und Fahrt aufzunehmen. Wir zeigen ihm den richtigen Weg, erwachsen zu werden und sich als eigenständiges, einzigartiges Produkt im deutschen Käsemarkt zu bewähren.

Es war für mich eine grosse Chance, nochmals eine Schwangerschaft und eine Geburt so nahe mitzuerleben. Nach über 30-jähriger Tätigkeit für SCM Deutschland darf ich im laufenden Jahr selber einen neuen Lebensabschnitt beginnen, pensioniert und damit unabhängig und frei, offen für neue Erlebnisse. Der SWIZZROCKER fügt sich nahtlos in die Reihen der grossen Schweizer Käse ein, wir passen zueinander und werden uns noch Jahre gegenseitig inspirieren.

Günter Wolf, SCM Deutschland

Tilsiter

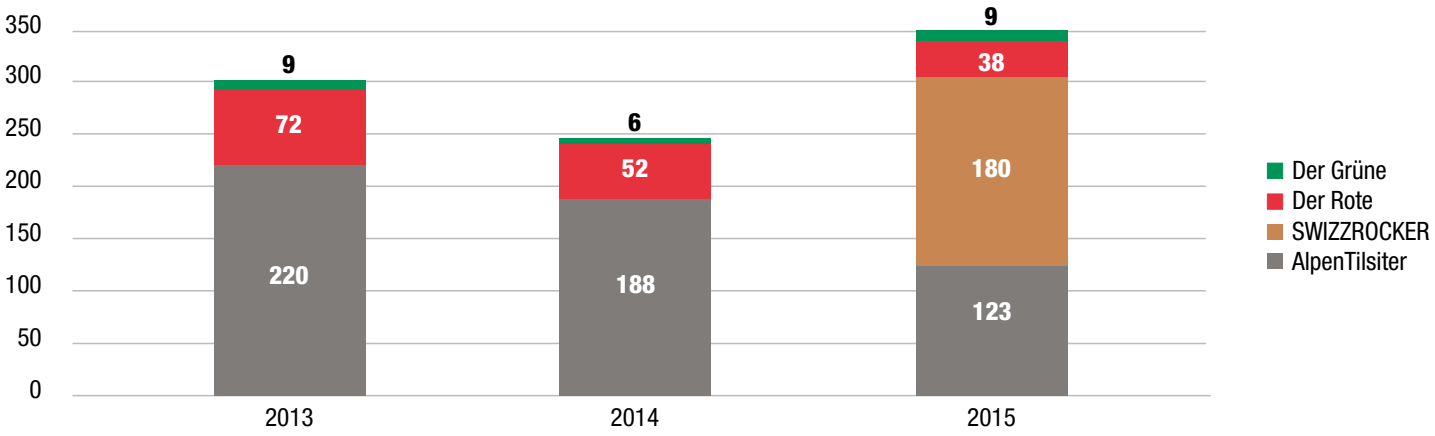
SWIZZROCKER
HARLEY-DAVIDSON
USA

| Tilsiter Switzerland Exportstatistik | 2014 | 2015 | Index |
|---|---|---|---|
| | **Tonnen** | **Tonnen** | **%** |
| Total | 3085 | 3159 | 102 |
| Schweiz | 2810 | 2833 | 101 |
| Export | 246 | 350 | 142 |
| **Exportanteil** | **8.0%** | **11.1%** | **139** |

| | **Kilo** | **Kilo** | **%** |
|---|---|---|---|
| **Europa** | **224'813** | **334'108** | **149** |
| Deutschland | 189'441 | 302'707 | 160 |
| Österreich | 23'351 | 19'101 | 82 |
| Holland | 2'663 | 616 | 23 |
| Frankreich | 5'481 | 11'113 | 203 |
| Italien | 3'629 | 258 | 7 |
| Spanien | 247 | 313 | 127 |
| Übriges Europa | – | – | 0 |
| **Anteil Europa** | **91.4%** | **95.5%** | **104** |

| | **Kilo** | **Kilo** | **%** |
|---|---|---|---|
| **Andere Märkte** | **21'005** | **15'502** | **74** |
| Airlines | 12'210 | 8'513 | 70 |
| Südamerika | 4'357 | 2'545 | 58 |
| Asien | 2'181 | 2'142 | 98 |
| Kanada | 1'647 | 1'625 | 99 |
| USA | 561 | 597 | 106 |
| Australien | 49 | 80 | 164 |
| Übrige | – | – | 0 |
| **Anteil andere Märkte** | **8.5%** | **4.4%** | **52%** |

**Tonnen**



SWIZZROCKER
MAL RAUS AUS DEM KÄSE-ALLTAG.
55 GEWINNE, DIE DEN TISCH ROCKEN!
NEU

MAL RAUS AUS DEM KÄSE-ALLTAG.
SWIZZROCKER
DIE FREIHEIT ZU GENIESSEN
WER SO DRAUF IST, MUSS WAS DRIN HABEN.
SWIZZROCKER

# Regionalität und Qualität

**Walter Jäggi, Leiter Produktion & Qualität der Sortenorganisation Tilsiter Switzerland**

**Frisch, natürlich und weitgehend naturbelassen: So wünschen sich die Leute vermehrt ihre Nahrung und deren Produktion. Mit Sicherheit kennt der Detailhandel die Resultate von verschiedenen Trend-Studien, die momentan alle aussagen: Regional ist das neue Bio! Damit sind all die Studien genau auf unserer Wellenlänge und der Tilsiter-Käse einmal mehr in aller Munde.**

Regional produziert und mehr als nur schweizweit ein Genuss, so verhält sich dies ja gerade beim Tilsiter. Genau das wollen wir unseren Kunden mit unserem Käsesortiment bieten. Der Bezug zur Regionalität muss echt sein und nicht nur auf Hochglanzpapier gedruckt gut ausschauen. Die Kühe, welche die feine Milch für den Tilsiter-Käse liefern, werden mit einheimischem Futter ernährt, und die Transportwege für die gewonnene Milch sind kurz und nicht Hunderte von Asphaltkilometern lang. Wir sind mit Recht stolz darauf, dass wir unseren Bezug zur Heimat so gelungen umsetzen und trotzdem mit dem Käse auch im Export viel Erfolg und Anerkennung erfahren dürfen.

**Qualität ist entscheidend**

Neben der Regionalität ist uns die Käsequalität des Tilsiters entscheidend. All unsere Anstrengungen kommen in der Qualität zum Ausdruck: von der ersten Milchprobe noch beim Bauern zuhause über die Qualitätsüberprüfung in der Käserei hin zur Taxation des Tilsiter-Käses im Handelskeller bis zur Schulung unserer Degustantinnen, die den Tilsiter-Käse an der Verkaufsfront präsentieren. Die feinen Tilsiter-Käse können Sie heute sowohl in der anspruchsvollen Bio-Qualität als auch konventionell hergestellt geniessen. Der Konsument hat so die echte Freiheit, zu wählen. Immer bekommt er aber beste geschmackliche Handwerkskunst aus regionalen Käsereien.

**Ab wie eine Rakete**

Neu im Sortiment ist der Bio Surchoix Tilsiter. Er übernimmt das Erbe vom Bio Alpenland Tilsiter, der wegen den Namensbestimmungen ab 2015 nicht mehr verkauft werden darf. Auch im Export löst wegen der gleichen Bestimmung der SWIZZROCKER den Alpen Tilsiter ab. Im ersten Berichtsjahr ist der SWIZZROCKER dabei gleich abgezischt wie eine Rakete. Der typische Tilsiter-Geschmack kommt also nicht nur in der Schweiz, sondern auch im Ausland bestens an. Dabei ist es beeindruckend, wie der Grüne Tilsiter in der Beliebtheit immer mehr Beachtung gewinnt. Schon letztes Jahr habe ich an dieser Stelle beim Roten Tilsiter vom emotionalen und beim Grünen Tilsiter vom mengenmässigen Sieger gesprochen. Auch dieses Jahr schaut es genauso aus. Ob es das «frisch und natürlich» ist, das die Konsumenten bei der grünen Variante suchen oder doch eher die gelebte Regionalität? Aus meiner Sicht ist es vermutlich der gelungene Mix aus all diesen wichtigen Puzzleteilen.

**Kommunikation über alle Stufen**

Dabei soll natürlich nicht nur der Geschmack allein, sondern eben auch die Vielfalt des Tilsiters (rot, grün oder gelb) jederzeit und in gewohnt guter Qualität den Konsumenten überzeugen. Dies bedingt über alle Stufen hinweg eine klare und verbindliche Kommunikation, damit die Milch im richtigen Moment für den Käser verfügbar ist. Der Käseproduzent muss sich seinerseits mit dem Handel absprechen, damit die richtige Käsemenge mit der notwendigen Vorlaufzeit hergestellt werden kann. Damit der Tilsiter-Käse später im optimalen Reifestadium zum Konsumenten gelangt. Im Gestell beim Detailhändler soll der Kunde seine Wahlfreiheit nutzen und natürlich seinen Lieblingskäse finden. Dass dies auch immer wieder Tilsiter ist, freut uns sehr und bestätigt unseren grossen Aufwand und all die Bemühungen um unseren Käse. Wir wollen authentisch bleiben, ganz nah am Produkt und Markt zuhause sein und uns freuen, wenn wir damit Erfolge feiern können.

**Kennen Sie die neue Website?**

Im letzten Jahr durfte ich erstmals selber an der Anuga in Köln, an vorderster Front, unseren SWIZZROCKER der Kundschaft vorstellen. Dieser Anlass war neben der OLMA mit Sicherheit einer der Höhepunkte in meinem Käsejahr. Viel Freude macht daneben auch die neue Tilsiter-Website. Wenn Sie diese noch nicht entdeckt haben, ist es jetzt höchste Zeit: Lassen Sie sich inspirieren und folgen Sie der virtuellen Tilsiter-Welt auf dem Weg zum Genuss.

**Knackpunkte meistern**

Ganz speziell freue ich mich über die sehr gute Käsequalität in diesem Berichtsjahr. Der Anteil von 1a-Käse bei den Taxationen ist erneut gestiegen. Dabei sind unsere Kontrollen immer komplexer und nicht etwa einfacher geworden. Spannend ist zudem das grosse Käseumfeld, das uns immer wieder neue Ansatzpunkte für die Qualität liefert. Stichworte dazu sind: automatische Melksysteme, tiergerechte Laufställe, Futtermanagement für die Milchkuh, Histamin-Grenzwerte im Käse, biogene Filme bei der Reinigung der Anlagen usw. Darunter hat es echte Knackpunkte, und einmal mehr bin ich froh, so gut in die grosse Tilsiter-Familie eingebettet zu sein. Gemeinsam packen wir solche Themen an und können die richtigen Schritte zusammen festlegen. Das macht uns stark und gleichzeitig fit für den Markt.

Es bleibt also an allen Fronten spannend. Dass dabei nicht nur der Export eine eigene Logik hat und nicht alles aus der vertrauten Schweizer Sicht betrachtet werden kann, ist meine persönliche Herausforderung für das kommende Jahr. Gerne berichte ich Ihnen darüber beim nächsten Mal.

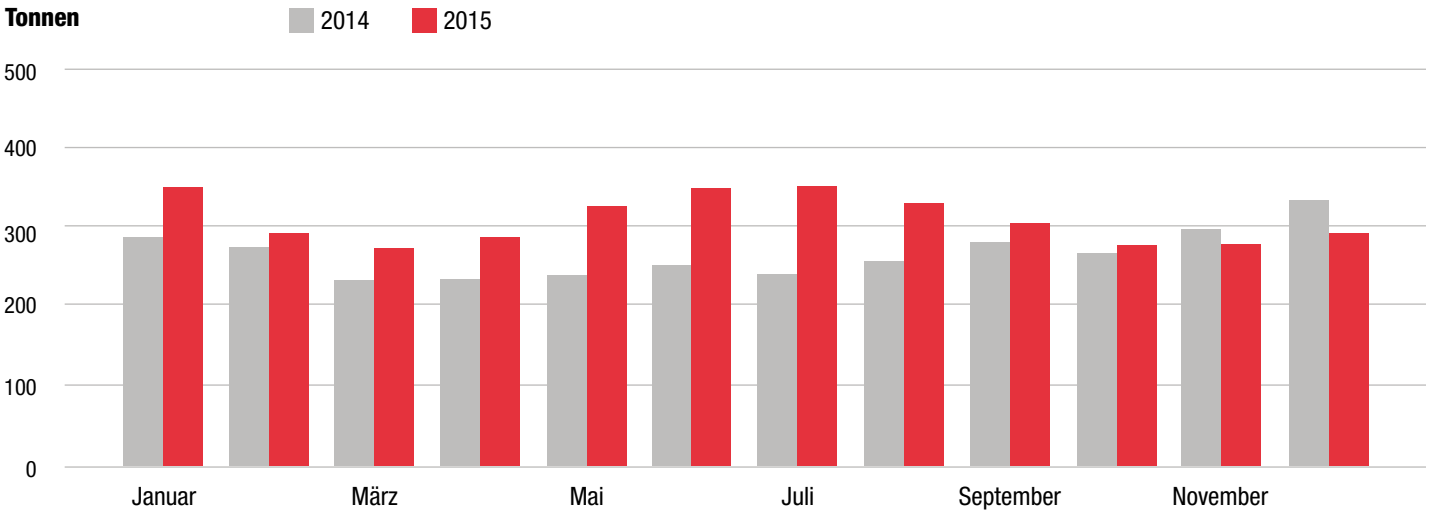
| Die fünf besten Rohmilch Tilsiter-Käsereien 2015 | |
|---|---|
| **Paul Hug** | Käserei Maseltrangen, Rufi Schänis |
| **Michael Künzle** | Bergkäserei, Mühlrüti |
| **Michael Landolt** | Käserei Warthausen, Schänis |
| **Bänteli Arnold** | Käserei Schloss Herdern, Herdern |
| **Alois Kappeler** | Käserei Seelmatten, Turbenthal |

| Auszeichnungen für Tilsiter Switzerland Käse 2015 | |
|---|---|
| **DLG-Auszeichnungen 2015, Würzburg** | |
| AlpenTilsiter | Gold |
| SWIZZROCKER | Gold |

# Kennzahlen

| Produktion | 2014 | 2015 | Veränderung |
|---|---|---|---|
| | Kilo | Kilo | % |
| Tilsiter Switzerland, der Rote, | 1’465’029 | 1’468’763 | 0.3 |
| Davon Bioqualität | 69’866 | 75’735 | 8.4 |
| Past-Tilsiter Switzerland, der Grüne | 1’438’886 | 1’498’822 | 4.2 |
| Rahm-Tilsiter Switzerland, der Gelbe | 181’953 | 191’758 | 5.4 |
| **Total** | **3’085’868** | **3’159’343** | **2.4** |

**Lagerbestand 2015 Tilsiter Switzerland, der Rote**
Der Lagerbestand orientiert sich am Bedarf vom Handel und war im Vergleich zum Vorjahr etwas höher. Der saisonale Anstieg im Sommer zeigt auf, wie die Verkaufsspitze vom Herbst/Winter vorgeplant werden muss. So kann die gewünschte Reifezeit für die Käse stets im guten Bereich zugesichert werden.



| Tilsiter Switzerland Qualität 2015 | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | | **Kilo** | **%** |
| Klasse 1 | 20 Punkte | | 295’058 | 20.6 |
| Klasse 1 | 19.75 Punkte | | 420’147 | 29.3 |
| Klasse 1 | 19.5 Punkte | | 341’331 | 23.8 |
| Klasse 1 | 19.25 Punkte | | 169’102 | 11.8 |
| Klasse 1 | 19 Punkte | | 123’343 | 8.6 |
| Klasse 1 | 18.75 Punkte | | 19’787 | 2.1 |
| Klasse 1 | 18.5 Punkte | | – | |
| **Total Klasse 1** | **Übernahme Handel** | **Total** | **1’368’768** | **93.2** |
| | **Ortsreserve Käserei** | **Total** | **45’135** | **3.1** |
| **Total Klasse 2** | **deklassierte Käse** | **Total** | **54’860** | **3.7** |
| | | **Gesamttotal** | **1’468’763** | **100.0** |

| Absatz | | 2014 | 2015 | | Veränderung |
|---|---|---|---|---|---|
| | | **Kilo** | **Kilo** | **Kilo** | **%** |
| **Tilsiter Switzerland, der Rote (inkl. Bio)** | Schnittkäse Inland | 1’120’676 | 1’063’660 | – 57’016 | – 5.1 |
| **Tilsiter Switzerland, der Grüne** | Schnittkäse Inland | 1’433’034 | 1’489’088 | 56’054 | 3.9 |
| **Tilsiter Switzerland, der Gelbe (inkl. Bio)** | Schnittkäse Inland | 181’953 | 191’758 | 9’805 | 5.4 |
| **Industrie (Fondue, Schmelz- und Reibkäse)** | | 74’159 | 88’789 | 14’630 | 19.7 |
| **Absatz Inland Total** | | **2’809’822** | **2’833’295** | **23’473** | **0.8** |

# Sortenorganisation

**Die Sortenorganisation Tilsiter Switzerland stellt die Qualität und die Vermarktung des feinen Tilsiter Switzerland sicher. Sie vertritt die Interessen aller, die sich für seine einwandfreie Herstellung und seinen erfolgreichen Vertrieb einsetzen.**

Die Ziele und Strategien zur Absatzförderung sind: gemeinschaftliche Profilierung des Tilsiter Switzerland unter einheitlicher Marke; zielgerichtete Markenpolitik; gemeinsame Qualitätsziele und gemeinsames Qualitätsmanagement; gemeinsame Absatzförderung (Kommunikation, Werbung und Verkaufsförderung); koordinierter Mitteleinsatz; Förderung, Lenkung und Sicherstellung einer marktgerechten Produktion; Förderung des Exportes; Vollzug der durch das öffentliche Recht zugewiesenen Aufgaben; Vertretung der Organisation gegenüber Behörden und Öffentlichkeit.

**Sortenorganisation Tilsiter Switzerland GmbH**

**Tilsiter-Gesellschafter**
bestehend aus:

**Milchproduzenten**
- SMP (Schweizer Milchproduzenten)
- 2 Milchproduzenten-Verbände
- 27 Genossenschaften bzw. übrige Organisationen

**Fabrikanten**
- FROMARTE
- 2 regionale Milchkäuferverbände
- 25 gewerbliche und industrielle Fabrikanten

**Handel/Affineure**
- VSTH (Verband Schweizer Tilsiter-Händler)
- 11 Käsehändler und Exporteure

**Tilsiter-Kommission**

**Geschäftsstelle**
als Ausführungsorgan mit folgenden Aufgaben:

- Zielgerichtete, einheitliche Markenpolitik
- Werbung und Verkaufsförderung (aktive Markenorientierung und Kommunikation)
- Marktbeobachtung und Marktanalysen
- Produktionslenkung Rohmilch-Tilsiter
- Förderung des Exports
- Vermarktung der Industrieware
- Vertretung der Tilsiter-Käsewirtschaft
- Qualitätsförderung / Qualitätsmanagement

Das Stammkapital der Gesellschaft beträgt CHF 360'000.–. Das Stammkapital ist von den Milchproduzenten, den Fabrikanten, den Käsehändlern / Affineuren sowie deren Organisationen zu je einem Drittel übernommen und ist eingeteilt in 70 Stammeinlagen (= 70 Gesellschafter).

**Die Geschäftsstelle**
Peter Rüegg, Geschäftsführer
Claudia Moya, Marketing und Kommunikation
Walter Jäggi, Produktionslenkung, Qualitätsförderung, Inspektorat

**Die Tilsiter-Kommission (TK)**
Die Tilsiter-Kommission setzt sich aus zehn Mitgliedern zusammen, dem Präsidenten und je drei Vertretern der Milchproduzenten, Milchkäufer und Handel / Affineure.

Der Präsident und die TK-Mitglieder werden durch die Gesellschafterversammlung gewählt. Im Übrigen konstituiert sich die TK selbst.

Präsident
Frank Zellweger, lic. iur., Rechtsanwalt
Bahnhofstrasse 49, 8500 Frauenfeld

| Vertreter Milchproduzenten | Vertreter Milchkäufer | Vertreter Käsehandel / Affineure |
|---|---|---|
| **Martin Rüegsegger**<br>SMP<br>Weststrasse 10<br>3000 Bern 6 | **Heinz Habegger**<br>Käserei<br>9652 Neu St. Johann | **Peter Häfeli** (Präs. VSTH)<br>InterCheese AG<br>Industriestrasse 22<br>6215 Beromünster |
| **Ruedi Schnyder**<br>Bächistrasse 5<br>8566 Ellighausen | **Peter Strähl**<br>Strähl Käse AG<br>Bahnhofstrasse 1<br>8573 Siegershausen | **Philipp Müller**<br>Neuwies<br>9601 Lütisburg Station |
| **Ueli Keller**<br>Kirchweg 1<br>8514 Amlikon-Bissegg | **Paul Hug**<br>Käserei Maseltrangen<br>8723 Rufi | **Roland Unternährer**<br>Emmi AG<br>Industriestrasse 135<br>9201 Gossau |

# Fabrikanten und Handel

| Tilsiter Switzerland, der Rote | | | |
|---|---|---|---|
| **Bänteli Arnold** | Schloss Herdern | Käserei | 8535 Herdern |
| **Bühler Stephan** | Käserei Eggsteig | | 9534 Gähwil |
| **Habegger Heinz & Ruedi** | H & R Habegger AG | Käserei | 9652 Neu St. Johann |
| **Hug Roger** | Käserei Gupfen | Fischingerstrasse 4 | 8372 Wiezikon b. Sirnach |
| **Hug Paul** | Käserei Maseltrangen (Bio) | | 8723 Rufi |
| **Kappeler Alois** | Käserei Seelmatten | | 8488 Turbenthal |
| **Koch Paul** | Käserei | Käsereistrasse 6 | 8582 Dozwil |
| **Künzle Michael** | Bergkäserei | Dorf 2 | 9613 Mühlrüti |
| **Landolt Marcel** | Käserei Warthausen AG | Warthausen | 8718 Schänis |
| **Manser Thomas** | Käserei Bräägg | Brääggerfeld 1357 | 9602 Bazenheid |
| **Preisig Urs** | Käserei Rietwies | | 8499 Sternenberg |
| **Rüdisüli Franz** | Käserei Rüttiberg | | 8723 Rufi |
| **Rüegg Roland** | Käserei Rüegg GmbH | Neueggstrasse 2 | 8340 Hinwil |
| **Sutter Markus** | Käserei Egligen | Hintergoldingerstrasse 4 | 8638 Goldingen |
| **Wartmann Otto** | Käserei Holzhof | | 8514 Amlikon-Bisegg |

| Tilsiter Switzerland, der Grüne | | | |
|---|---|---|---|
| **Aeschlimann Walter** | Emmi AG | Seetalstrasse 200 | 6032 Emmen |
| **Fraefel Heinz** | Säntis Spezialitätenkäserei Linden | Linden 4 | 9300 Wittenbach |
| **Hardegger Josef** | Hardegger Käse AG, Käserei | Poststrasse 2 | 9243 Jonschwil |
| **Koller Philipp** | Käserei | Mezikonerstrasse 51 | 9543 St. Margarethen |
| **Oberli Christian** | Käserei Oberli Rislen AG | | 9512 Rossrüti |
| **Reichmuth Erich** | Schwyzer Milchhuus AG | Schützenstrasse 7 | 6430 Schwyz |
| **Strähl Peter** | Strähl Käse AG | Bahnhofstrasse 1 | 8573 Siegershausen |

| Rahm-Tilsiter Switzerland, der Gelbe | | | |
|---|---|---|---|
| **Fraefel Heinz** | Säntis Spezialitätenkäserei Linden | Linden 4 | 9300 Wittenbach |
| **Koller Philipp** | Käserei | Mezikonerstrasse 51 | 9543 St. Margarethen |
| **Müller Philipp** | Käserei Neuwies | | 9601 Lütisburg-Station |
| **Strähl Peter** | Strähl Käse AG | Bahnhofstrasse 1 | 8573 Siegershausen |

| Handel | | | |
|---|---|---|---|
| **Baumann Jörg** | Baumann Käse AG | Zürcherstrasse 9 | 3052 Zollikofen |
| **Fraefel Heinz** | Säntis Spezialitätenkäserei Linden | Linden 4 | 9300 Wittenbach |
| **Fuchs Patrick** | Fuchs + Co. AG | Greinastrasse 10 | 9400 Rorschach |
| **Häfeli Peter** | InterCheese AG | Industriestrasse 22 | 6215 Beromünster |
| **Hardegger Josef** | Hardegger Käse AG | Poststrasse 2 | 9243 Jonschwil |
| **Roland Unternährer** | Emmi AG | Industriestrasse 135 | 9201 Gossau |
| **Koller Philipp** | Käserei | Mezikonerstrasse 51 | 9543 St. Margarethen |
| **Ledergerber Marcel** | Bodensee Käse AG | Rislen | 9512 Rossrüti |
| **Müller Philipp** | Käserei Neuwies | | 9601 Lütisburg-Station |
| **Nydegger Markus** | Lustenberger & Dürst AG | Langrütistrasse 1 | 6330 Cham |
| **Strähl Peter** | Strähl Käse AG | Bahnhofstrasse 1 | 8573 Siegershausen |

**Sortenorganisation**
**Tilsiter Switzerland GmbH**

Dunantstrasse 10
Postfach
CH-8570 Weinfelden

Telefon +41 (0)71 626 30 60
Fax +41 (0)71 626 30 69
www.tilsiter.ch
tilsiter@tilsiter.ch

Tilsiter SWITZERLAND

DER SCHWEIZER KÄSE.