

Jahresbericht 2019



Tilsiter⁺
SWITZERLAND 
DER SCHWEIZER KÄSE.

Vorwort des Präsidenten



Vor bald 2 Jahren feierte der Schweizer Tilsiter gleich zwei Geburtstage: Einmal sein 125-jähriges Jubiläum als Erinnerung an die Wurzeln dieses ausserordentlichen Käsetyps, dann aber auch das 20-jährige Jubiläum der heutigen Sortenorganisation mit ihren Strukturen. Diese Sortenorganisation ist nicht zuletzt eine Willensbekundung, auf deren Basis die verschiedenen Anspruchsgruppen rund um den Schweizer Tilsiter zusammenarbeiten, auf Kosten maximaler Individualität zwar, dafür umso mehr zum Wohle des Ganzen und damit wiederum zum Wohle aller.

Die Strukturen dieser Organisation haben zwar ihr Ziel der Erhaltung der kleinräumigen Milchproduktion und die Verarbeitung dieser Milch in regionalen, kleingewerblichen Käsereien zu Schweizer Tilsiter bis heute – insbesondere im regulierten Bereich des traditionellen Rohmilchtilsiters – erfüllt. Neben der zunehmend grösseren Herausforderung des Bestehens in einem gesättigten Markt zeigt aber auch die Entwicklung des Konsums weg vom traditionellen Rohmilchtilsiter hin zum milderen Grünen Pastilsiter die Grenzen der heute bestehenden Strukturen auf. Entscheidend sind der Geschmack und der Entscheid des Konsumenten. Beides kann durch ein optimales Marketing sicher beeinflusst werden, vor allem wenn auch die nicht direkt mit der Qualität zusammenhängenden Vorteile immer wieder kommuniziert und in Erinnerung gerufen werden. Trotzdem ist die Zeit für planwirtschaftliche Ansätze mit verordneten Verhaltens- und Konsummustern wohl definitiv vorbei.

Ich wünsche Ihnen viel Spass und einige interessante Entdeckungen beim Studium des vorliegenden Jahresberichtes. Die heutige Zeit mit ihren intensiven Diskussionen rund um die Themen Nachhaltigkeit und Gesundheit bietet zahlreiche Chancen. Diese aber müssen genutzt werden.

Nach 12 Jahren Präsidium der Sortenorganisation darf ich auf eine interessante und eindruckliche Zeit zurückblicken. Ich danke allen Beteiligten für die spannende und konstruktive Zusammenarbeit in diesen Jahren. Auf Mitte dieses Jahres darf ich das Präsidialamt an eine neue Präsidentin übergeben. Ich wünsche meiner Nachfolgerin und Ihnen allen viel Freude und Erfolg bei der Lenkung der Zukunft des Schweizer Tilsiters.

Frank Zellweger


Präsident Sortenorganisation
Tilsiter Switzerland



 tilsiter.ch/jb19

Sortenorganisation Tilsiter Switzerland GmbH

Die Sortenorganisation Tilsiter Switzerland GmbH (SOT) ist eine Selbsthilfeorganisation zur Förderung der Qualität und des Absatzes sowie der 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 innehat. Das gemeinsame Ziel ist die Produktion und die Vermarktung von Schweizer Tilsiter.

- Milchproduzenten
- Käsereien
- Käsehandel



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 präsiert durch den Präsidenten, welcher auch die Gesellschafterversammlung leitet. Die Tilsiter-Geschäftsstelle ist ausführendes Organ und kann Anträge an die Tilsiter-Kommission stellen.

Tilsiter-Kommission Tilsiter-Geschäftsstelle

tilsiter.ch/jb19/gst



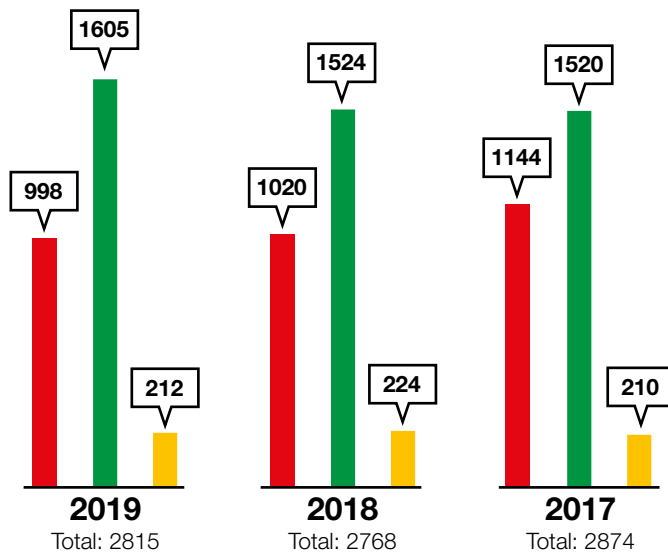
Rechtlich ist die SOT eine nicht gewinnorientierte Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) gemäss Obligationenrecht. Sie finanziert sich aus Eigenmitteln, welche über einen Zuschlag zu den einzelnen Tilsiter-Käsetypen Rot (Rohmilchtilsiter), Grün (Pasttilsiter) und Gelb (Rahmtilsiter) erhoben werden. Die Exporte im Bereich Rohmilchtilsiter 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 rot-grünen Doppelkuh sowie die zusätzliche Marke SWIZZROCKER für die Vermarktung der Produkte im Export.

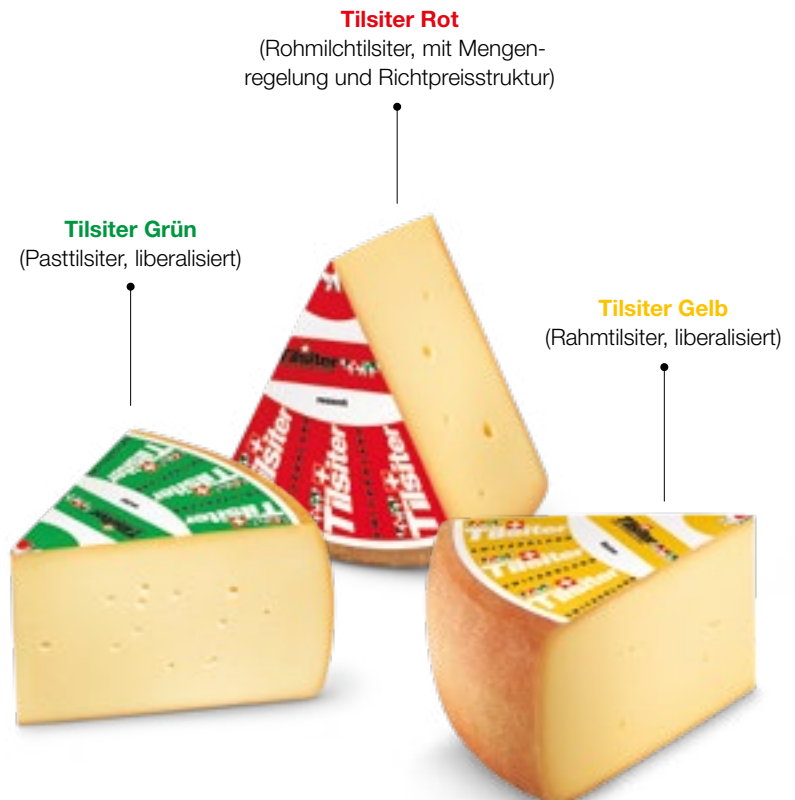
Markenrechte von Tilsiter Switzerland GmbH

tilsiter.ch/jb19/marke

Produktionsmengen (in Tonnen) Tilsiter Switzerland:



Produkte Tilsiter Switzerland GmbH:



Nachhaltigkeit und Digitalisierung werden uns in Zukunft noch stärker beschäftigen.

Das Jahr 2019 war gleichzeitig das erste Jahr nach unserem Jubiläumsjahr 2018 «125 Jahre Schweizer Tilsiter». In der umfangreichen Jubiläumsbroschüre haben wir umfassend über alle Aspekte rund um den Schweizer Tilsiter informiert.

Jubiläumsbroschüre «125 Jahre Schweizer Tilsiter»



tilsiter.ch/jb19/125



Die schweizerischen Käsesortimente sind nach wie vor ausserordentlich vielseitig und es ist eine Herausforderung für die Konsumenten, daraus genau jene Käse zu finden, welche ihren Vorstellungen und ihrem Geschmack entsprechen. Hier bietet sich der Schweizer Tilsiter als verlässlicher und bewährter Anker an. Mit unseren Wurzeln im Halbhartkäsebereich bieten wir ein breites und gut aufeinander abgestimmtes Sortiment an Halbhartkäse. Beginnend beim milden Grünen Pastilsiter über den cremigen Gelben Rahmtilsiter hin zum rezenten Roten Rohmilchtilsiter in verschiedenen Reifegraden bietet der Schweizer Tilsiter das wahrscheinlich breiteste Sortiment an Schweizer Halbhartkäse aus einer Hand.

Es zeichnet sich ab, dass das vergangene Jahr 2019 als eigentliches Schicksalsjahr in die schweizerische Geschichte eingehen wird. Themen wie Nachhaltigkeit, soziale Gerechtigkeit, Klima- und Gewässerschutz haben endgültig den Sprung in den Fokus einer breiten Bevölkerungsschicht geschafft und werden unser Denken und Handeln in den kommenden Jahren massgeblich beeinflussen. Dass genau auf diese Fragen auch der Schweizer Tilsiter wichtige Antworten liefert, wird vielleicht jüngere und unerfahrenere Konsumenten überraschen, nicht aber die treuen und langjährigen Tilsiter-Kunden. Für uns als traditionelle Sortenorganisation stand das Thema Nachhaltigkeit schon immer im Vordergrund:

- Wir sind eine Gemeinschaft aus Milchproduzenten, Käsereien und Käsehändlern, welche ihre Aktivitäten gemeinsam auf ein Ziel ausrichtet, zum Vorteil aller. Es gelten faire Konditionen und Vereinbarungen, welche alle Mitglieder gleichermaßen berücksichtigen und niemanden bevorteilen, als Grundlage für eine langfristige gemeinsame Co-Existenz.
- Das System gibt auch kleinen, dezentral arbeitenden Partnern eine Chance und sichert ihnen eine langfristige Existenz ausserhalb von optimalen, rein marktwirtschaftlich ausgerichteten Grundsätzen.
- Durch die dezentralen Strukturen mit kleinen auf die regionalen Möglichkeiten ausgerichteten Produktionen und kurzen Transportwegen ausserhalb der technischen maximalen Möglichkeiten werden die natürlichen Ressourcen wie Boden, Luft, Wasser und die Biosphäre vergleichsweise wenig belastet.

Damit bietet unsere Organisation beste Voraussetzungen für eine langfristige Zukunft: hervorragende Käse aus nachhaltiger schweizerischer Produktion zu fairen Konditionen.

Parallel zum Nachhaltigkeitsansatz hat sich über die vergangenen Jahre auch das Thema Digitalisierung einen festen Platz im Fokus der Schweizer Bevölkerung erobert. Wir haben im vergangenen Jahr unseren Marketingansatz verstärkt darauf ausgerichtet mit einer Verschiebung weg von traditionellen Medien wie TV-Werbung hin zu neuen Kommunikationskanälen im digitalen Bereich. Auch im vorliegenden Jahresbericht werden wir digitale Inhalte einflechten, welche Sie als interessierter Leser über Ihr Handy oder Ihr Tablet aufrufen können. Dass wir damit im Vergleich zu früheren Jahresberichten deutlich weniger Papier bedrucken und entsprechende Ressourcen verbrauchen, ist gleichzeitig ein Beweis dafür, dass wir es mit dem Nachhaltigkeitsgedanken ernst meinen.





Mit unserer Kommunikation sprechen wir direkt unsere Konsumenten an und erinnern an die Marke Tilsiter Switzerland und die Eigenschaften der einzelnen Produkttypen. Ziel dabei ist der Erhalt und die Steigerung unserer Bekanntheit, auch bei jüngeren Konsumenten und solchen, welche erst in späteren Jahren in die Schweiz einwandern und unseren Käse so kennenlernen konnten. Mindestens ebenso wichtig ist es, unseren Konsumenten immer wieder die Gründe aufzuzeigen, warum Tilsiter für sie der richtige Käse ist. Über Degustationen im Detailhandel wie auch an Messen und an anderen Veranstaltungen schaffen wir Berührungspunkte und Erlebnisse. Auf dieser Grundlage können sich die Konsumenten bei ihrem Weg vorbei an den Käseregalen an uns erinnern und zielsicher die richtige Wahl treffen.



tilsiter.ch/jb19/bav

Im alle zwei Jahre erstellten Brand Asset Evaluator (BAV) konnte Tilsiter Switzerland seinen Platz als eine der wichtigsten Käsemarken in der Schweiz verteidigen und bleibt bezüglich Bekanntheit wie auch Relevanz gleichauf mit teils sehr viel grösseren Schweizer Käsemarken. Diese Positionierung ist das Resultat der kontinuierlichen und beständigen Marketinganstrengungen – nicht nur, aber doch hauptsächlich über die vergangenen 20 Jahre seit Gründung der heutigen Sortenorganisation.

Marke Tilsiter Switzerland (BAV 2019)

Generationen von Konsumenten wuchsen und wachsen noch heute mit dem Schweizer Tilsiter auf und bleiben bis ins hohe Alter mit der Marke und den Attributen vom Schweizer Tilsiter verbunden. Im sich immer rascher wandelnden Feld von Schweizer Käse mit immer mehr Einzelpositionen setzt der Schweizer Tilsiter einen wichtigen Anker zur Orientierung der Konsumenten. Seit 1893 steht der Begriff Tilsiter in der Schweiz stellvertretend für die Kategorie Halbhartkäse, an ihm orientieren sich die seit Marktliberalisierung so zahlreichen Alternativprodukte und an ihm müssen sie sich auch messen. Wir verstehen darum unter dem Begriff Qualität die Summe all jener Eigenschaften, welche die Konsumenten beim Konsum unserer Käse erfahren durften und welche sie beim erneuten Kauf auch wieder erwarten. Das Zauberwort für unseren Qualitätsbegriff ist darum die höchstmögliche Konstanz der Produkteigenschaften in der Summe – unabhängig, wann und wo die Käse gekauft wurden.



Tilsiter Switzerland Kommunikationskanäle:

- Messen
- Degustationen
- Plakat- und Printwerbung
- Sponsoring

Elektronische Medien:

- Website
- Microsites
- E-Mail-Newsletter
- Social Media
- Onlinewerbung

Hier geht es zum
OLMA-Video



tilsiter.ch/jb19/markom

«Wir haben im vergangenen Jahr unsere Kommunikation verstärkt auf die digitalen Kanäle ausgerichtet.»

Neben dem direkten Genuss eignen sich die verschiedenen Tilsiter-Qualitäten auch sehr gut für die Verwendung in der Küche. Mit dem eher mild ausgerichteten Geschmacksprofil ermöglichen sie die Zubereitung von leckeren Gerichten, in welchen die sensorischen Eigenschaften der einzelnen Rezeptkomponenten unterstützt, aber nicht einfach überdeckt und dominiert werden.

Rezept-Video



Tilsiter in der Küche. Lassen Sie sich gleich inspirieren.



tilsiter.ch/jb19/rezepte



Tilsiter ist in der ganzen Schweiz im Detailhandel erhältlich.

Als Halbhartkäse-Spezialist bietet der Schweizer Tilsiter die vermutlich höchste Sortimentsbreite im Schweizer Halbhartkäse-Bereich. Vom milden Grünen über den cremigen Gelben bis hin zum aromatischen Roten Rohmilchtilsiter findet jedes Familienmitglied seinen eigenen Liebling, geschlechts- und generationenübergreifend.

Damit positioniert sich der Schweizer Tilsiter zu Recht als eigentlicher Familienkäse.

Der Familiengedanke ist aber auch Teil der eigenen Identität vom Schweizer Tilsiter. Denn bereits vor sehr langer Zeit haben sich Milchproduzenten, Käsereien und Käse-Affineure zusammengeschlossen mit einem gemeinsamen Ziel: der Produktion von Schweizer Tilsiter. Damit ist dieser Käse in seinen verschiedenen Ausprägungen ein echtes Gemeinschaftswerk, welches die Einzelinteressen dem gemeinsamen Familieninteresse unterordnet – zum Nutzen aller, zum Nutzen unserer Konsumenten.

Als nationale Käsesorte sind die verschiedenen Tilsiter-Typen in allen wichtigen Absatzkanälen in der Schweiz verfügbar. Hier unterscheidet sich unser Tilsiter von den neueren, häufig regionalen Spezialitäten, und hier liegt auch die Basis dafür, dass unser Tilsiter überhaupt als Käsemarke wahrgenommen werden kann.

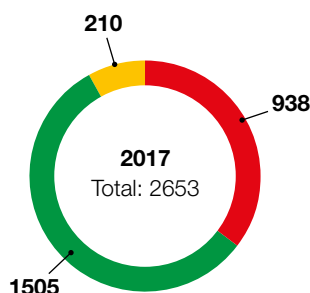
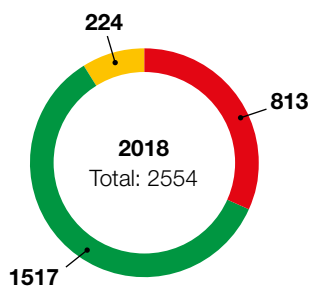
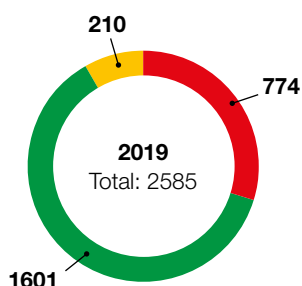


Tilsiter-Verfügbarkeit im CH-Detailhandel (Hauptkanäle):

Typ	Migros	Coop	Denner	Lidl	Aldi	Volg	Spar
Rot	×	×	×	×		×	×
Grün	×	×	×	×	×	×	×
Gelb	×	×		×	×		

Absatzmengen (in Tonnen)

Tilsiter Switzerland (Detailhandel Schweiz):





Der Absatz konnte beim Export wiederum gesteigert werden.

Seit 2015 exportieren wir unseren Rohmilchtilsiter grossmehrheitlich unter der neu kreierten Exportmarke SWIZZROCKER.

Damit differenzieren wir uns zu anderen Tilsiter-ähnlichen-Produkten aus lokaler Produktion mit entsprechend tieferem Preisniveau und unterschiedlichem Qualitätslevel. Als neue Käsemarke befindet sich der SWIZZROCKER faktisch immer noch in der Einführungsphase, mit über die letzten drei Jahre stetig steigendem Volumen.

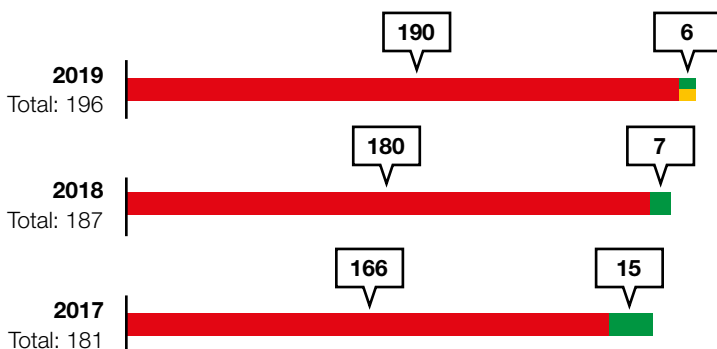


swizzrocker.ch



Hauptmarkt für den SWIZZROCKER-Export ist Deutschland:

Exportmengen (in Tonnen) Tilsiter Switzerland:



Unsere Marketingaufwendungen im Export werden zu einem bedeutenden Teil mit Bundesmitteln bzw. sogenannten Absatzförderungsmitteln unterstützt. Vor rund 20 Jahren wurde die schrittweise Marktöffnung gegenüber der EU im Käsebereich eingeleitet mit vollständiger Liberalisierung per 1. Juni 2007. Seit da dürfen Schweizer Käse zollfrei in die EU exportiert werden, dagegen können auch EU-Käse ohne Abgaben oder Mengenbeschränkungen in die Schweiz importiert werden. Im Vergleich zu anderen Milchprodukten sind unsere Tilsiter Käse also einer direkten Importkonkurrenz ausgesetzt. Umso erfreulicher ist darum die Tatsache, dass zumindest für die zum traditionellen Roten Rohmilchtilsiter verarbeiteten Milchmengen sehr respektable Milchpreise erzielt werden können, welche meist höher liegen als jene im Molkereimilchbereich, in jenem Bereich also, welcher durch Zollschränken abgeschottet und nicht dem freien Wettbewerb ausgesetzt ist.

Im Vergleich zu anderen bekannten Schweizer Käsesorten ist und bleibt der Exportanteil unserer Produktion sehr gering. Unser Zielmarkt bleibt ganz klar die Schweiz. Als praktisch rein schweizerischer Käse bekennen wir uns zum Schweizer Markt, zu unseren Schweizer Konsumenten. Eigenversorgung ist uns ein grosses Anliegen. Die Belastung unserer natürlichen Ressourcen wie Böden, Wasser, Luft und Biosphäre zur exzessiven Produktion von Exportkäse ist nicht unser Ziel. Auch trägt unser Käse zu Recht auch das Prädikat «Der Schweizer Käse».

Unsere Tilsiter-Familie 2020



Der Rote – rezent



Der Grüne – mild



Der Gelbe – cremig



Der Schwarze – extra



Der Blaue – léger