

Marketing & Kommunikation für Schweizer Käse im internationalen Wettbewerb

Martin Spahr, CMO Switzerland Cheese Marketing AG



MPM, Brunegg, 14. Dezember 2017

Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse. 
www.schweizerkaese.ch

Marketing & Kommunikation für Schweizer Käse im internationalen Wettbewerb

Chancen und Grenzen für SCM – von Bümpliz bis Peking.

Das Programm:

1. **Die Switzerland Cheese Marketing AG:** Organisation, Finanzierung, Aufgaben.
2. **Der Markt für Schweizer Käse:** Zahlen und Fakten zu Produktion, Konsumverhalten, Import und Export.
3. **Unsere Strategie(n), unsere Aktivitäten – von Bümpliz bis Peking:** ausgewählte Beispiele aus den Märkten; Erfolge, Chancen und Grenzen.
4. **Fragen? Diskussion.**



Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse. 
www.schweizerkaese.ch

Die Switzerland Cheese Marketing AG



Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse. 

www.schweizerkaese.ch

Die SCM AG

Die SCM AG – gegründet am 26.06.1998 – ist eine Non-Profit-Organisation und basiert auf dem Neutralitätsprinzip, d.h. keine Bevorzugung eines Aktionärs.

- **Kompetenzzentrum für Dienstleistungen** im Bereich Consumer- und Trade-Marketing.
- Dank zielgerichteter Marketingunterstützung soll Schweizer Käse **weltweit als bester Käse** wahrgenommen werden.

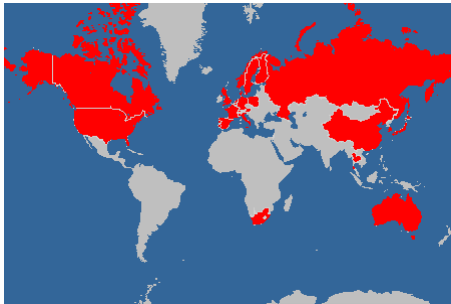


Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse. 

www.schweizerkaese.ch

Weltweit aktiv.



- Hauptmärkte (CH, D/A, I, F, BNL, ESP/P, UK)
- Exportinitiativen (Skandinavien, Russland, Fernost, USA uvm.)
- Weltweit in 25 Staaten aktiv – von Bümpliz bis Peking.



Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse. 

www.schweizerkaese.ch

Struktur des Aktionariats

Switzerland Cheese Marketing AG

Sortenorganisat. 40%

Emmentaler Switzerland
 Interprof. du Gruyère
 Sbrinz Käse GmbH
 SO Appenzeller Käse AG
 SO Tilsiter Switzerland GmbH
 SO Bündnerkäse
 Verein Raclette Suisse
 Interprof. Tête de Moine
 Interprof. du Vacherin
 Fribourgeois
 Interprof. du Vacherin Mont-
 d'Or
 Coop. des Prod. „L'Etivaz
 AOP“
 Interprof. Tomme Vaudoise
 Raclette du Valais AOP
 Formaggio d'Alpe TI AOP

Dachorganisat. 20%

**Schweizer
 Milchproduzenten SMP**
 FROMARTE
 SGWH-SFPM

Handelsfirmen 40%

Emmi AG
 Mifroma SA
 Lustenberger + Dürst AG
 Crema SA
 Val d'Arve SA
 Margot SA
 Valcreme SA
 LATI
 Schwyzer Milchhus AG
 Züger Frischkäse AG
 Fromagerie Le Maréchal SA
 Milka Käse AG
 VASK
 InterCheese AG
 Fromage Gruyère SA
 Gourmino SA
 Peter Bürki Trading AG
 Jumi Export AG



Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse. 

www.schweizerkaese.ch

Gemeinschaft macht stark

EMMENTALER
SWITZERLAND

Appenzeller
Fromage Käse Formaggio
SWITZERLAND

RACLETTE
DU VALAIS

Vacherin Fribourgeois
SWITZERLAND

TÊTE DE MOINE
FROMAGE DE BELLELAY

Vacherin Mont-d'Or
SWITZERLAND

Berner Nobelkäse
Fränk. gekäbt seit 1548

Berner Alp Käse
Ursprünglich seit 1548

sbrinz
SWITZERLAND

BÜNDNER BERGKÄSE
ORIGINAL DAL GROSCHEN

LE GRUYÈRE
SWITZERLAND

SCHWEIZER
SWITZERLAND

Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse. +
www.schweizerkaese.ch

Gemeinschaft macht stark

Emmi +

vom Chäser

MARGOT

FROMAGES SPIELHOFER SA
7510 Seltensimer

lati
LATTERIA S. DEL 1980

LE MARÉCHAL

Val d'Arve

MIFROMA

von MÜHLENEN
KÄSE-PRODUKTE-FORMAGI-KÄSE
SWITZERLAND

BAER

INTER CHEESE AG

1665
GRUYÈRE DÉPENSÉ
MIEUX PRÉPARÉ

Käseerei Neuenchwander

HARDEGGER

Alp Serrn AG

BODENSEEKÄSE
+ SCHWEIZ

alibona
SWITZERLAND

SCHWYZER MILCHHUUS
TRADITIONSKÄSEREI SEIT 1899

VALCREME

Strahl

züger
frischkäse

swiss mooh

GESKA AG

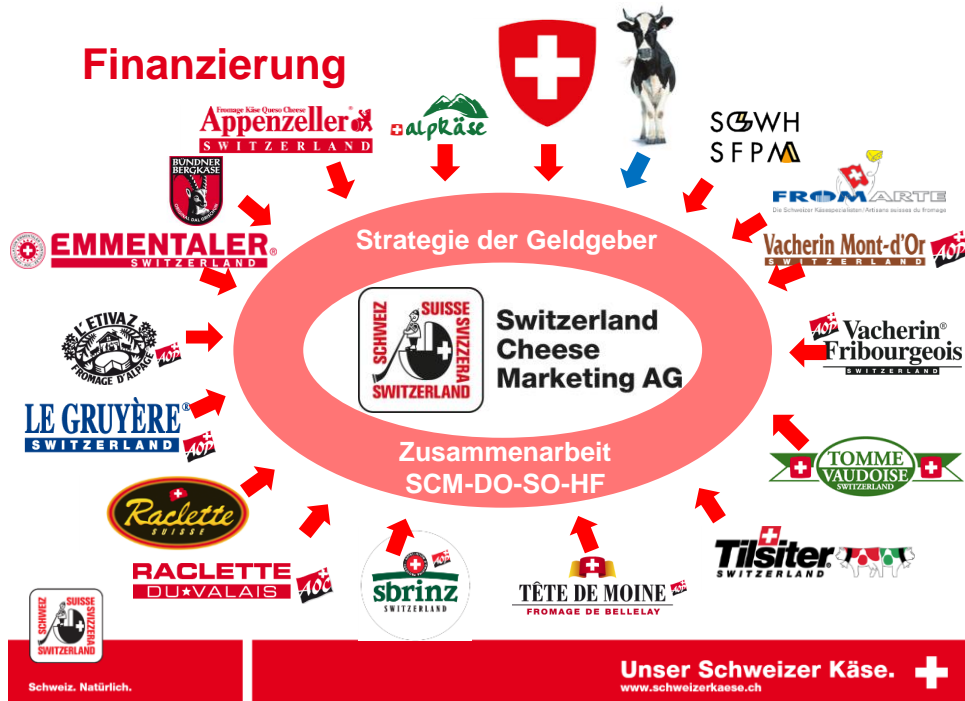
Gourmino
DIEK- VON KÄSE

EBERLE
SPEZIALITÄTEN

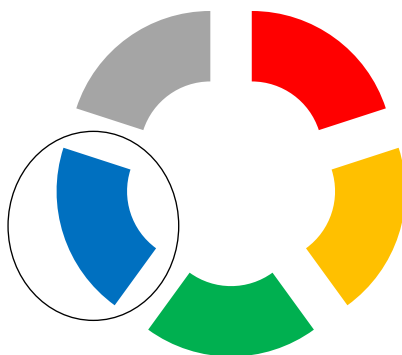
SCHWEIZER
SWITZERLAND

Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse. +
www.schweizerkaese.ch



Marketing-Mix: 5P des Marketings



- Product - Produktpolitik
- Place - Distributionspolitik
- Price - Preispolitik
- Promotion - Kommunikationspolitik
- People - Personalpolitik

Unterstützungszyklus der SCM



Der Markt für Schweizer Käse: Produktion & Konsum

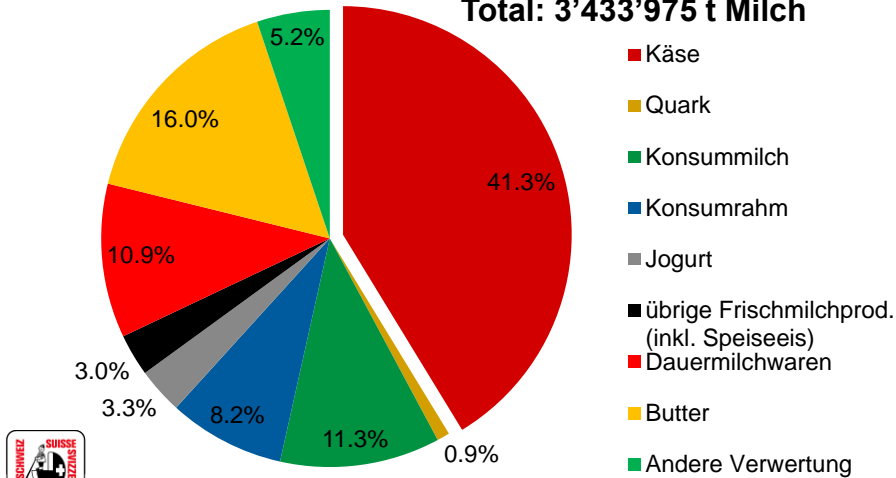


Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse. 
www.schweizerkaese.ch

Milchverwertung 2016 nach Milchäquivalent

Total: 3'433'975 t Milch



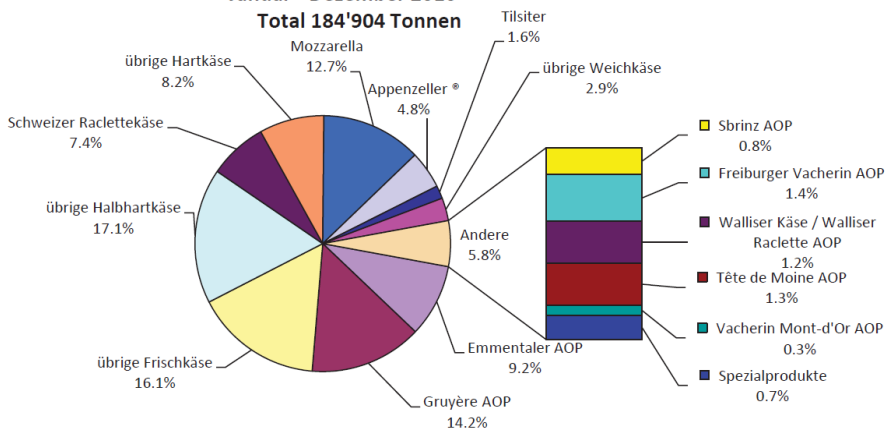
Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse.

www.schweizerkaese.ch

Käseproduktion 2016

Januar - Dezember 2016
Total 184'904 Tonnen

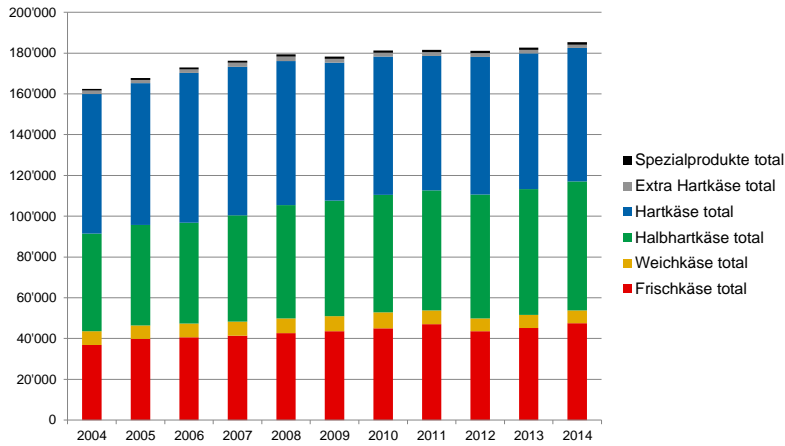


Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse.

www.schweizerkaese.ch

Käseproduktion seit 2004



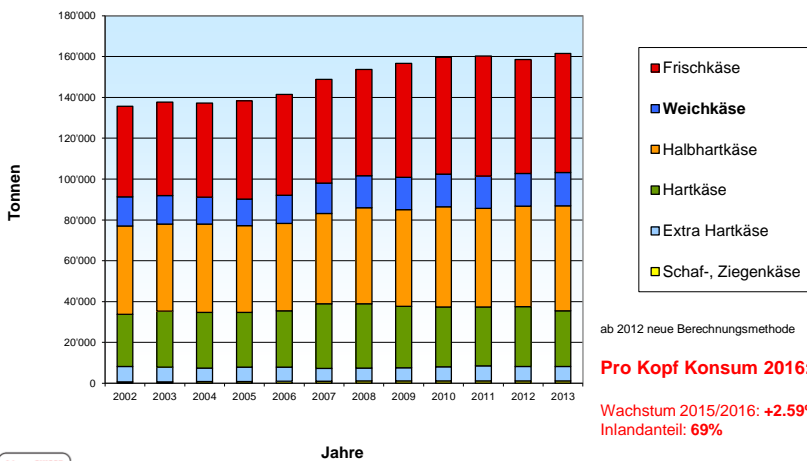
Quelle: TSM Treuhand GmbH



Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse. 
www.schweizerkaese.ch

Käsekonsum in der Schweiz seit 2002



ab 2012 neue Berechnungsmethode

Pro Kopf Konsum 2016: 22.05 kg

Wachstum 2015/2016: **+2.59%** oder +560 g
Inlandanteil: **69%**

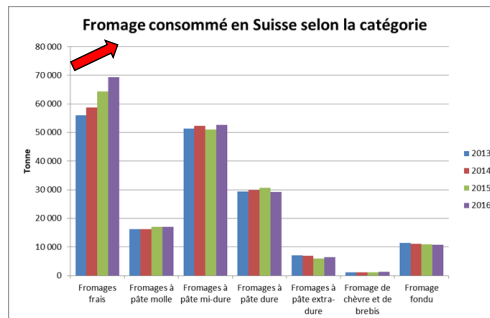


Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse. 
www.schweizerkaese.ch

Käsekonsum

- Käsekonsum 2016: 22,05 kg/Kopf (+ 560 Gr./Kopf oder +2.6%)
- Inlandanteil Käsekonsum 2016: 69% (2007: 77%)
- Ausser-Haus Konsum bei ca. 36% (30-40%)
- Grosser Preisdruck in Industrie & HoReKa



Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse. 

www.schweizerkaese.ch

Der Markt für Schweizer Käse: Importe



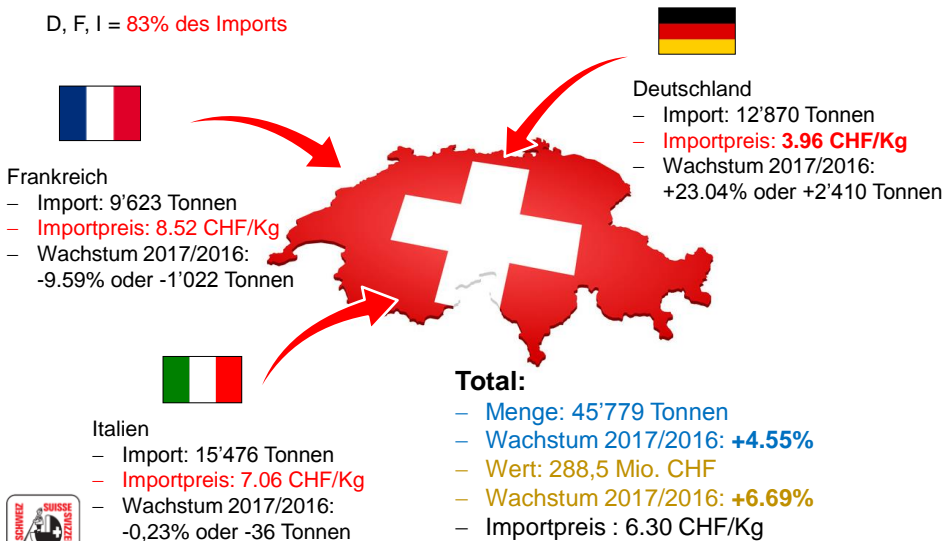
Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse. 

www.schweizerkaese.ch

Käseimporte 2017 (Jan. – Sept.)

D, F, I = 83% des Imports



Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse. 

www.schweizerkaese.ch

Käseimporte

- Weitere Zunahme der Importe: Menge +4.55% // Wert +6.69%
- starke Importzunahme aus Deutschland zu einem Kilopreis von durchschnittlich 3.96 CHF/Kg.
- rückläufige Importe aus Frankreich – Plattform Deutschland??
- mengenmässige Importentwicklung **seit 2010:**

TOTAL:	31.7%
aus D:	66.6%
aus F:	0.42%
aus I:	16.9%

Fazit: Importdruck steigt.



Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse. 

www.schweizerkaese.ch

Der Markt für Schweizer Käse: Exporte



Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse. 

www.schweizerkaese.ch

Wichtigkeit des Käseexports

Milchproduktion 2016: **3,434 Mio. Tonnen**

Milchverwertung zu Käse: **1,418 Mio. Tonnen**

(2016: 41,3%)

→ Käseproduktion 2016: **184'904 Tonnen**

Käseexport 2016: **70'198 Tonnen**

(2016: 38,0%)



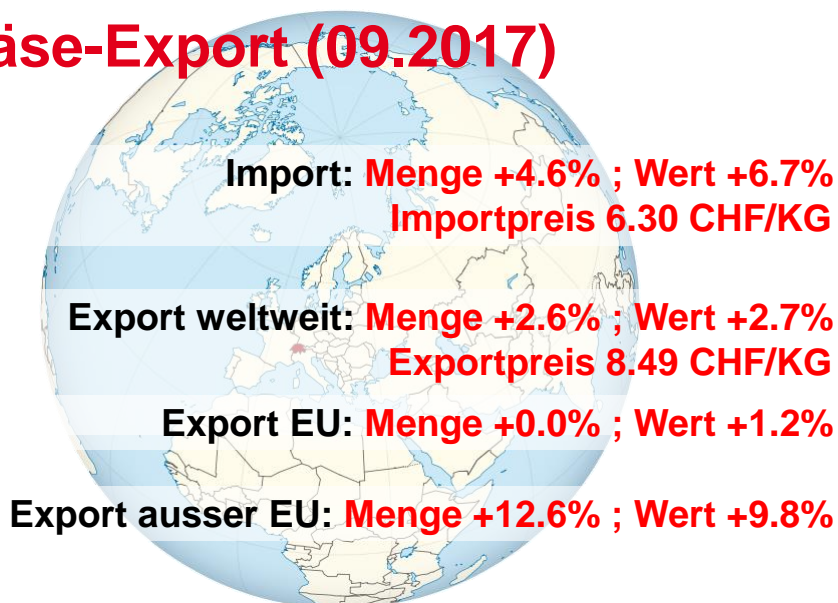
Schweiz. Natürlich.

Quelle: TSM

Unser Schweizer Käse. 

www.schweizerkaese.ch

Käse-Export (09.2017)

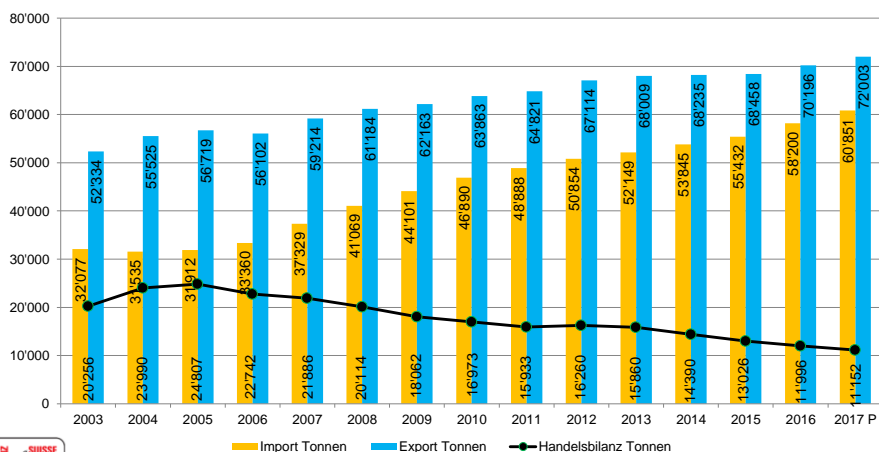


Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse. +
www.schweizerkaese.ch

Aussenhandel von Käse (in Tonnen)

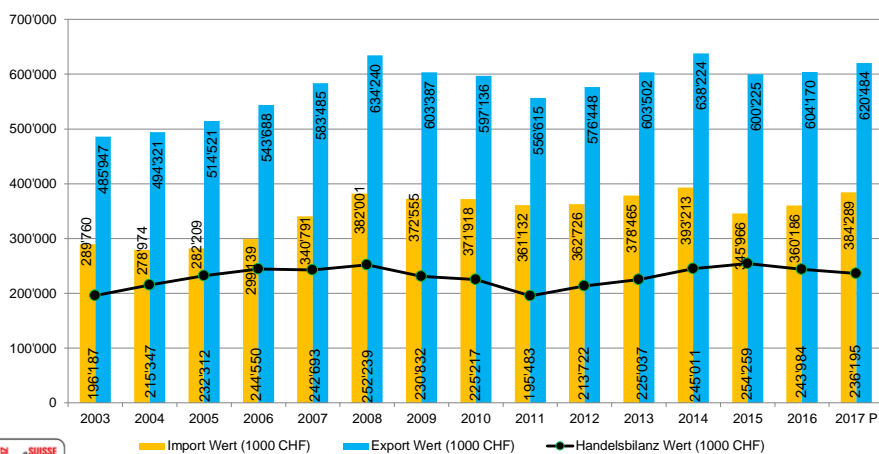
(inkl. Schmelzkäse und Fondue)



Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse. +
www.schweizerkaese.ch

Aussenhandel von Käse (in 1000 CHF) (inkl. Schmelzkäse und Fondue)



Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse. 

www.schweizerkaese.ch

Herausforderungen 2018+

Import: Der Importdruck bleibt weiterhin bestehen, da diverse ausländische Grosskonzerne die Schweiz als sehr attraktives Exportland einstufen. Auch Grossverteiler setzen vermehrt auf ausländische Spezialitäten. Bei den preissensitiven Marktakteuren aus der Industrie und dem HoReKa werden die Billigimporte aus wirtschaftlichem Druck weiterhin zunehmen.

→ Differenzierungsstrategie im Inland.

Export: Positive Exportentwicklung. Zwei Bearbeitungsrichtungen:

1) Die grossen Preisunterschiede zwischen dem Schweizer Käse und der ausländischen Konkurrenz müssen dem Endkonsumenten erklärt werden. 2) Die Nachfrage muss nachhaltig stimuliert/intensiviert werden.

→ Marktentwicklung im Ausland.

Exportinitiativen: Diese werden weitergeführt und ausgedehnt.

Insgesamt werden nun 16 Länder

tatkräftig bearbeitet.



Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse. 

www.schweizerkaese.ch

Strategie und Aktivitäten im Inland



Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse. 

www.schweizerkaese.ch

Marktforschung CH

Eigenschaften von Schweizer Käse [Gruppenarbeit] (1/8)

swissmilk



→ Die wichtigste Eigenschaft von Schweizer Käse ist dessen hohe Qualität

- Top Nennungen spontan
alle Gruppen



Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse. 

www.schweizerkaese.ch

Marktforschung CH

Eigenschaften von Schweizer Käse [Gruppenarbeit] (5/8) swissmilk 

→ Insgesamt spielen Tradition und Qualität die entscheidende Rolle bei CH Käse

- Alle Nennungen spontan & gestützt*
alle Gruppen



* Alle Gruppen erhielten vorgegebene Eigenschaften zur Ergänzung ihrer selber gesammelten

Folie 51



Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse. 
www.schweizerkaese.ch

Marktforschung CH

Welche Aspekte spielen welche Rolle beim Einkauf? swissmilk 

→ Degustationen und damit das Wissen um den Geschmack sind zentral

- Aspekte, die spontan als wichtig genannt werden:



* nur Westschweiz

Folie 29



Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse. 
www.schweizerkaese.ch

Marktforschung CH

Ergebnisse / Ableitungen für SCM Schweiz

1. Wichtigste Konkurrenten? **Italien und Frankreich**
2. Preis? **Kein wirkliches Hindernis (Ausnahme: Aktionen...)**
3. Risiken? **Weniger Kenntnisse besonders bei Jungen, gewohnt an «Kinder-Käse», Trends in Ernährung und Gesundheit, Migration (kein Bezug zu Schweizer Käse)?**
4. Werte? **Viele Gemeinsamkeiten mit typischen Schweizer Werten Qualität, Tradition, intakte Landschaft/Berge, natürliche Produktion, hohe Preise**
5. Werte? **Viele Gemeinsamkeiten mit ITA / FRA Qualität, Geschmack, Vielfalt, Tradition, Handwerk (F)**
6. Kaufgründe? **Guter Geschmack, Gewohnheit, günstig (Aktionen), regionales / Schweizer Produkt**
7. **Spezifische Werte für Schweizer Käse?**



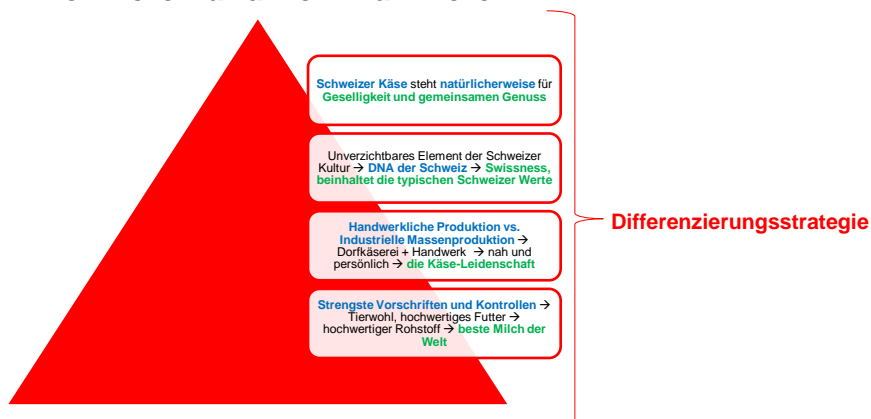
Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse. +

www.schweizerkaese.ch

SCM Schweiz Strategie

Spezifische Werte für Schweizer Käse? Definieren und Kommunizieren!



Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse. +

www.schweizerkaese.ch

SCM Schweiz Strategie

Ziele:

- Schweizer Käse-**Erlebnisse** schaffen – Emotionen & Erfahrungen
- Schweizer Käse-**Wissen** vermitteln – Kenntnisse & Fertigkeiten
- Schweizer Käse-**Werte** aufzeigen – Einstellungen & Überzeugungen

Zielgruppen:

- **Endkonsumenten Multiplikatoren** junge Erwachsene & Familien
Journalisten, Blogger, Partnerorganisationen (wie z.B. ST),
Ernährungsprofis, politische Instanzen



Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse. 

www.schweizerkaese.ch

SCM Schweiz Strategie

Zielgruppen:

- **(Detail)Handel** Coop, Migros, VOLG, Käsereien,
Fachgeschäfte
- **Gastronomie Multiplikatoren** HoReKa
Journalisten, Blogger, Partnerorganisationen (wie z.B. Verbände
oder Hotelfachschulen),
Ernährungsprofis, politische Instanzen

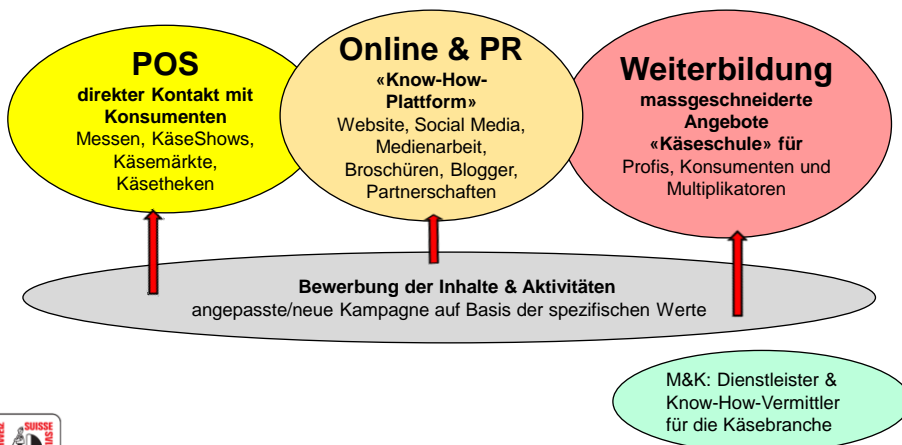


Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse. 

www.schweizerkaese.ch

SCM Schweiz Strategie



Schweiz. Natürlich. **Unser Schweizer Käse.** www.schweizerkaese.ch

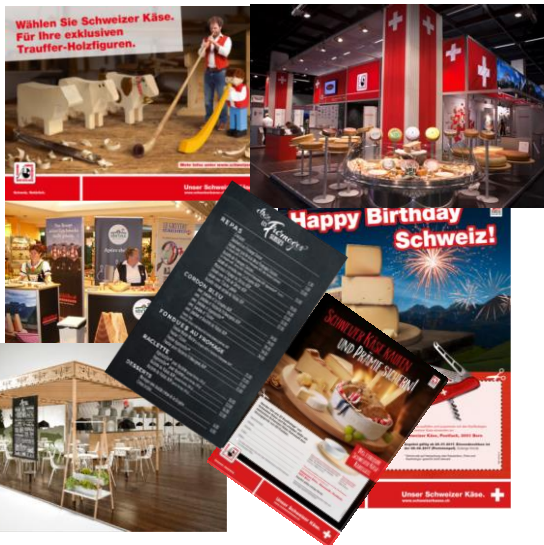
SCM Schweiz



Schweiz. Natürlich. **Unser Schweizer Käse.** www.schweizerkaese.ch

SCM Schweiz

POS
direkter Kontakt mit
Konsumenten
Messen, KäseShows,
Käsemärkte,
Käsetheken



Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse.

www.schweizerkaese.ch

SCM Schweiz

Weiterbildung
massgeschneiderte
Angebote
«Käseschule» für
Profis, Konsumenten und
Multiplikatoren



Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse.

www.schweizerkaese.ch

SCM Schweiz

**Klassisch & online:
Bewerbung der
Inhalte & Aktivitäten
angepasste/neue
Kampagne auf Basis
der spezifischen Werte**



Schweiz. Natürlich. **Unser Schweizer Käse. +**
www.schweizerkaese.ch



Schweiz. Natürlich. **Unser Schweizer Käse. +**
www.schweizerkaese.ch

Strategie(n) und Aktivitäten im Export



Unser Schweizer Käse. 
www.schweizerkaese.ch

Der ausländische Konsument

➔ individuelle Strategien!



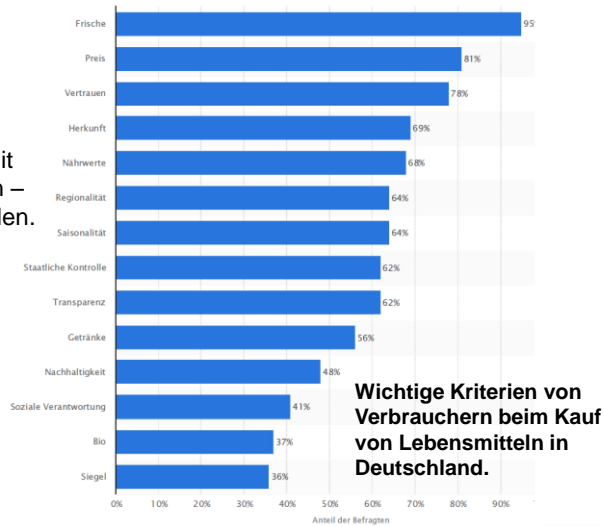
Unser Schweizer Käse. 
www.schweizerkaese.ch

Einkaufsverhalten der Deutschen

Das paradoxe Einkaufsverhalten der Deutschen

Die Verbraucher wollen mit gutem Gewissen shoppen – aber möglichst wenig zahlen. Eine Schizophrenie, die Händler und Hersteller verzweifeln lässt.

DIE WELT 19.10.2015



Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse. 

www.schweizerkaese.ch

So kauft der deutsche Konsument seinen Käse:



Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse. 

www.schweizerkaese.ch

Wichtigste Trends, Risiken und Chancen

Trends

- Die **Käsetheke** verliert weiterhin an Absatz und Umsatz.
- Der **Wettbewerb** erhöht sich in den Theken weiter. Die Anzahl an Schweizer Käsen erhöhen sich enorm.
- **Gesundheit, Convenience und Nachhaltigkeit** sind wichtige Trends im Lebensmittelmarkt. **Natürlichkeit** und **Regionalität** sind weitere Tendenzen, dazu werden zunehmend Alternativprodukte wie beispielsweise laktosefreie Milch ausprobiert.
- **Vegane** Produkte und Produkte mit einem besonders hohem Anteil von **Proteinen** prägen aktuell viele Produktinnovationen.



Schweiz. Natürlich.

45

Käse aus der Schweiz. 
www.schweizerkaese.de

Wichtigste Trends, Risiken und Chancen

Risiken

- Der **Verdrängungswettbewerb** steigt an. Auf Handelsebene steigt der Preisdruck, um einen Platz in der Theke zu erhalten.
- Diese Entwicklung forciert die **Austauschbarkeit** im Bereich ‚Schweizer Käse‘.

Chancen

- ... liegen im Bereich des **Prepacking** und **SB-Regals**. Neue Angebote, neu und hochwertig abgepackt, wie z.B. eine ‚Schweizer Käseplatte‘ oder Käsewürfel im Becher setzen neue Impulse und werden vom Verbraucher angenommen.



Schweiz. Natürlich.

46

Käse aus der Schweiz. 
www.schweizerkaese.de

Wichtigste Trends, Risiken und Chancen

Chancen

- In Fahrt kommt auch der **Online-Handel mit Lebensmitteln**. Nach Zahlen bestellt heute ein Drittel der Verbraucher mehr oder weniger regelmäßig Lebensmittel oder Tiernahrung über das Internet



Schweiz. Natürlich.

47

Käse aus der Schweiz. 
www.schweizerkaese.de

Ausgewählte Aktivitäten im Export:

SCM D: Feldmarketing am POS

SCM D: neue Medien: Blogger-Aktivitäten

SCM I: PR & Events: Tour del Gusto

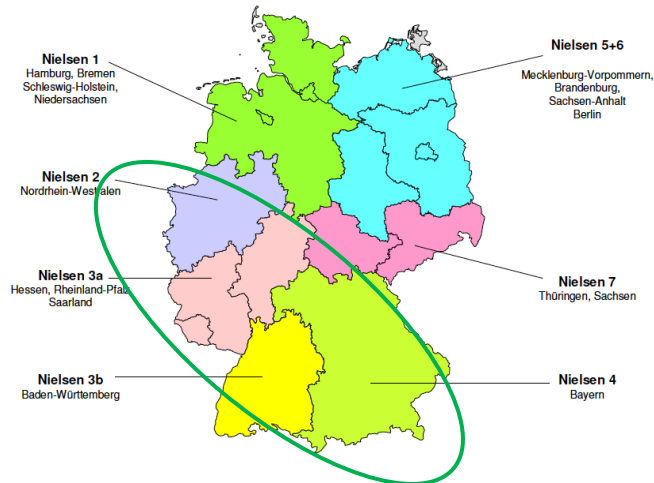


Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse. 
www.schweizerkaese.ch

Feldmarketing: Beobachten. Bewirken. Gestalten.

Die Gebiete:



Schweiz. Natürlich.

Käse aus der Schweiz. 
www.schweizerkaese.de

49

Aktuelle Situation

- 23 Außendienst-Personen der Firma Eichhorn&Grundmann sind die **Feldmarketing-Mitarbeiter** der SCM, die im Namen der Sorten Appenzeller, Emmentaler AOP, Le Gruyère AOP und Tête de Moine AOP die Bearbeitung der Käsetheken übernehmen.
- Eichhorn ist nur in **Nielsen 3a und 3b** tätig und besucht pro Monat ca. 1.760 Theken.
- Seit 1. März 2017 führt ein zweiter Anbieter, die Fa. QualityMarket, die gleichen Besuche in **Nielsen 2 (NRW) und Nielsen 4 (Bayern)** durch.
- Dies mit 27 Personen, die 4-wöchentlich rund 2.200 Theken besuchen.

= **50 Personen** im Außendienst besuchen jeden Monat insgesamt ca. **3.960** der lohnenden Käsetheken.



Schweiz. Natürlich.

Käse aus der Schweiz. 
www.schweizerkaese.de

50

SCM-Feldmarketing Grundlagenarbeit

- **Erfassung aller Märkte** und Zentralen pro Gebiet (außer Discount)
- **Besuchswürdigkeit** des jeweiligen Marktes bestätigen oder verwerfen
- Kontaktpersonen **und Entscheider** in der Zentrale und im jeweiligen Markt
- **Gelistete Artikel Lager/Strecke** ermitteln
- **Platzierungsmöglichkeiten** im Markt (Bedienung – Prepacking – SB-Regal)
- Bedienungstheke **klassifizieren**: gold-silber-bronze
- Permanente **Schulung** des Thekenpersonals



Schweiz. Natürlich.

Käse aus der Schweiz. 

www.schweizerkaese.de

51

SCM-Feldmarketing Zielsetzungen

- **Komplette Erfassung der Marktsituation** und des Marktgeschehens für die Sorten nach Handelskunden, Regionen, Artikeln und Aktivitäten.
- Einflussnahme auf eine **optimale Distribution** in allen für die Sorte wichtigen Märkten.
- **Durchsetzung und Wirksamkeit von Marketingaktivitäten** in den Märkten.
- Schaffung von **Goodwill und Intensivierung** der Kaufempfehlungen beim Marktmanagement und Thekenpersonal.
- Herstellen von **Informationsüberlegenheit** in der Zusammenarbeit mit den Zentralen.
- Das Gesicht der Sorten und nützlicher **Partner des Handels** auf allen Ebenen sein.

→ **Optimale Ausschöpfung und weitere Steigerung des Marktpotenzials**



Schweiz. Natürlich.

Käse aus der Schweiz. 

www.schweizerkaese.de

52

Social Media: Food People Places

Die leidenschaftlichen Berliner Foodies des **Videoblogs "Food People Places"** setzen Schweizer Käse spektakulär in Szene.

Die Vlogger, gerade erst mit dem Saveur Blog Award ausgezeichnet, erreichen exzellente Klickzahlen

- > **2.700.000 Aufrufe** des Facebook-Posts zum Video
- > **28.000 Aufrufe** des Videos auf Youtube



53



Schweiz. Natürlich.

Käse aus der Schweiz. 
www.schweizerkaese.de

Social Media: Food People Places



54



Schweiz. Natürlich.

Käse aus der Schweiz. 
www.schweizerkaese.de

Social Media: Food People Places

Das Video wird nachhaltig in der PR-Arbeit genutzt.

- **Pressemittelungen & Erfolgsmeldungen** in Publikums- und Fachpresse
- Nutzung für **Social Media** und auf der SCM- und Sortenhomepages
- Vorstellung des Films im Foodmagazin "Sweet Paul"
- Zusätzlicher **Blogger-Wettbewerb** "Das 11te Rezept"



Schweiz. Natürlich.

Käse aus der Schweiz. 
www.schweizerkaese.de

Social Media: Blogger-Workshop

Am 06.02.2017 verwandelte sich das Loft "Out of Office" im Zentrum von München in ein Schweizer Käseparadies für Food-Blogger.

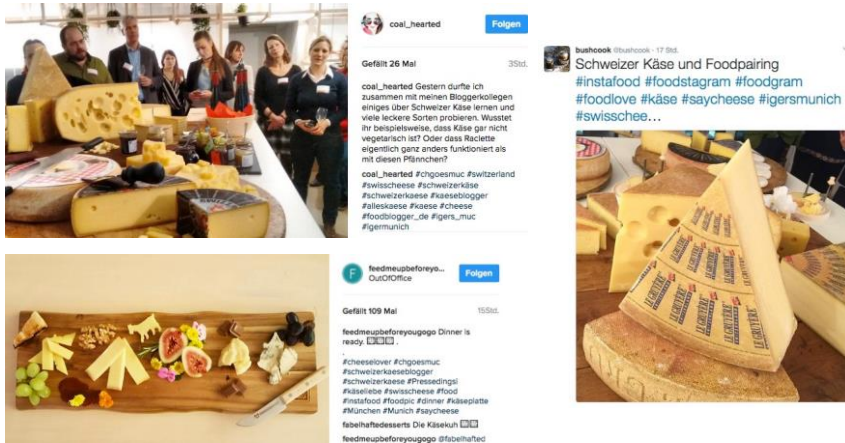
- Vorstellung Schweizer Käse und Sortiment mit Manuela Sonderegger
- Degustation und Food-Pairing mit Schweizer Koch Andi Handke
- Kreativ-Teil: Blogger gestalten eigene Käseplatte
- Networking bei Käsefondue und Raclette



Schweiz. Natürlich.

Käse aus der Schweiz. 
www.schweizerkaese.de

Social Media: Blogger-Workshop



Schweiz. Natürlich.

Käse aus der Schweiz. 
 www.schweizerkaese.de

57

Events: Presseworkshop

Schweizer Käse & Getränke: Gemeinsam mit dem Chef der renommierten Hamburger Bar „Clouds“ präsentieren wir ausgewählten Food-Journalisten interessante Kombinationen und Anregungen

Programm u.a.:

- Präsentation Schweizer Käsesortiment
- Getränkekombinationen, z.B. mit Craft Beer, alkoholfreien Fruchtcocktails, Tee, Kaffee
- Networking & Fingerfood-Rezepte mit Schweizer Käse



Schweiz. Natürlich.

Käse aus der Schweiz. 
 www.schweizerkaese.de

58

SCM Italien: Tour del Gusto – Mai 2017

A double-decker bus, travelling around Italy, spreading knowledge on Cheeses from Switzerland, meeting in each city both retailers and final consumers

Results: 14 cities, 2.050 participants, 3,3 million contacts
Print campaign on local magazine: 18 pages
Web local campaign: 7.457 clicks, 2 million impressions



Swizzera. Naturalmente.

Formaggi della Svizzera. www.formaggisvizzeri.it

SCM Italien: Tour del Gusto – Mai 2017

Tour del Gusto: free clippings

Results: 45 free clippings on Tour del Gusto



Swizzera. Naturalmente.

Formaggi della Svizzera. www.formaggisvizzeri.it

Formaggi dalla Svizzera

#Tourdelgusto



Svizzera. Naturalmente.

Formaggi dalla Svizzera.

www.formaggisvizzeri.it



Highlights 2016

96%



Erwartungen erfüllte
oder übertroffen

4800

Top Media Results



Schweiz. Natürlich.

14.2 Mia.



Kontakte Weltweit

224

Aktivitäten

639 Mio.

Hochwertige
Kontakte am POS



22

Messen



>103'000

Fans



Unser Schweizer Käse.

www.schweizerkaese.ch



Fragen?

Danke.



Schweiz. Natürlich.

Unser Schweizer Käse. 

www.schweizerkaese.ch