



Wertschöpfungsstudie - Sozioökonomische Bedeutung von Raclette du Valais AOP im Wallis



Autoren: Gisela Murer, Ashley Allemann-Young, Thomas Blättler, David Raemy
Zollikofen, 15.12.2025

Inhaltsverzeichnis

	1
Inhaltsverzeichnis	2
Abkürzungs- und Begriffserklärung	4
Zusammenfassung	5
1 Ausgangslage und Zielsetzung	6
2 Methode	6
3 Raclette du Valais AOP und die Akteure der Sortenorganisation	7
3.1 Raclette du Valais AOP	7
3.2 Die Akteure der Sortenorganisation	7
3.2.1 Milchproduzenten	7
3.2.2 Käsereien und Alpkäsereien	9
3.2.3 Affineure	10
4 Direkte Wertschöpfungskette und Wertschöpfung durch Raclette du Valais AOP	12
4.1 Struktur der direkten Wertschöpfungskette von Raclette du Valais AOP	12
4.1.1 Erläuterungen zur Struktur der direkten Wertschöpfungskette	14
4.2 Adaptierte Wertschöpfungskette Raclette du Valais AOP mit Mengenangaben	17
4.2.1 Ergänzende Erläuterungen zur adaptierten direkten Wertschöpfungskette	19
4.3 Monetäre Werte	19
4.3.1 Milchpreis	19
4.3.2 Verkaufspreis gereifter Käse	19
4.4 Definition des Begriffs Wertschöpfung	20
4.5 Die Wertschöpfung von Raclette du Valais AOP	21
4.6 Indirekte Wertschöpfung	23
5 Nicht-monetäre Mehrwerte	24
5.1 Begriff der nicht-monetären Mehrwerte	24
5.2 Konzept der Wirkungslogik	25
5.3 Ergebnisse	25
5.3.1 Aktivitäten	25
5.3.2 Zielgruppen	26
5.3.3 Nicht-monetäre Mehrwerte (Wirkungen)	27
5.4 Zusammenfassung und Fazit	27
6 Fazit	30
7 Quellenverzeichnis	30
Dank	30

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: RdV-Milchproduzenten-Betriebe nach Landwirtschaftlicher Nutzfläche aufsteigend angeordnet, 2024, Quelle: Dienststelle für Landwirtschaft 2025.	8
Abbildung 2 : RdV-Milchproduzenten-Betriebe nach produzierter Milchmenge aufsteigend angeordnet, 2024, Quelle: Dienststelle für Landwirtschaft 2025.	9
Abbildung 3: Anzahl Alpkäsereien und Käsereien	9
Abbildung 4: Anteil der hergestellten Käsemenge einzelner Käsegruppen des Raclette du Valais AOP, 2023	10
Abbildung 5: zertifizierte Käsereien (links) und zertifizierte Alpkäsereien im Kanton Wallis (rechts)	10
Abbildung 6: Struktur der direkten Wertschöpfungskette von Raclette du Valais AOP	13
Abbildung 7: Verwendung der Walliser AOP Milch	14
Abbildung 8: Verarbeitung Milchmenge zu Raclette du Valais AOP Käse nach Käsereien	14
Abbildung 9: Herstellung von Raclette du Valais AOP Käse nach Käsereien	15
Abbildung 10: Vertriebskanäle der Käsereien	16
Abbildung 11: Tätigkeiten der Käsereien im tertiären Sektor	17
Abbildung 12: Adaptierte direkte Wertschöpfungskette Raclette du Valais AOP	18
Abbildung 13: Definition Bruttowertschöpfung	20
Abbildung 14: Bruttowertschöpfung und Bruttomarge	21
Abbildung 15: Wertschöpfung von Raclette du Valais AOP	22
Abbildung 16: Wertschöpfung von RdV-Käse je kg Endgewicht nach Bereichen	23
Abbildung 17: Anteilige Kosten der Milchproduktion der RdV-Betriebe, 2023.	24
Abbildung 18: Schema Wirkungsmodell für nicht-monetäre Mehrwerte	25

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Strukturdaten von 285 der 339 RdV-Milchproduzenten für das Jahr 2024 (Quelle: Dienststelle für Landwirtschaft, 2025), Mittelwerte und Median im Vergleich mit Referenzzahlen von Schweizer Milchviehbetrieben, Bergregion (Quellen: Schmid et al. 2024, MISTA 2024)	8
Tabelle 2 Beschäftigte, Vollzeit-Äquivalente und Lohnsummen in der RdV-Milchproduktion und den RdV-Käsereien, 2023	11
Tabelle 3 : Gewichteter durchschnittlicher Milcherlös und Zulagen in Rappen /kg	19
Tabelle 4: Verkaufspreise gereifter Käse je kg	20
Tabelle 5 Sortenspezifische Aktivitäten aufgrund des Pflichtenhefts des Raclette du Valais AOP	25
Tabelle 6 Zielgruppen, die von den nicht-monetären Mehrwerten von Raclette du Valais AOP profitieren	27
Tabelle 7 Wirkungsketten betreffend nicht-monetäre Mehrwerte des Raclette du Valais AOP mit spezifischen Aktivitäten und Zielgruppen	28

Abkürzungs- und Begriffserklärung

Alpkäsereien	Käsereien, die im Sömmerungsgebiet liegen
ALPGOLD	Genossenschaft der Walliser Käseproduzenten
AOP	Appellation d'origine protégée
B2B	Business to Business: Verkauf zum kommerziellen Weiterverkauf
B2C	Business to Consumer: Verkauf an Konsument*innen
CHF	Schweizer Franken
Endgewicht	Verkaufsgewicht des gereiften Käses, Salzbadgewicht abzüglich Lagerungsverluste
Fremdkosten	Direktkosten und fremde Strukturkosten; buchhalterische Kosten aus der Erfolgsrechnung
Käse zum Konsum	Gereifter Käse; Käsegewicht zum Zeitpunkt des Verkaufs
GVE	Grossvieheinheiten
Ha	Hektaren
HAFL	Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften (Berne Fachhochschule)
KMU	Klein- und Mittlere Unternehmen
LN	Landwirtschaftliche Nutzfläche
Milchpreis, gewichtet	Milchpreis für die Milchkäufer (Käsereien)
Milcherlös, Produzentenpreis	Erlös der Milchproduzenten inklusive Zulagen
Mio	Millionen
RdV, RdV AOP	Raclette du Valais AOP
Salzbadgewicht, 'Salzbadkäse'	Frischgewicht des Käses ab Salzbad, Käse mit Salzbadgewicht
TSM	TSM Solutions GmbH (ehemals: TSM Treuhand GmbH); erfüllt agrarrechtliche Vollzugsaufgaben im Auftrag des Bundesamtes für Landwirtschaft
ZA	Zentrale Auswertung, Einkommensstatistik, Agroscope (Schmid et al. 2024)
Zulagen	Alle Milch- und verarbeitungsbezogenen Zulagen, namentlich: Verkehrszulage, Siloverzichtszulage und Verkäsungszulage

Zusammenfassung

MURER Gisela, ALLEMANN-YOUNG Ashley, BLAETTLER Thomas, RAEMY David. - Sozioökonomische Bedeutung von Raclette du Valais AOP im Wallis

Die Bezeichnung 'Raclette du Valais AOP' (RdV AOP) ist gleichzeitig eine geschützte Ursprungsbezeichnung und der Name der Sortenorganisation, welche der Qualitäts- und Absatzförderung, der Planung und Regulierung der Produktion, sowie der Interessenvertretung dient und seit 2009 besteht.

Die vorliegende Studie wurde in Auftrag gegeben, um die sozio-ökonomische Bedeutung des Raclette du Valais AOP extern untersuchen zu lassen. Dieses Mandat wurde von der Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften BFH-HAFL in Zollikofen wahrgenommen.

Raclette du Valais AOP umfasste im Untersuchungsjahr (2023) 339 Milchproduzenten, 25 Käsereien, 3 Hofverarbeiter und 53 Alpkäsereien. Die für die Verarbeitung produzierte Milchmenge belief sich auf 18'860'642 kg Milch, die in den Käsereien hergestellte Käsemenge auf 1'648'519 kg, diejenige auf Alpen hergestellte auf 379'000 kg (Salzbadgewicht).

Die gesamte direkte Wertschöpfung, welche im 2023 durch Milchproduktion, Verkäsung, Affinage und Verkauf des Raclette du Valais AOP erwirtschaftet wurde, belief sich auf CHF 48,6 Millionen ohne Milchzulagen und auf CHF 52 Millionen mit Milchzulagen. Diese Wertschöpfung verteilt sich unter Berücksichtigung der Milchzulagen zu 44 % auf die Milchproduzenten, zu 39% auf die Käsereien und Alpkäsereien (inkl. Affinage) und zu 17% auf den Verkauf.

Insgesamt sind auf Stufe Landwirtschaft und Käsereien 248 Vollzeit-Äquivalente (≥ 450 Angestellte) mit einer Lohnsumme von CHF 15,3 Millionen beschäftigt. Hinzu kommen potentiell 320 landwirtschaftliche Familien-Arbeitskräfte, was rund 570 Vollbeschäftigten entspricht. Die über familiären Arbeitskräfte auf den landwirtschaftlichen Betrieben erzielten Einkommen dürften rund CHF 13 Millionen entsprechen, was einer gesamten Wertschöpfung für die Arbeitsentschädigung von Milchproduktion, Verarbeitung und Lagerung von CHF 28 Mio entspricht. Bezogen auf die in den Käsereien verarbeitete RdV-AOP-Milch von 18'861 Tonnen ergibt dies knapp CHF 1.50 generierte Arbeitsentschädigung je kg Milch.

Zusätzlich zur direkten Wertschöpfung tragen die Milchproduzenten und Käsereien über Investitionen und produktionsbezogene Ausgaben zu weiterer lokaler, indirekten Wertschöpfung in Millionenhöhe bei.

Die Wertschöpfungskette des Raclette du Valais AOP und die Aktivitäten der Sortenorganisation erzeugen vielfältige nicht-monetäre Mehrwerte. Ein Beispiel für einen solchen nicht-monetären Mehrwert ist die nationale und internationale Reputation des Raclette du Valais AOP als qualitativ hochstehender Sortenkäse. Weiter ist Raclette du Valais AOP ein authentischer Imageträger und ein Bestandteil der regionalen Identität des Kantons Wallis. Eng damit verbunden ist das kulinarische Erlebnis mit geselligem Mehrwert. Schliesslich bietet der Raclette du Valais AOP auch eine Wertschöpfungsstrategie für die graslandbasierte Land- und Alpwirtschaft und trägt auf diese Weise zur Offenhaltung und Pflege der alpinen Kulturlandschaft bei. All diese nicht-monetären Mehrwerte kommen anderen Wirtschaftssektoren im Kanton Wallis zugute, namentlich dem Tourismus, aber auch der Walliser Landwirtschaft und den lokalen KMUs im Bereich der Käseverarbeitung und Käseveredelung. Schlussendlich profitiert der gesamte Kanton von einer authentischen Marke wie Raclette du Valais AOP.

1 Ausgangslage und Zielsetzung

Raclette du Valais AOP (RdV AOP). Seit 15 Jahren wird die Walliser Käsespezialität mit der geschützten Ursprungsbezeichnung «Raclette du Valais AOP» national und international vermarktet. Die Sortenorganisation Raclette du Valais AOP möchte anhand einer Studie die sozio-ökonomische Bedeutung dieser Käsespezialität im Kanton Wallis aufzeigen.

Dazu sollen im Rahmen dieser Studie

- die **direkte Wertschöpfung innerhalb der Wertschöpfungskette** von Raclette du Valais AOP ermittelt werden. Hierbei geht es um die Bewertung von Leistungen, welche die Milchproduzenten, Käsereien, Alpkäsereien, Affineure aufgrund der Käseherstellung erbringen.
- die **indirekte Wertschöpfung** ermittelt werden. Hierbei geht es um die Bewertung von Leistungen, welche im Zusammenhang mit der Käseherstellung notwendig sind, aber von Unternehmungen ausserhalb der Sortenorganisation erbracht werden. Namentlich geht es hierbei vor allem um Investitionen in Ökonomiegebäude, Käsereien, Reifungslager.
- die regionalwirtschaftliche Bedeutung der Wertschöpfungskette für den Kanton Wallis, die Wirtschaft und den Tourismus dargestellt werden. Hierbei geht es um eine **qualitative** Umschreibung von **nicht-monetären** Aspekten wie die Wirkung auf das Image des Kantons Wallis.

2 Methode

Daten zu den Käsereien wurden durch telefonische Interviews erhoben. Die interviewten Käsereien repräsentieren über 86% der hergestellten Menge an Raclette du Valais AOP-Käse.

Im Weiteren wurden Interviews mit Affineuren und verantwortlichen Personen der Alpgold (zentrales Reifungslager für Walliser Käse, Genossenschaft von Käsereien) geführt.

Diese Interviews wurden im Zeitraum von Februar 2025 bis Juni 2025 durchgeführt.

Abgerundet wurden die Resultate durch Auswertungen der Internetseiten der jeweiligen Käsereien.

Für die Auswertung und Modellierung der Daten der Milchproduzenten stellte das Landwirtschaftsamt des Kanton Wallis anonymisierte Strukturdaten zu Flächen, Tierzahlen, Milchproduktion und Direktzahlungen der RdV-Betriebe zur Verfügung, die entsprechend der Grössenklasse-Einteilung der Zentralen Auswertung (ZA, Schmid et al. 2024) nach Grossvieheinheiten (GVE) in drei Gruppen zusammengefasst und so weiterbearbeitet wurden.

Zusätzlich zu diesen Daten wurden 30 zufällig ausgewählte Betriebe kontaktiert, von denen 26 in telefonischen Interviews zu Betriebsstruktur, Milchproduktion, Milcherlösen und Alpwirtschaft befragt werden konnten.

Zusammen mit den Angaben zu den in den Käsereien und Alpkäsereien verarbeiteten Milch- und produzierten Käsemengen (TSM 2023), den Strukturdaten des Landwirtschaftsamtes und den Referenz-Buchhaltungsauswertungen der Zentralen Auswertung (ZA, Schmid et al. 2024) wurden für die nach Grössenklassen eingeteilten drei Hauptgruppen (10-20 GVE: 84 Betriebe; 20-40 GVE: 101 Betriebe; 40-und-mehr GVE: 51 Betriebe) die Leistungs- und Kostenstruktur für die insgesamt 339 Betriebe modelliert. Wobei für wichtige Leistungs- und Kostenpositionen sowohl die Interviews mit den Milchproduzenten als auch diejenigen mit den Verarbeitern die entscheidenden Daten lieferten. Um die für die RdV-Betriebe spezifische betriebliche Ausgangslage möglichst genau abzubilden, wurde die Leistungs- und Kostenstruktur entsprechend der von der ZA vorgegeben Gruppierung gewichtet.

Die für die Alpwirtschaft relevanten Leistungen und Kosten wurden aufgrund der aus den Interviews erhaltenen Angaben und der HAFL-internen Datengrundlagen zu Vollkostenrechnungen von Alpwirtschaftsbetrieben (Blättler et al. 2013, Feller et al. 2025) hergeleitet. Dabei wurde berücksichtigt, dass diese Kosten und Leistungen in Form von durch die Produzenten bezahlten Sömmerungsgeldern und die Alpkäseerlösen in den betrieblichen Buchhaltungen bereits abgebildet sind.

Mengenangaben basieren auf den von den Käsereien und den Alpkäsereien 2023 an die TSM übermittelten Produktionsrapporten.

Der Teil zu den nicht-monetären Mehrwerten basiert methodisch zum einen auf konzeptionellen Überlegungen und Analysen und zum anderen auf semi-strukturierten Experteninterviews. Der konzeptionelle Teil umfasste das Studium von einschlägiger Literatur und Studien. Die Interviews erfolgten nach sozialwissenschaftlichen Standards und dienten in erster Linie der Validierung des konzeptionellen Teils.

Interviewt wurden im September 2025 insgesamt neun Vertreterinnen und Vertreter der folgenden Organisationen aus dem näheren und weiteren Umfeld des Raclette du Valais AOP:

- Sortenorganisation Raclette du Valais AOP
- Valais Promotion
- Walliser Landwirtschaftskammer (WLK)
- Walliser Tourismuskammer (WTK)
- Walliser Hotellier-Verein (WHV)
- Schweizerische Vereinigung der AOP und IGP
- Fromarte
- Switzerland Cheese Marketing (SCM)

Die Interviews wurden online und auf der Grundlage eines Gesprächsleitfadens durchgeführt und anschliessend entlang der inhaltlichen Struktur zusammengefasst.

3 Raclette du Valais AOP und die Akteure der Sortenorganisation

Seit dem 4. Jahrhundert v. Chr. ist der Käse im Wallis nachgewiesen. Während der Römerzeit war der Alpkäse berühmt. Zwischen dem 14. und 19. Jahrhundert wurde der Käse häufig als Zahlungsmittel, Arbeitsentgelt oder als Exportprodukt verwendet.

Im Jahr 1574 war das Käseschmelzen im Wallis bereits bekannt und erstmals schriftlich erwähnt. Der Name «Raclette» wurde ab 1874 in der Schriftsprache zur Bezeichnung des gleichnamigen Käses verwendet, war jedoch schon früher im lokalen Dialekt üblich.

3.1 Raclette du Valais AOP

Raclette du Valais AOP ist ein halbharter, vollfetter Rohmilchkäse aus Kuhmilch. Nach drei Monaten Reifung ist der Käse für den Konsum bereit.

Nach einem zehnjährigen Rechtsstreit entschied 2007 das Bundesgericht, dass die Bezeichnung «Raclette du Valais» als geschützte Ursprungsbezeichnung (AOP) in der Schweiz eingetragen wird. 2011 wurde im Rahmen der bilateralen Verträge mit der EU die Bezeichnung «Raclette du Valais AOP» auch in Europa geschützt.

Im Jahre 2009 wurde die Sortenorganisation Raclette du Valais AOP durch die Walliser Milchproduzenten, Käsereien, Alpkäsereien und Affineure gegründet. Die Organisation nahm anfangs 2010 die operative Tätigkeit auf. In einem strengen Pflichtenheft sind alle Anforderungen für die Produktion und Vermarktung von Raclette du Valais AOP definiert. Die Milchproduktion, die Verarbeitung und Reifung des Raclette du Valais AOP erfolgen ausschliesslich im Kanton Wallis. Die spezielle Vegetation und das Klima des Kantons Wallis wirken sich direkt auf die Flora und die natürlichen Bestandteile der Milch aus. Die traditionelle Verarbeitung der rohen Vollmilch in Kupferkessi und die anschliessende Reifung auf rohen Tannenbrettern verleihen dem Walliser Raclette das typische Aroma von frischer Butter und frischem Rahm.

3.2 Die Akteure der Sortenorganisation

3.2.1 Milchproduzenten

Im Jahr 2023 waren der Sortenorganisation Raclette du Valais AOP 339 Betriebe angeschlossen (wovon 170 Betriebe im Vollerwerb und 163 mit einem Nebenerwerb bewirtschaftet werden). Von 285 konnten die Strukturdaten ausgewertet werden, welche gegenüber den Zahlen der Zentralen Auswertung (Schmid et al. 2024) spezifische Abweichungen aufweisen (Tabelle 1). So ist der Durchschnittsbetrieb mit 30,9 ha rund 6 Hektaren grösser, weist aber mit 18.5 Milchkühen rund 2

Milchkühe weniger aus als im Mittel der schweizerischen Referenz und produziert deutlich weniger Milch. Daraus ergibt sich im Mittel eine eher bescheidene Milchmenge von rund 75'000 kg je Betrieb, wobei der Medianbetrieb noch deutlich weniger Milch produziert. Diese ungleichmässige Verteilung ist in Abbildung 1 und Abbildung 2 sehr gut zu erkennen. Dabei fällt auf, dass rund drei Viertel der Betriebe weniger als 100'000 kg Milch je Jahr produzieren und das verbleibende Viertel der Betriebe rund zwei Drittel der RdV-Milch in den Verkehr bringt. Die RdV-Betriebe sind zwar im schweizerischen Vergleich relativ gross, halten je Fläche aber weniger Tiere, die weniger Milch pro Kuh liefern.

Tabelle 1: Strukturdaten von 285 der 339 RdV-Milchproduzenten für das Jahr 2024 (Quelle: Dienststelle für Landwirtschaft, 2025), Mittelwerte und Median im Vergleich mit Referenzzahlen von Schweizer Milchviehbetrieben, Bergregion (Quellen: Schmid et al. 2024, MISTA 2024)

Anzahl Betriebe			RdV-Betriebe				Referenz
			Alle	Grössenklasse			Bergregion: Milchkühe 201
				10-20 GVE	20-40 GVE	> 40 GVE	
			285	84	101	51	
Milchproduktion	Mittelwert	kg / Betrieb	74'267	32'347	78'336	195'068	126'186
	Median ¹⁾	kg / Betrieb	46'698	24'825	77'266	161'461	
Nutzfläche	Mittelwert	ha	30.9	19.7	36.0	52.6	24.8
	Median	ha	26.8	18.7	34.1	46.6	
Milchvieh-GVE	Mittelwert	GVE	26.2	14.8	28.2	56.4	26.9
	Median	GVE	20.7	15.0	28.0	51.8	
Milchkühe	Mittelwert	Kühe	18.5	10.4	20.3	38.4	20.5
	Median	Kühe	14.6	10.5	20.6	35.7	

¹⁾ Median repräsentiert den Betrieb, der genau in der Mitte aller Werte liegt. Im Gegensatz zum Mittelwert wird der Median von Extremwerten nicht beeinflusst; der Median zeigt auf, in welchem Bereich die Betriebe mehrheitlich liegen.

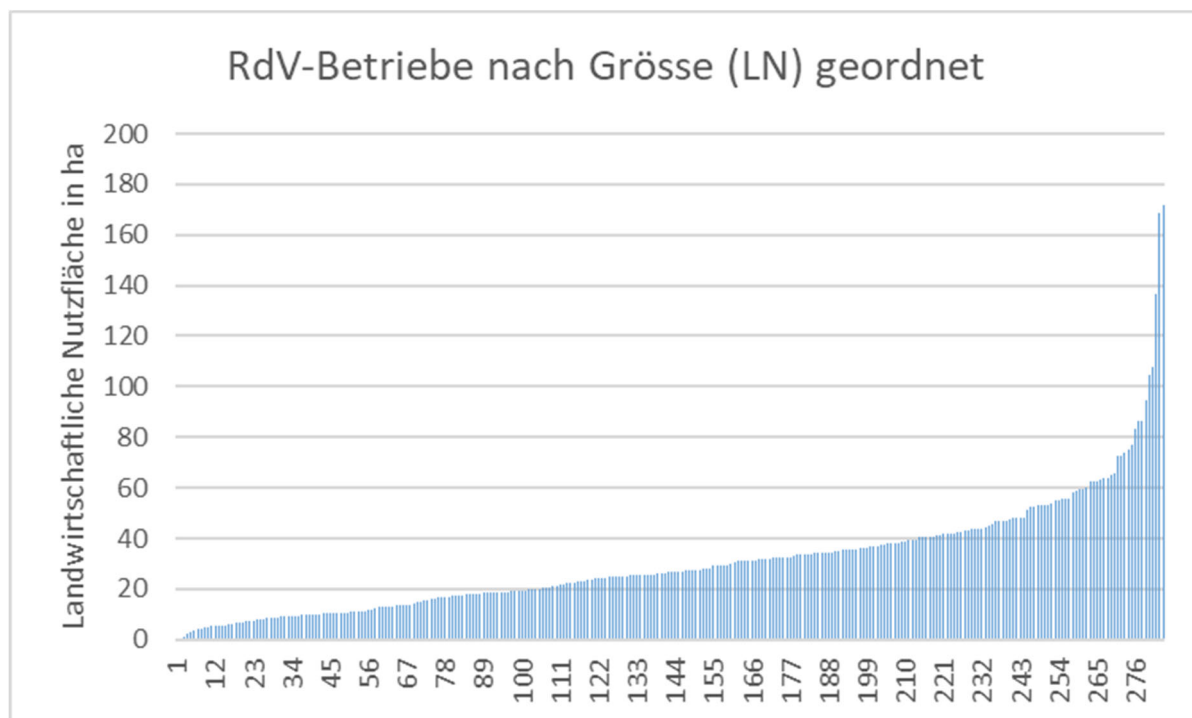


Abbildung 1: RdV-Milchproduzenten-Betriebe nach Landwirtschaftlicher Nutzfläche aufsteigend angeordnet, 2024, Quelle: Dienststelle für Landwirtschaft 2025.

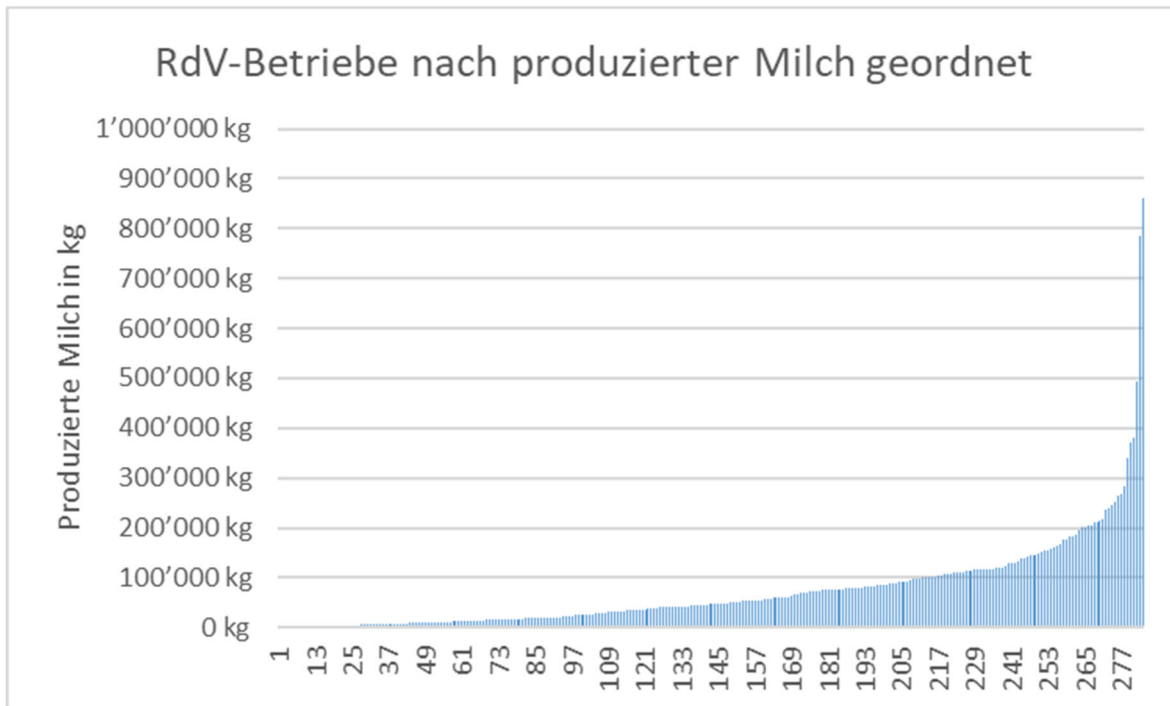


Abbildung 2 : RdV-Milchproduzenten-Betriebe nach produzierter Milchmenge aufsteigend angeordnet, 2024, Quelle: Dienststelle für Landwirtschaft 2025.

Gemessen an der gesamten im Wallis dokumentierten silagefrei produzierten Rohmilchmenge von 28.8 Mio kg, werden 65 % zu Raclette du Valais AOP verkäst. Die restliche Milchmenge wird zu anderen Käsespezialitäten (Mutschli etc.) oder Molkereiprodukten verarbeitet.

3.2.2 Käsereien und Alpkäsereien

Insgesamt sind der Sortenorganisation 81 Walliser Käsereien und Alpkäsereien angeschlossen. Rund 2/3 der Betriebe sind Alpkäsereien (53) und 1/3 Käsereien (28) (Abbildung 3).

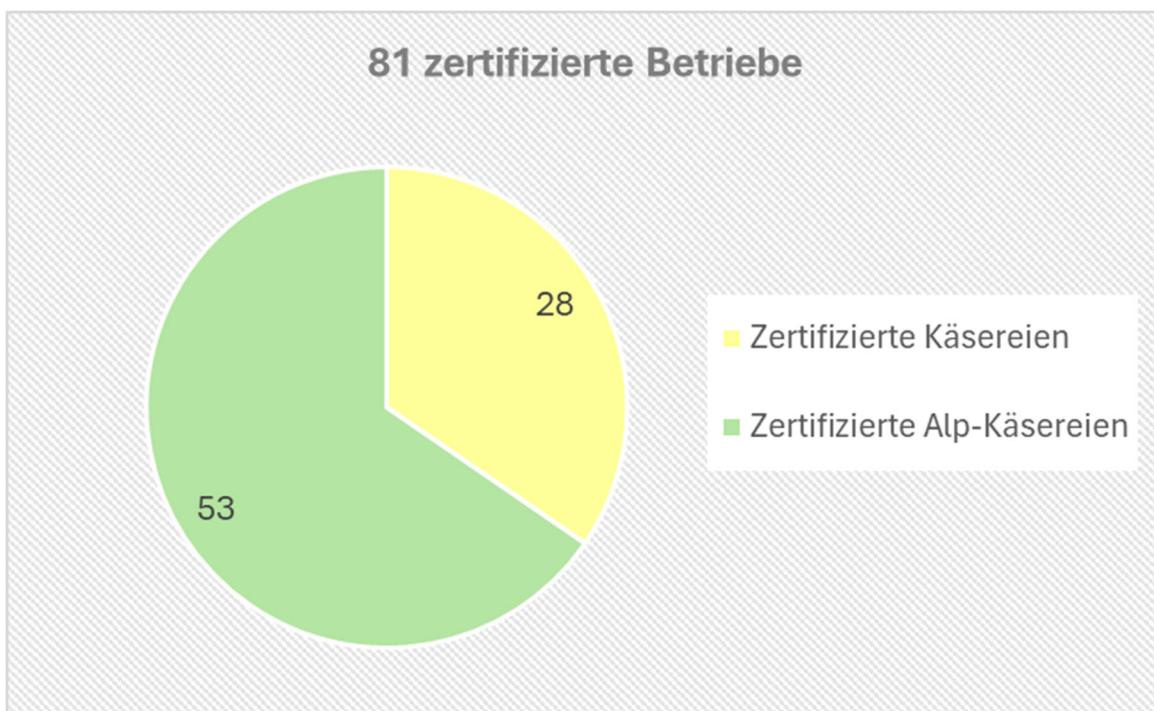


Abbildung 3: Anzahl Alpkäsereien und Käsereien, 2023

Grössenstruktur der Käsereien

Von den 81 Betrieben stellen die 53 Alpkäsereien rund 1/5 der gesamten Menge an Raclette du Valais AOP-Käse her, die 28 Käsereien die andern 4/5.

10 der 28 Käsereien resp. 10 der 81 Betriebe stellen 60% der gesamten Menge an Raclette du Valais AOP her. (Abbildung 4)

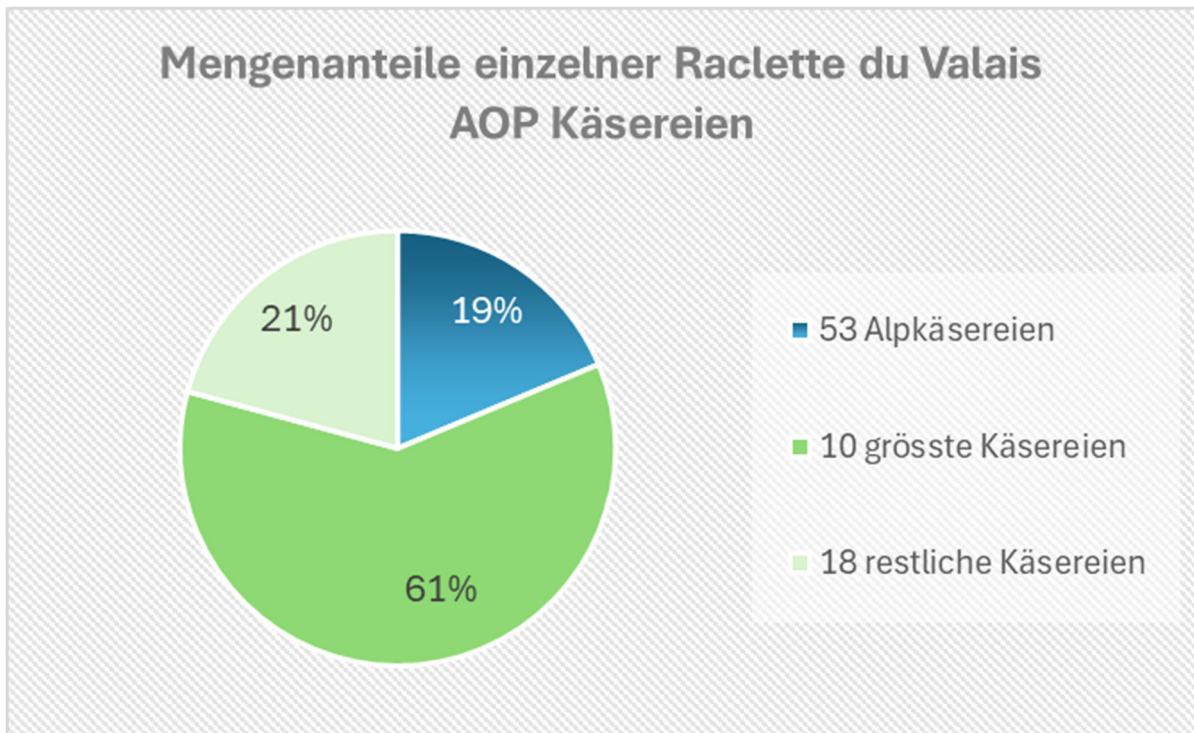


Abbildung 4: Anteil der hergestellten Käsemenge einzelner Käsereigruppen des Raclette du Valais AOP, 2023

Geografische Verteilung

Wie in den untenstehenden beiden Abbildungen ersichtlich, verteilen sich die für die Produktion von RdV zertifizierten Alpkäsereien und Käsereien über das gesamte Gebiet des Kantons Wallis.

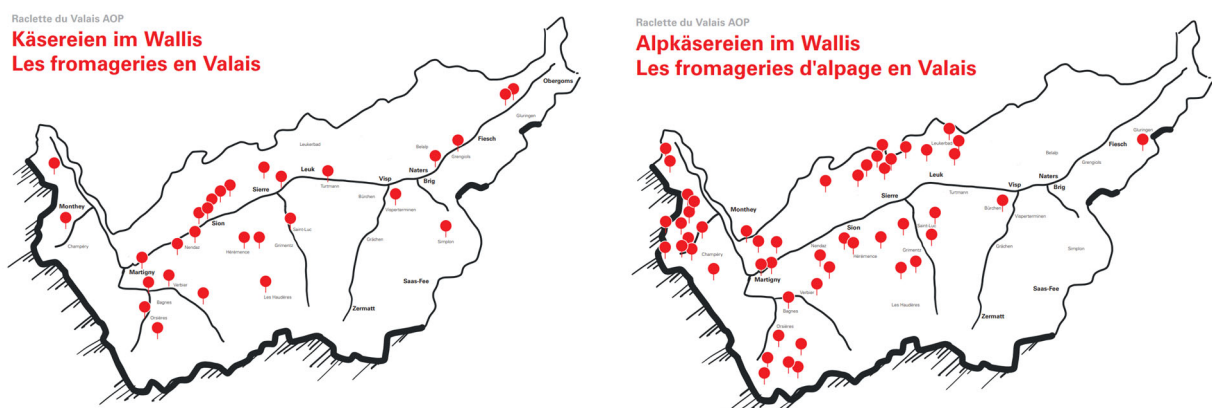


Abbildung 5: zertifizierte Käsereien (links) und zertifizierte Alpkäsereien im Kanton Wallis (rechts)

3.2.3 Affineure

Zwar gibt es in der Sortenorganisation mehrere Affineure, wobei nur 1 Affineur bedeutende Mengen an Käse affiniert.

Anzahl Beschäftigte Käsereien

In den Käsereien sind total ca. 120 Personen beschäftigt, die sich um die Herstellung, die Affinage und den Ortsverkauf von Raclette du Valais AOP kümmern (Tabelle 2). D.h. durchschnittlich sind dies 4.2 Personen/Käserei. Ausgedrückt in Vollzeitäquivalenten sind dies 98 Vollzeitäquivalente, resp. 3.5 Vollzeitstellen/Käserei. Die jährliche Lohnsumme beläuft sich auf gut CHF 7 Mio.

Tabelle 2 Beschäftigte, Vollzeit-Äquivalente und Lohnsummen in der RdV-Milchproduktion und den RdV-Käsereien, 2023

	Anzahl Beschäftigte	Vollzeit-Äquivalente	Lohnsumme / Einkommen
Käsereien	120 ø 4.2 /Käserei	98 ø 3.5 / Käserei	CHF 7 Mio
Milchproduktion Angestellte Heimbetriebe	≥ 90	90	CHF 4.5 Mio
Milchproduktion Angestellte Alpbetriebe	240	60	CHF 3.8 Mio
Stufe Angestellte total	≥ 450	248	CHF 15.3 Mio
Milchproduktion Familien-Arbeitskräfte	≥ 339	320	CHF 12.7 Mio
Stufe Beschäftigte total	≥ 790	568	CHF 28 Mio

Milchproduktion

Auf den Landwirtschaftsbetrieben wird ein bedeutender Anteil der Arbeit durch die Betriebsleiterfamilien geleistet (Schmid et al., 2024). Diese Arbeit wird in der Regel nicht direkt über die Personalausgaben entschädigt, sondern über das erzielte Unternehmer-Einkommen. Deshalb wird für die Darstellung der Beschäftigung der Milchproduzenten zwischen 'Angestellten' und 'Familien-Arbeitskräften' unterschieden.

Familienarbeitskräfte in der Milchproduktion

Die in der RdV-Milchproduktion eingesetzten familiären Arbeitskräfte dürften bei 339 Betrieben diese Anzahl deutlich übersteigen; aufgrund der teilweise sehr klein strukturierten Betriebe und weil nicht die gesamte auf den Betrieben geleistete Arbeit der RdV-Milch angerechnet werden kann, wird aber von 'nur' 320 Vollzeitbeschäftigten für die RdV-Milchproduktion ausgegangen.

Diese familiären Arbeitskräfte erzielen zusammen mit den anrechenbaren Nebenerlösen (v.a. Tiererlöse) ein anteiliges landwirtschaftlichen Einkommen für die RdV-Milchproduktion in der Höhe von rund CHF 12,7 Mio.

Angestellte in der Milchproduktion

Aufgrund von Grösse und Struktur der Landwirtschaftsbetriebe (Schmid et al., 2024) wurden rund 90 Vollzeitstellen mit einer Lohnsumme von CHF 4,5 Mio für die RdV-Milchproduktion berechnet. Auf den Sömmerungsbetrieben ist von rund 240 Angestellten auszugehen, welche Löhne in der Höhe von CHF 3,8 Mio auslösen und 60 Vollzeitäquivalenten entsprechen.

Insgesamt ergibt dies für die Branche rund 250 Vollzeitangestellte mit einer Lohnsumme von CHF 15,3 Mio.

Über alle Stufen der Wertschöpfungskette RdV AOP hinweg beläuft sich somit die Anzahl Beschäftigter auf mehr als 790 Personen resp. auf rund 570 Vollzeitäquivalente mit einem Arbeitseinkommen von total CHF 28 Mio.

4 Direkte Wertschöpfungskette und Wertschöpfung durch Raclette du Valais AOP

Zur Ermittlung der Wertschöpfung, welche durch die Akteure der Sortenorganisation Raclette du Valais AOP im Wallis erzielt wird, bedarf es nebst der Definition des Begriffs *Wertschöpfung* einen Überblick über die *Struktur* resp. die Warenflüsse innerhalb *der Wertschöpfungskette* von Raclette du Valais AOP sowie die Darlegung der monetären Grössen wie Milchpreis und Verkaufspreise des Raclette du Valais AOP Käses.

4.1 Struktur der direkten Wertschöpfungskette von Raclette du Valais AOP

Als Basis zur Ermittlung der Wertschöpfung von Raclette du Valais AOP wird in der nachstehenden **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.** (folgende Seite) ein Überblick über die Struktur der Wertschöpfungskette resp. über die Warenflüsse von Walliser silagefrei produzierter Rohmilch und Raclette du Valais AOP Käse dargestellt. Die Mengenangaben beziehen sich auf das Referenzjahr 2023.

4.1.1 Erläuterungen zur Struktur der direkten Wertschöpfungskette

Stufe Produktion und Verarbeitung der Walliser AOP Milch

Rund 28'800'000 kg Walliser silagefrei produzierte Rohmilch werden durch die der Sortenorganisation angeschlossenen Alpkäsereien und Käsereien zu Molkereiprodukten verarbeitet. Wie Abbildung 7 zeigt, werden von dieser totalen Milchmenge rund 2/3 resp. 18'800'000 kg zu Raclette du Valais AOP Käse verarbeitet. Die übrigen 10'000'000 kg werden von den Betrieben zu anderen Käsespezialitäten (Mutschli etc.) und Molkerei-Produkten verarbeitet oder als Konsummilch genutzt.

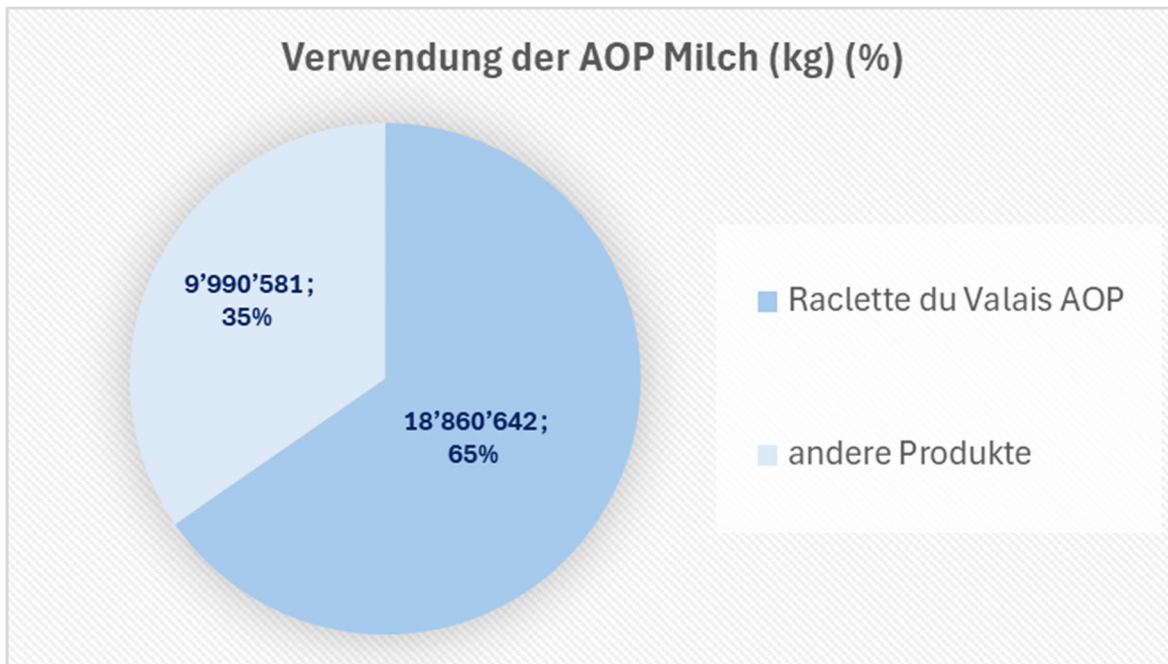


Abbildung 7: Verwendung der Walliser AOP Milch, 2023

Wie der Abbildung 8 zu entnehmen ist, wird von demjenigen Teil der Milchmenge (18'800'000kg), welcher zu Raclette du Valais AOP-Käse verarbeitet wird, rund 1/5 (3'500'000kg) auf den Alpkäsereien und 4/5 (15'300'000kg) durch die Käsereien zu Raclette du Valais AOP-Käse verarbeitet.

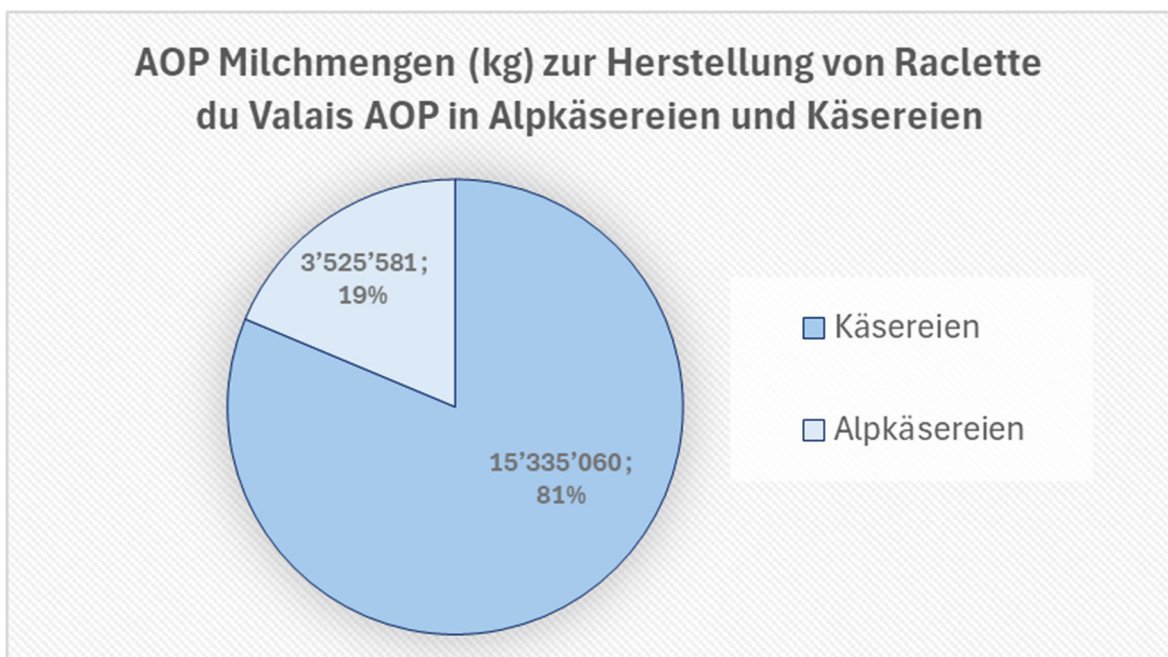


Abbildung 8: Verarbeitung Milchmenge zu Raclette du Valais AOP Käse nach Käsereien, 2023

Stufe Herstellung von Raclette du Valais AOP Käse (Stufe Herstellung Käse / grüne Stufe in der Abbildung 6)

Aus den 18'800'000 kg Milch werden gut 2'000'000 kg Raclette du Valais AOP Käse («Salzbadkäse» resp. Salzbadgewicht) hergestellt. Dies entspricht einer durchschnittlichen Ausbeute von 10.75%. In Bezug auf die Käsereien bedeutet dies, dass die Alpkäsereien rund 380'000kg (1/5) und die Käsereien rund 1'650'000kg (4/5) Raclette du Valais AOP Käse herstellen (Abbildung 9).

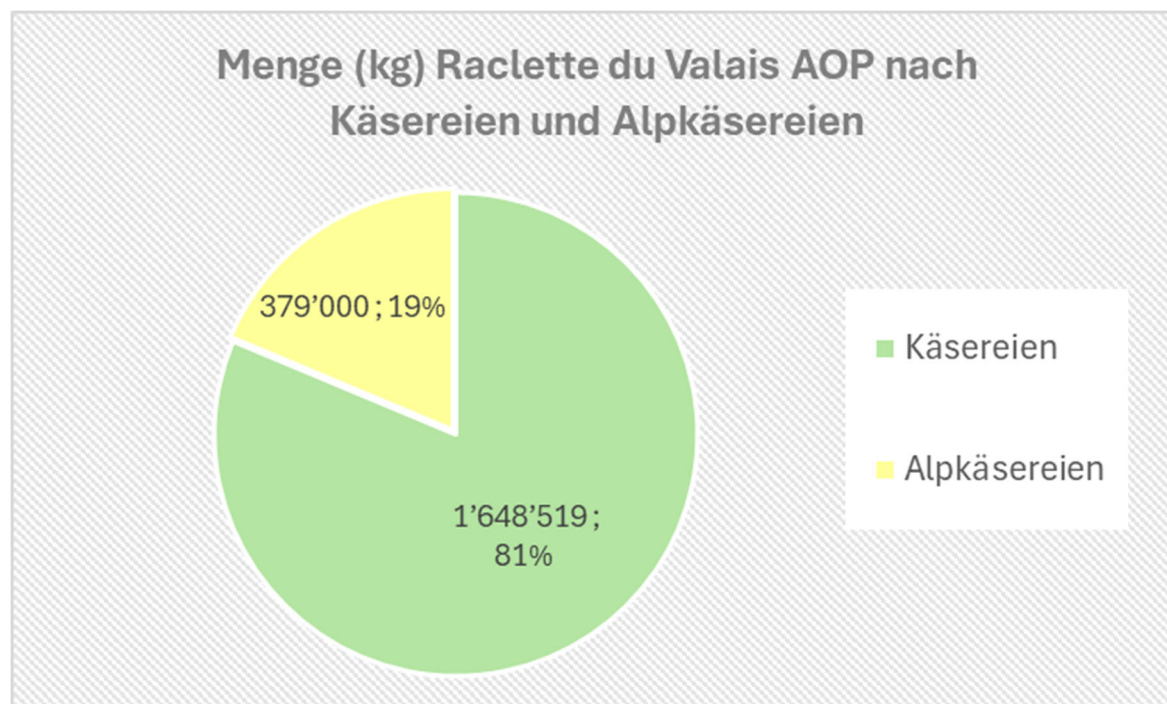


Abbildung 9: Herstellung von Raclette du Valais AOP Käse nach Käsereien, 2023

Stufe Affinage Käse (Stufe Affinage / gelbe Stufe in der Abbildung 6)

Die Affinage nehmen die Alpkäsereien und Käsereien entweder selbst vor oder sie verkaufen ihre Käse oder einen Teil davon an externe Affineure.

Der durchschnittliche Gewichtsverlust während der 3-monatigen Reifezeit beträgt ca. 7 bis 8 % . Nach der Reifung stehen rund 1'900'000 kg konsumfertiger Raclette du Valais AOP Käse («Endgewicht») zum Verkauf resp. Konsum zur Verfügung.

Die Mengen, welche von den Alpkäsereien und Käsereien an die externen Affineure verkauft werden, resp. die Gesamtmenge, welche durch die externen Affineure gepflegt werden, wurden im Rahmen dieser Studie ermittelt, werden in diesem Bericht jedoch nicht ausgewiesen, da dadurch Rückschlüsse auf einzelne Akteure gezogen werden können. Demzufolge wurden in Abbildung 6 **Fehler!**

Verweisquelle konnte nicht gefunden werden. die Verkaufsmengen nicht angegeben, resp. mit einem Platzhalter * markiert. Nachfolgende Erläuterungen in den Abschnitten «Verkauf Käse» und «Wiederverkauf Käse» beziehen sich somit nur auf die *Struktur* der Distribution (Warenfluss), jedoch ohne Angaben der Mengen.

Stufe Verkauf Käse (1. Stufe Verkauf / rote Stufe in der Abbildung 6)

Die Käsereien verkaufen Raclette du Valais AOP Käse entweder direkt an Affineure, an Konsumenten (B2C; Business to Consumer) oder an Wiederverkäufer wie regionale Detailhändler, Gastronomien oder Grossisten (B2B; Business to Business). Dasselbe geschieht mit dem Raclette du Valais AOP-Alpkäse, der mehrheitlich über die Tierbesitzer oder Alpbewirtschafter an den Detailhandel verkauft und in geringerem Masse direkt vermarktet wird.

Die externen Affineure verkaufen Raclette du Valais AOP Käse an Detailhändler wie z.B. Migros und Coop. Ein geringer Teil geht von den Affineuren in den Export.

Die Käsereien setzen auf eine Multikanal-Vertriebsstrategie, um ihre Produkte zu vermarkten und den Erwartungen der Verbraucher gerecht zu werden. Der am häufigsten genutzte Vertriebskanal, nebst der Lieferung an Affineure, bleibt das stationäre Geschäft (Ortsverkauf), das von 75 % der Käsereien genutzt wird. In der Hochsaison im Sommer sind 43 % dieser Geschäfte an sieben Tagen pro Woche geöffnet, während nur 24 % an drei oder weniger Tagen geöffnet haben. Diese starke Präsenz unterstreicht die Bedeutung der direkten Beziehung zwischen den Verarbeitern und den Endverbrauchern. Ergänzend dazu nutzen 35 % der Käsereien Verkaufsautomaten, 28 % betreiben einen Online-Shop und 21 % bieten den Verkauf per Telefon oder via E-Mail an. Diese Zahlen zeigen, dass die meisten Produzenten mehrere Vertriebswege kombinieren, um ihre Sichtbarkeit zu erhöhen und auf unterschiedliche Käuferprofile einzugehen.

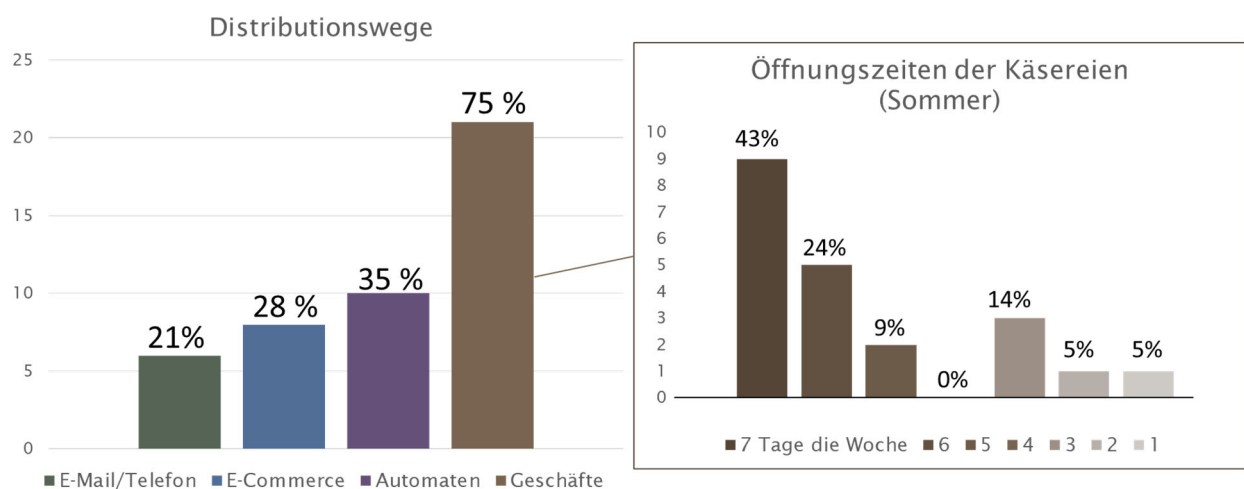


Abbildung 10: Vertriebskanäle der Käsereien

Käsereien diversifizieren sich zunehmend im tertiären Sektor, wobei 39 % von ihnen Aktivitäten im Bereich Tourismus oder Gastronomie anbieten. Von den beiden Bereichen scheint die Gastronomie die bevorzugte Wahl der Käsereien zu sein. So haben sie verschiedene Dienstleistungen entwickelt, wie etwa Weinbars, Verkostungen und Catering-Services. Im Bereich des Tourismus bieten die Käsereien Führungen sowie Schulungen an, um den Besuchern das Käsehandwerk näherzubringen. Darüber hinaus engagieren sich 18 % der Käsereien in beiden Bereichen, was die strategische Bedeutung dieser neuen Märkte für die Entwicklung und Förderung ihres Geschäfts unterstreicht.

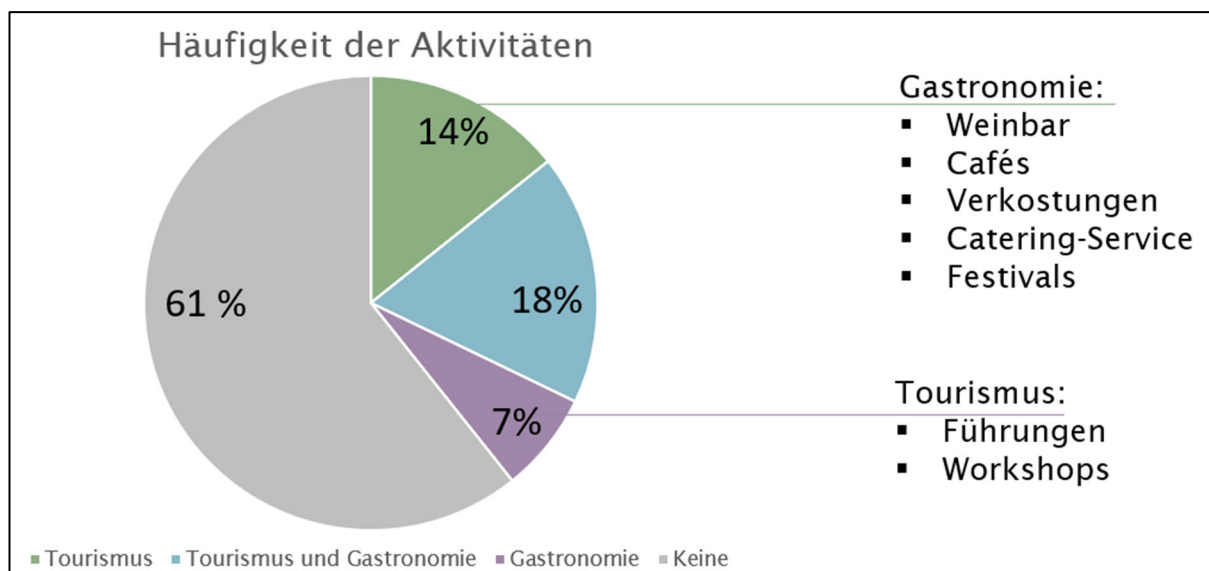


Abbildung 11: Tätigkeiten der Käsereien im tertiären Sektor

Stufe Wiederverkauf Käse (2.Verkaufstufe / rote Stufe in Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.)

Derjenige Teil, welcher ursprünglich durch Alpkäsereien und Käsereien an Händler oder Gastronomien verkauft wurde, wird mehrheitlich im Wallis an Konsumenten weiterverkauft.

Derjenige Teil, welcher ursprünglich via Affineure an Händler verkauft wurde, wird teilweise im Wallis an Konsumenten / Kunden weiterverkauft, teilweise ausserhalb des Wallis (Schweiz oder Ausland).

Derjenige Anteil, welche von Affineuren ausschliesslich im Kanton Wallis weiterverkauft wurde, konnte im Rahmen der Studie nicht erhoben werden.

4.2 Adaptierte Wertschöpfungskette Raclette du Valais AOP mit Mengenangaben

In Abbildung 6 Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.können einzelne Mengenangaben aufgrund der Rückverfolgbarkeit und damit der Vertraulichkeit nicht ausgewiesen werden.

Zur Berechnung der gesamten Wertschöpfung von RdV AOP sind jedoch die Mengenangaben unerlässlich. Im Hinblick auf die Berechnung der gesamten Wertschöpfung werden nun diejenigen Mengen, welche von den Alpkäsereien und von den Käsereien an externe Affineure gehen, so behandelt, als ob die einzelnen Alpkäsereien resp. Käsereien diese Mengen selber affinieren. Auf die gesamte Wertschöpfung der Wertschöpfungskette RdV AOP hat dies letztendlich keinen Einfluss.

Die adaptierte direkte Wertschöpfungskette von Raclette du Valais AOP lässt sich somit wie in Abbildung 12 darstellen:

Mengenströme in der direkten Wertschöpfungskette von Raclette du Valais AOP

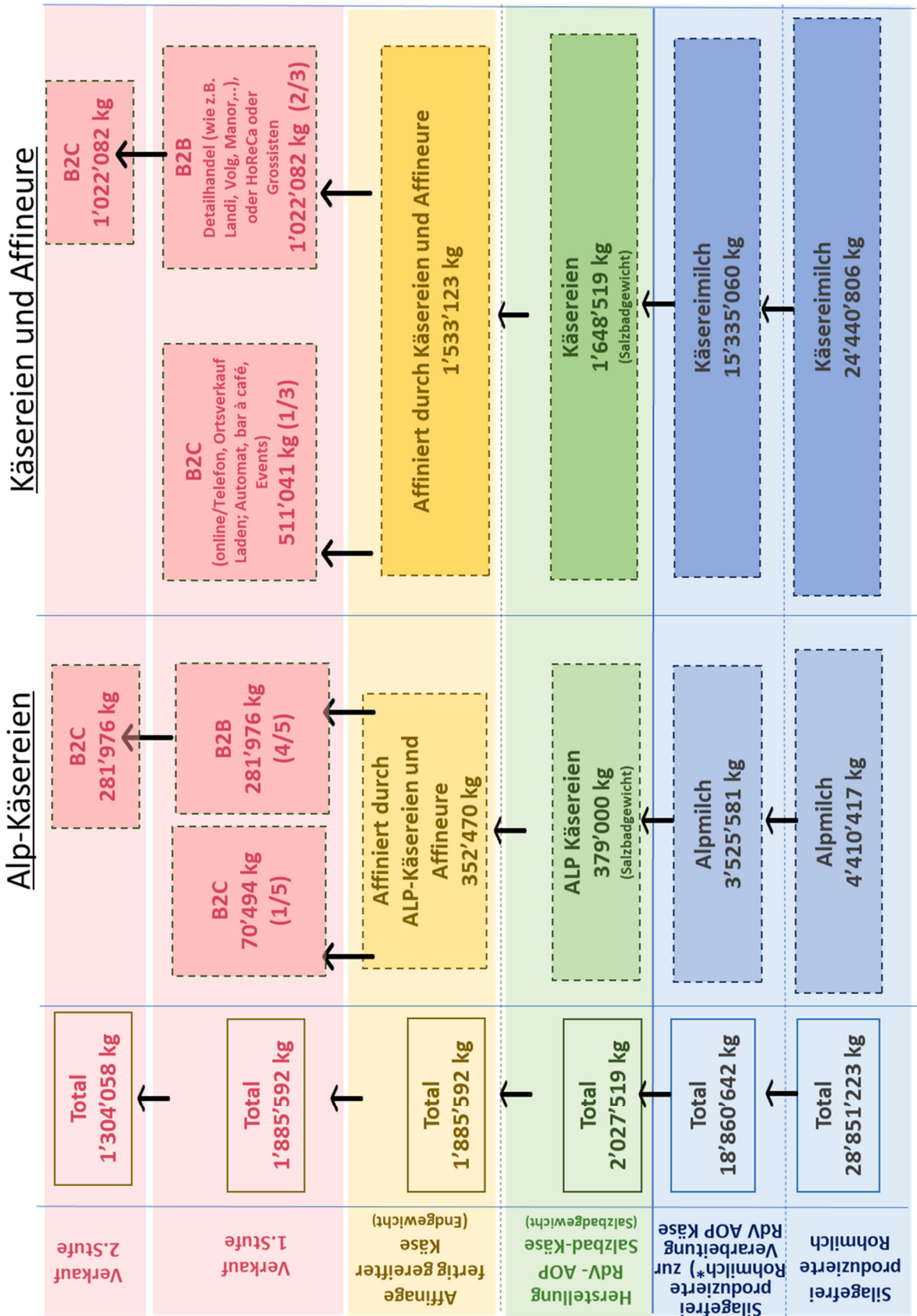


Abbildung 12: Adaptierte direkte Wertschöpfungskette Raclette du Valais AOP, 2023

4.2.1 Ergänzende Erläuterungen zur adaptierten direkten Wertschöpfungskette

Die Stufen Milchproduktion und Käseherstellung bis Stufe Salzbadkäse bleiben zu obigen Ausführungen unverändert. D.h. heisst, die Alpkäsereien stellen 380'000 kg und die Käsereien 1'650'000 kg Raclette du Valais AOP Käse her (Salzbadgewicht). Ebenso unverändert bleibt die totale Menge in kg an gereiftem Käse (rund 1'900'000 kg Endgewicht). Auf der Stufe Affinage ändert sich jedoch der Mengensplit des gereiften Käses zwischen den einzelnen Akteuren Alpkäsereien, Käsereien und externe Affineure.

Stufe Affinage Käse (Stufe Affinage / gelbe Stufe in der Abbildung 12)

Bei einem Gewichtsverlust während der Reifung von ca. 7 – 8 % kommen somit durch die Alpkäsereien rund 355'000 kg (1/5) gereifter ALP-Raclette Käse in den Verkauf. Durch die Käsereien sind dies knapp 1'550'000 kg (4/5).

Die Milchproduzenten verkaufen etwa 1/5 des AOP-Alpkäses direkt an Konsumenten (B2C) und 4/5 an Wiederverkäufer (B2B). Bei den Käsereien gehen etwa 1/3 durch den Direktverkauf direkt an Konsumenten und 2/3 an Wiederverkäufer wie Detailhändler, Gastronomien.

4.3 Monetäre Werte

Wie oben ausgeführt, bedarf es zur Ermittlung der Wertschöpfung nebst dem Mengengerüst die Darlegung der monetären Grössen wie Milchpreis und Verkaufspreise des Raclette du Valais AOP

4.3.1 Milchpreis

Der Milchpreis beträgt 80.38 Rappen /kg. Dabei handelt es sich um einen gewichteten Durchschnittspreis von Käsereien, welche mehr als 86% der gesamten Raclette du Valais AOP-Käsemenge herstellen. In diesem Milchpreis sind alle milchpreisrelevanten Bestandteile enthalten franko Käserei. (Nebst dem Basispreis sind beispielsweise Zuschläge/Abzüge saisonale Preisstaffelung, Gehalts- und Mengenkorrekturen, Qualitätsabzüge, Nachzahlungen, diverse Transportkosten enthalten). In den 80.38 Rappen/kg Milch sind jedoch die Siloverzichtszulage (3 Rp.), Verkäsungszulage (10 Rp.), Verkehrszulage (5 Rp.) sowie kommunale Zulagen **nicht** enthalten. Die Käsereien erhalten die Siloverzichtszulage und die Verkäsungszulage vom Bund und geben diese den Milchproduzenten weiter. Demzufolge richten die Käsereien den Milchproduzenten einen durchschnittlichen Milcherlös von 93.38 Rappen/kg aus. Die Milchproduzenten erhalten direkt vom Bund weitere 5 Rappen Verkehrszulage.

Vereinzelte Betriebe erhalten noch kommunale Zulagen, welche jedoch hier nicht weiter quantifiziert werden können.

Tabelle 3 : Gewichteter durchschnittlicher Milcherlös und Zulagen in Rappen /kg, 2023

Milchpreis (geliefert, mit Nachzahlung , jedoch ohne Zulagen)	80.4 Rp/kg
Siloverzichtszulage	3.0 Rp/kg
Verkäsungszulage	10.0 Rp/kg
Milchpreis (geliefert, mit Nachzahlung , mit Siloverzichtszulage, und mit Verkäsungszulage)	93.4 Rp/kg
Verkehrszulage	5.0 Rp/kg
Milcherlös / Produzentenpreis	98.4 Rp/kg

4.3.2 Verkaufspreis gereifter Käse

Die Verkaufspreise für ein kg gereifter Käse variieren aufgrund verschiedener Einfluss-Faktoren. So unterscheiden sich die Verkaufspreise pro kg Käse je nachdem, ob der Käse als ganzer Laib, als ½ Laib, als ¼ Laib oder in Scheiben geschnittenen verkauft wird. Ebenso gibt es Preisunterschiede, ob der Käse gewaschen oder ungewaschen verkauft wird. Ein weiterer Faktor ist, ob der Käse für den

Verkauf vakuumiert wird. Verkaufspreise für Käse, welche von den Käsereien an Geschäftskunden verkauft werden (B2B) sind niedriger als der Direktverkauf an Endkonsumenten. Folgende Preisstruktur konnte als Durchschnittspreise pro kg fertig gereifter Käse (Endgewicht) ermittelt werden.

Tabelle 4: Verkaufspreise gereifter Käse je kg, 2023

	An Detailhandel (B2B)	An Konsumenten (B2C)
Käserei-Käse	CHF/kg 20.50	CHF/kg 22.90
Alpkäse	CHF/kg 19.25	CHF/kg 20.43
Detailhandel		CHF/kg 27.00

4.4 Definition des Begriffs Wertschöpfung

Die Wertschöpfung resp. die Bruttowertschöpfung entspricht dem von einem Unternehmen in einer bestimmten Periode erzielten Umsatz, abzüglich die bezogenen Vorleistungen, welche andere Unternehmungen erbracht haben. Vereinfacht ausgedrückt ist die Wertschöpfung die Differenz zwischen dem Wert eines Produkts und den Kosten der eingesetzten Vorleistungen.

Die erbrachte Wertschöpfung wird als Einkommen auf die Mitarbeiter, als Steuern an den Staat, als Zins für die Kapitalgeber, als Dividende an die Eigenkapitalgeber und als Gewinn an die Unternehmer verteilt; ebenso sind in der Bruttowertschöpfung die Abschreibungen für Maschinen und Gebäude enthalten.

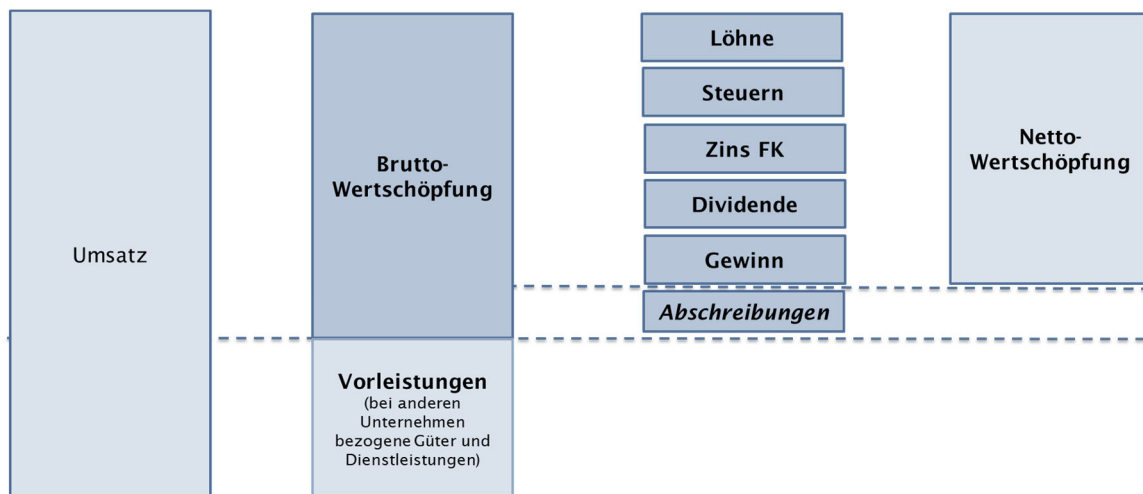


Abbildung 13: Definition Bruttowertschöpfung

Die Vorleistungen, welche andere Unternehmungen erbracht haben, lassen sich – wie in untenstehender Abbildung 14 dargestellt – unterteilen

- in (direkte) Vorleistungen, welche bei Mitgliedern der Sortenorganisation bezogen werden (Milch und Käse) und
- in (indirekte) Vorleistungen, welche von Dritten erbracht wurden, welche nicht zur Sortenorganisation gehören (z.B. Energie, Wasser, Hilfsstoffe etc.)

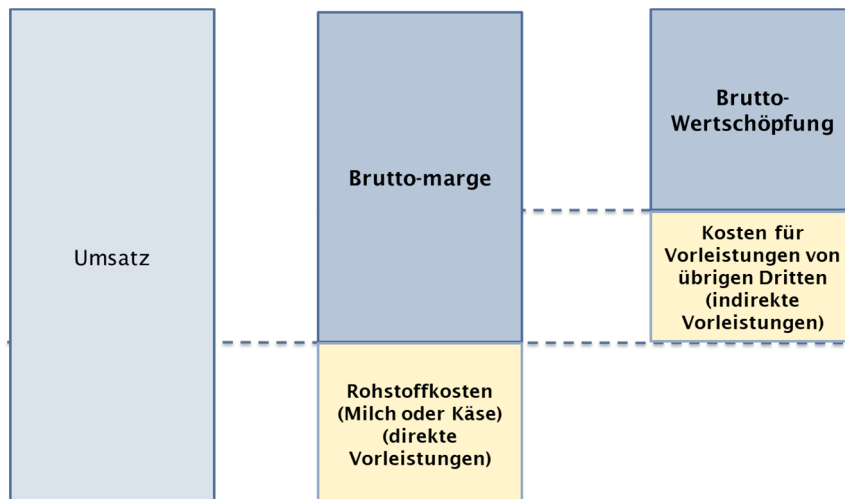


Abbildung 14: Bruttowertschöpfung und Bruttomarge

Die erbrachten Vorleistungen von denjenigen Dritten, welche nicht zur Sortenorganisation gehören, sind schwierig zu ermitteln und lassen sich nicht genügend aussagekräftig abbilden. Aus diesem Grund wird in der vorliegenden Studie nicht die Bruttowertschöpfung, sondern die Bruttomarge -wie in Abbildung 14 dargestellt- als Wertschöpfungskriterium herangezogen. Ermitteltbare Vorleistungen von Dritten, welche nicht zur Sortenorganisation gehören, werden ergänzend im Kapitel 4.6 aufgeführt (z.B. Infrastrukturkosten).

In der vorliegenden Studie werden somit zur Ermittlung der Wertschöpfung von Raclette du Valais AOP die **Bruttomargen der einzelnen Stufen der Wertschöpfungskette** (Milchproduktion, Käseherstellung, Affinage, Verkauf und Wiederverkauf) zusammenaddiert. Dabei beginnt die erste Stufe der Wertschöpfungskette mit der Milchproduktion.

4.5 Die Wertschöpfung von Raclette du Valais AOP

Erläuterungen zur Wertschöpfungskette von Raclette du Valais AOP

Alpkäsereien und Käsereien haben unterschiedliche Geschäftsmodelle, was zu einer unterschiedlichen Darstellung der Wertschöpfung führt:

Auf **Alpkäsereien** werden sämtliche Stufen der Wertschöpfung – Milchproduktion, Käseherstellung, Affinage¹ und Verkauf- in demselben Betrieb vorgenommen. Aus diesem Grund lassen sich die einzelnen Wertschöpfungsstufen auf Alpbetrieben nicht separat ausweisen.

Alpkäsereien erzielen durch die Milchproduktion, Käseherstellung inkl. Affinage sowie dem Verkauf eine Wertschöpfung von CHF 6'900'000.- exklusive Zulagen.

Die **Käsereien** hingegen beziehen die Milch als Vorleistung von ihren Milchproduzenten. Die Wertschöpfung aus dieser Milchproduktion beträgt CHF 12'300'000.- exkl. Zulagen. Die Käsereien erwirtschaften auf den Stufen Käseherstellung, Affinage und Verkauf eine Wertschöpfung von CHF 20'500'000.-. Diese Stufen lassen sich nicht separat ausweisen, da alles in demselben Unternehmen erarbeitet wird.

Die Logistik sind Leistungen, welche entweder der Milchproduzent, die Käsereien oder sonstige Unternehmungen erbringen. Sämtliche Logistikleistungen sind im Milchpreis oder im Käsepreis einberechnet.

¹ Ein Teil der Käse von Alpkäsereien und Käsereien wird durch externe Affineure gepflegt. Diese Mengen können aufgrund von Rückverfolgbarkeit auf einzelne Akteure nicht ausgewiesen werden. Zur Berechnung der Wertschöpfung werden diese Mengen so behandelt, als ob sie in den Alpkäsereien bzw. Käsereien affiniert werden

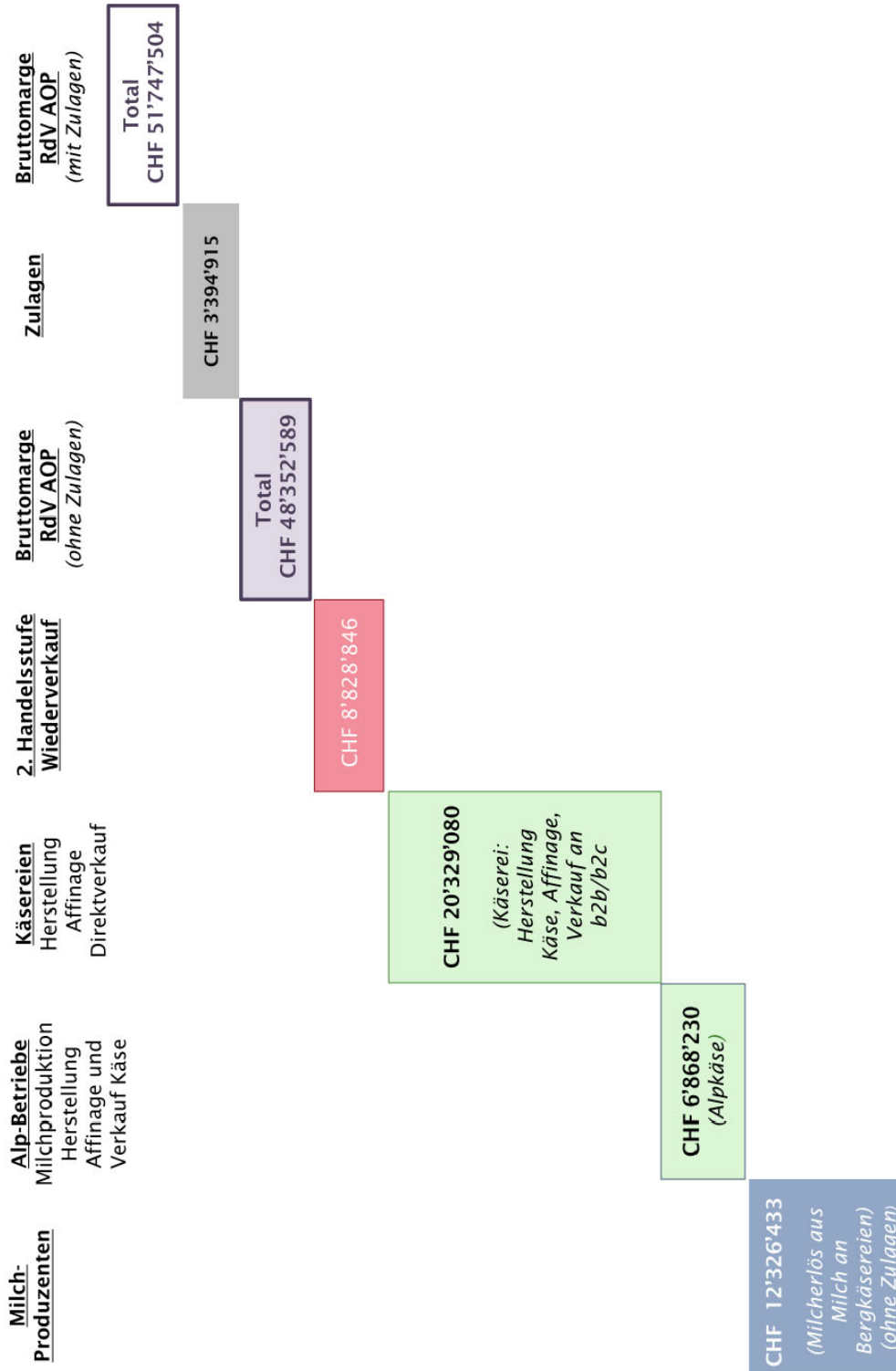


Abbildung 15: Wertschöpfung von Raclette du Valais AOP

Käse, welcher von den Alpkäsereien, den Käsereien (und den externen Affineuren) an Wiederverkäufer (Detailhandel, Gastronomie, Grossisten) verkauft wird, erzielt auf der 2. Handelsstufe durch den Wiederverkauf eine Wertschöpfung von CHF 8'900'000.-. Ein Teil dieser Wertschöpfung wird im Wallis erwirtschaftet, ein Teil ausserhalb vom Wallis (Schweiz oder Ausland). Diese Aufteilung ist im Rahmen der Studie aufgrund von Betriebsgeheimnissen nicht ermittelbar.

Damit erzielen die Akteure der Sortenorganisation eine gesamte Wertschöpfung von rund CHF 48'500'000.- (exkl. Zulagen)

Die in der Abbildung 15 ausgewiesenen Zulagen von rund CHF 3'400'000.- sind die Zulagen für die gesamte Milchmenge, welche sowohl in Alpbetrieben wie auch in Käsereien zu Raclette du Valais AOP Käse verarbeitet wird. Werden diese Zulagen zur gesamten Wertschöpfung zugerechnet, so beläuft sich **die Wertschöpfung, welche die Akteure der Sortenorganisation erwirtschaftet haben, auf knapp CHF 52 Mio.**

Wertschöpfung je kg Käse

Aus Sicht der Vermarktung ist es interessant, die Aufteilung der Wertschöpfung in Bezug auf den verkauften Käse darzustellen (Abbildung 16). Je Kilogramm produzierten RdV-Käses (Endgewicht, Verkaufsgewicht) verbleiben auf Stufe Milchproduktion ohne Zulagen gut CHF 10 an Wertschöpfung, werden diese mitberücksichtigt, ergibt sich für diese Stufe eine Wertschöpfung von fast CHF 12 je Kilogramm. Leicht darunter mit rund CHF 11 je Kilogramm liegt der Wertschöpfungsanteil der Käsereien inklusive Affinage. Rund ein Fünftel der Wertschöpfung wird im Detailhandel generiert.

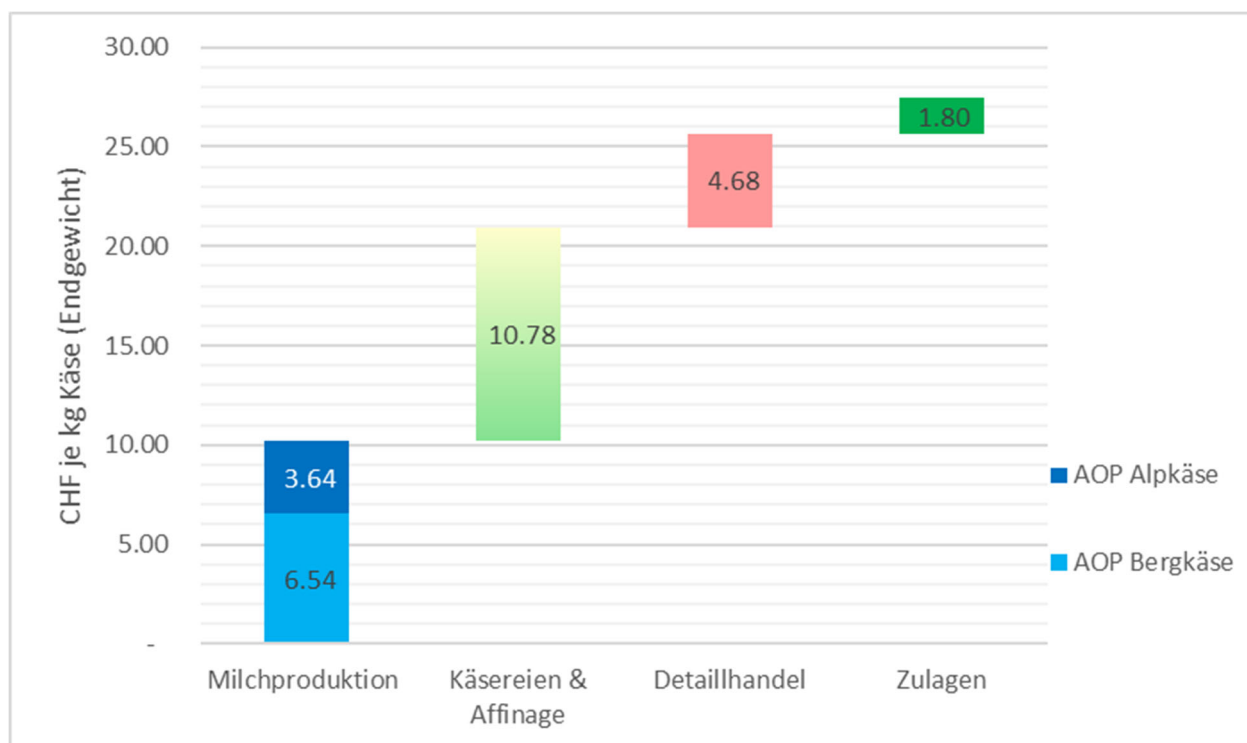


Abbildung 16: Wertschöpfung von RdV-Käse je kg Endgewicht nach Bereichen, 2023

4.6 Indirekte Wertschöpfung

Kosten und Investitionen auf Stufe Milchproduktion

Auf Stufe Milchproduktion fallen zusammen mit den Koppelprodukten (Tiererlöse, andere Nebenerlöse, Direktzahlungen) Fremdkosten in der Höhe von rund CHF 40 Mio an, von denen knapp CHF 12 Mio für Futtermittel, Hilfsstoffe und Dienstleistungen anfallen, die mehrheitlich Wertschöpfung in der Region verursachen dürften. Neben den bereits erwähnten Personalkosten in der Höhe von CHF 8 Mio sind die Maschinenausgaben mit knapp CHF 10 Mio die wichtigsten Kostenpositionen.

Die jährlichen Investitionen in Infrastruktur (Gebäude, Einrichtungen, Maschinen) dürften bei rund CHF 8,5 Mio liegen; auf den 53 RdV-Alpen wird von jährlichen Investitionen in die Infrastruktur in der Höhe von CHF 0,5 bis 0,75 Mio ausgegangen.

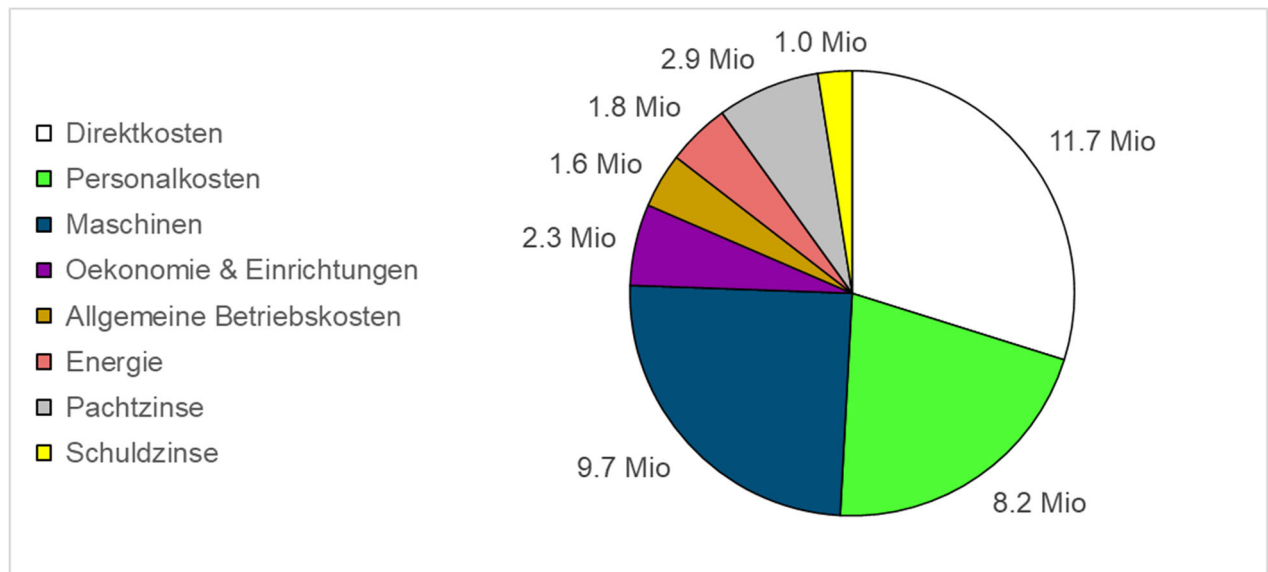


Abbildung 17: Anteilige Kosten der Milchproduktion der RdV-Betriebe, 2023.

Investitionen in Gebäude und Anlagen der Käsereien

Eine grosse volkswirtschaftliche Bedeutung für das Wallis kommt auch den Leistungen Dritter zu. Dies sind Leistungen von Unternehmen, die zwar nicht direkt zur Sortenorganisation gehören, jedoch Leistungen erbringen, welche in direktem Zusammenhang mit der Produktion von Raclette du Valais AOP stehen. Insbesondere fallen hier Investitionen in Gebäude und Anlagen ins Gewicht. 71% der interviewten Käsereien haben in den letzten 10 Jahren Investitionen in Gebäude und oder Anlagen getätigt. Zusammen haben sie für rund **CHF 60 Mio** investiert und somit Beschäftigung bewirkt.

36% der interviewten Käsereien planen Investitionen in Gebäude oder Anlagen in den kommenden 5 Jahren. Die geplante Summe beläuft sich derzeit auf rund **CHF 30 Mio**.

5 Nicht-monetäre Mehrwerte

Im Unterschied zu den monetären Mehrwerten können die nicht-monetären Mehrwerte ausschliesslich qualitativ beschrieben werden. Das Ziel ist es, die ökonomische, soziale und ökologische Bedeutung der Wertschöpfungskette für den Kanton Wallis einzuschätzen und einzuordnen.

5.1 Begriff der nicht-monetären Mehrwerte

Nicht-monetäre Mehrwerte sind ökonomische Effekte, die nicht oder nur indirekt in Geldwerten ausgedrückt werden können. Im Rahmen von Wertschöpfungsstudien werden die folgenden Begriffe synonym oder komplementär dafür verwendet:

- **Externe Wertschöpfungseffekte:** Externe Wertschöpfungseffekte entstehen durch den Marktmechanismus von Angebot und Nachfrage, wirken jedoch ausserhalb der eigentlichen Wertschöpfungskette, in diesem Fall von Raclette du Valais AOP.
- **Externe ökonomische Effekte:** Externe ökonomische Effekte wirken ebenfalls ausserhalb der eigentlichen Wertschöpfungskette. Sie kommen jedoch nicht durch den Marktmechanismus zustande, sondern umfassen positive Externalitäten bzw. externe Nutzen im sozialen Bereich oder in der Umwelt.

Zusätzlich zu diesen externen Effekten werden im Rahmen der vorliegenden Studie auch interne Effekte mit einbezogen, die innerhalb der Wertschöpfungskette bei der Produktion, bei der Verarbeitung oder beim Vertrieb entstehen, und die sich ebenfalls nicht oder nur indirekt in Geldwerten ausdrücken lassen.

5.2 Konzept der Wirkungslogik

Nicht-monetäre Mehrwerte werden in dieser Studie vor dem Hintergrund einer bestimmten Wirkungslogik erfasst und analysiert. Eine solche Wirkungslogik umfasst zum einen bestimmte Aktivitäten mit einem klar umrissenen Input und Output. Zum anderen entfalten nicht-monetäre Effekte ihre Wirkung bei klar definierten Zielgruppen (Outcome und Impact). Input, Output, Outcome und Impact können in einem Wirkungsmodell dargestellt werden (siehe Abbildung 18: Schema Wirkungsmodell für nicht-monetäre Mehrwerte).

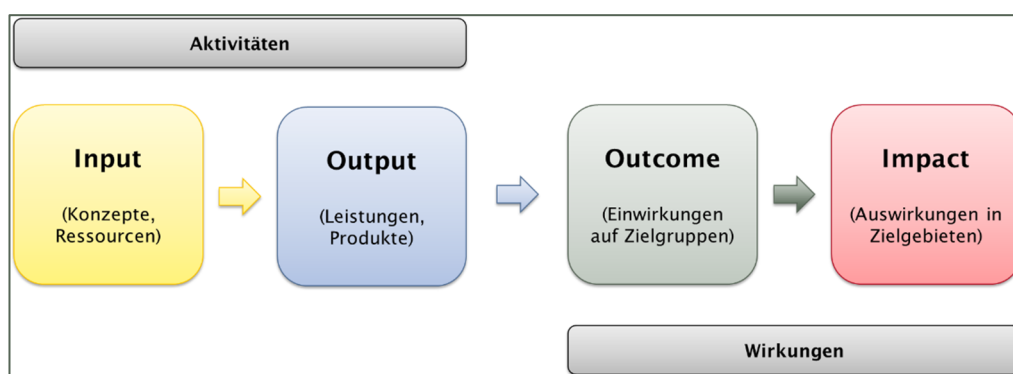


Abbildung 18: Schema Wirkungsmodell für nicht-monetäre Mehrwerte

5.3 Ergebnisse

5.3.1 Aktivitäten

Grundsätzlich umfassen Aktivitäten im Sinne der oben erwähnten Wirkungslogik einerseits solche, die mit der Produktion und dem Vertrieb von Raclette du Valais AOP in Verbindung stehen (Aktivitäten auf allen Stufen Wertschöpfungskette) und andererseits solche, die mit den Marketing- und Kommunikationsaufgaben der Sortenorganisation in Zusammenhang stehen.

Aktivitäten in Verbindung mit der Produktion und dem Vertrieb von Raclette du Valais AOP

Aufgrund des Pflichtenhefts des Raclette du Valais AOP können verschiedene sortenspezifische Aktivitäten identifiziert werden (siehe Tabelle 5).

Tabelle 5 Sortenspezifische Aktivitäten aufgrund des Pflichtenhefts des Raclette du Valais AOP

Stufen der Wertschöpfungskette	Spezifische Aktivitäten	Pflichtenheft
Milchproduktion	Raufutterbasierte Fütterung (silage- und gentech-frei)	Artikel 6
Milchverarbeitung	Herstellung aus Rohmilch (ohne Ultrafiltration, Mikrofiltration, Baktofugation, Zugabe von Sirtenrahm und thermische Behandlung)	Artikel 7
	Lokale Milchverarbeitung	Artikel 2 und 8
	Reinheitsgebot (nur Wasser, Salz, Lab sowie Milchsäure- und	Artikel 9

	Schmierekulturen als zulässige Zusatz- und Hilfsstoffe)	
	Verarbeitung im Kupferkessi	Artikel 10
	Verwendung von spezifischen Käsekulturen	
Käseveredelung (Affinage)	Verwendung von natürlichen Rindenschmierekulturen	Artikel 11
	Lagerung auf rohen Rottannen-Brettern Affinage ausschliesslich im Wallis	Artikel 2

Gemäss den interviewten Expertinnen und Experten sind die folgenden Aktivitäten für die nicht-monetären Mehrwerte des Raclette du Valais AOP relevant:

- Tierhaltung und Weidewirtschaft
- Förderung der bäuerlichen Familienbetriebe
- Sortenspezifische Käseherstellung und -veredelung gemäss Pflichtenheft
- Schulung und Ausbildung von Fachpersonal
- Produktdiversifizierung
- Direktvermarktung und lokale Distribution
- Vertrieb über lokale Gastronomie
- Vertrieb in der West- und Deutschschweiz
- Exportaktivitäten

Aktivitäten im Zusammenhang mit den Marketing- und Kommunikationsaufgaben der Sortenorganisation

Gemäss den Statuten gehören die folgenden Aktivitäten zu den Kernaufgaben der Sortenorganisation Raclette du Valais AOP:

- Schutz der Marke Raclette und der Walliser Herkunft
- Qualitäts- und Absatzförderung
- Produktionsplanung und -regulierung
- Interessenvertretung und Öffentlichkeitsarbeit

Gemäss den interviewten Expertinnen und Experten sind die folgenden Aktivitäten für die nicht-monetären Mehrwerte des Raclette du Valais AOP relevant:

- Ursprungs- und Herkunftsgarantie durch AOP-Branding
- Qualitätssicherung beim Produkt
- Ausbildung und Wissensaustausch
- Informations- und Sensibilisierungskampagnen
- Differenzierung zwischen Raclette (traditionelles Abschaben von einem halben Käselai) und Raclonette (Schmelzen von Käsescheiben in Pfännchen)
- Sensibilisierung von Hotel- und Restaurantbetreibern
- Emotionale Kommunikations- und Medienarbeit (Storytelling)
- Teilnahme an kulturellen Veranstaltungen und Degustationen
- Auftritte an internationalen Messen und Veranstaltungen
- Sponsoring von nationalen Events in Form von Käse, Infrastruktur und Personal
- Politische Lobbyarbeit und finanzielle Förderprogramme
- Zusammenarbeit und gemeinsamer Marktauftritt der verschiedenen Sortenorganisationen
- Koordination zwischen Sortenorganisation, Valais Promotion, kantonalen Behörden und anderen landwirtschaftlichen Branchenorganisationen
- Kooperationen mit Tourismusorganisationen
- Plattformen und Netzwerke für Produzentinnen und Händler

5.3.2 Zielgruppen

Die Zielgruppen umfassen wie einleitend erwähnt Akteure innerhalb und ausserhalb der Wertschöpfungskette. Externe Akteure können dabei Akteure anderer Wirtschaftssektoren, aber auch Akteure der Zivilgesellschaft sein. Im letzteren Fall betreffen die nicht-monetären Effekte nicht privatwirtschaftliche Interessen, sondern öffentliche Interessen der Gesellschaft.

Verschiedene Zielgruppen profitieren gemäss den interviewten Expertinnen und Experten von den nicht-monetären Mehrwerten von Raclette du Valais AOP (siehe Tabelle 6).

Tabelle 6 Zielgruppen, die von den nicht-monetären Mehrwerten von Raclette du Valais AOP profitieren

Akteurkategorie	Zielgruppen
Akteure der Wertschöpfungskette	Walliser Land- und Alpwirtschaftsbetriebe (vor allem kleine und mittlere Milchviehbetriebe)
	Kleine und mittelgrosse Käsehersteller und -affineure
	Einzel- und Detailhandelsunternehmen im Kanton Wallis
	Unternehmen im Käseexport
Akteure anderer Wirtschaftssektoren (externe Wertschöpfungseffekte)	Gewerbe- und Industriebetriebe (KMU's) im Kanton Wallis
	Touristische und gastronomische Betriebe im Kanton Wallis
	Touristische Vermarktungsorganisationen im Kanton Wallis
	Kultur- und Eventorganisationen im Kanton Wallis
Akteure der Zivilgesellschaft (externe ökonomische Effekte)	Kantonale Behörden
	Kulturelle Gemeinschaft und Vereine im Kanton Wallis
	Lokale Bevölkerung
	Junge und zukünftige Generationen im Kanton Wallis
	In- und ausländische Gäste
	Zweitwohnungsbesitzerinnen und -besitzer
	Konsumentinnen und Konsumenten ausserhalb des Kantons
	Bildungs- und Forschungseinrichtungen
	Gesamte Schweiz

5.3.3 Nicht-monetäre Mehrwerte (Wirkungen)

Die folgenden nicht-monetären Mehrwerte durch Raclette du Valais AOP wurden in den Interviews hervorgehoben. Die Reihenfolge der Nennung ist dabei zufällig und hat keine Bedeutung hinsichtlich ihrer Gewichtung und Priorisierung durch die interviewten Personen.

- Raclette du Valais AOP als Bestandteil der regionalen Identität und des Stolzes des Kantons Wallis (auch bei der jungen Generation)
- Raclette du Valais AOP als authentischer Imageträger für das touristische Marketing des Kantons Wallis (im Sinne einer Visitenkarte)
- Raclette du Valais AOP als Bestandteil eines regionalen kulinarischen Erlebnisses (zusammen mit Wein, Trockenfleisch und Aprikosen)
- Raclette du Valais AOP als Bestandteil einer lokalen Wirtschaft mit kurzen Wegen und dezentralen Ausbildungs- und Arbeitsplätzen
- Offenhaltung und Pflege der alpinen Kulturlandschaft durch Milchkühe und Milchproduktion
- Raclette du Valais AOP als Wertschöpfungsstrategie für die graslandbasierte Land- und Alpwirtschaft des Kantons Wallis
- Raclette du Valais AOP als Träger von traditionellen Herstellungsmethoden und von handwerklichem Know-how
- Konsum von Raclette du Valais AOP als gemeinschaftliches Ereignis mit geselligem Mehrwert
- Nationale und internationale Reputation des Raclette du Valais AOP als qualitativ hochstehender Sortenkäse

5.4 Zusammenfassung und Fazit

Generell sehen die interviewten Expertinnen und Experten viele verschiedene nicht-monetäre Mehrwerte, die unterschiedlichen Zielgruppen zugute kommen. Dabei profitieren nicht nur die Akteure der eigentlichen Wertschöpfungskette, sondern auch andere Wirtschaftssektoren wie der Tourismus sowie die breite Zivilgesellschaft. Eine breite Palette an Aktivitäten ist die Voraussetzung

dafür, dass diese Mehrwerte entstehen und genutzt werden können. Nebst der eigentlichen Produktion und des Vertriebs des Raclette du Valais AOP spielen dafür die Aktivitäten der Sortenorganisation eine ganz wesentliche Rolle.

Zusammenfassend können verschiedene Wirkungsketten beschrieben werden (siehe Tabelle 7).

Tabelle 7 Wirkungsketten betreffend nicht-monetäre Mehrwerte des Raclette du Valais AOP mit spezifischen Aktivitäten und Zielgruppen

Aktivitäten	Nicht-monetäre Mehrwerte	Zielgruppen
Herstellung des Käses nach den Vorgaben eines strengen Pflichtenhefts, welche den Ursprung und die Herkunft garantieren	Raclette du Valais AOP als authentischer Imagerträger	Touristische Vermarktungsorganisationen
Emotionales Storytelling durch die Sortenorganisation, bei dem klar zwischen Raclette und Raclonette unterschieden wird		Kantonale Industrie- und Gewerbebetriebe
Gute Zusammenarbeit mit Valais Promotion, den Tourismusorganisationen und dem Kanton		Kantonale Behörden
Vermarktung des Käses ausserhalb des Kantons sowie Export	Nationale und internationale Reputation des Raclette du Valais AOP als qualitativ hochstehender Sortenkäse	Käseexporteure
Strikte Qualitätskontrolle durch die Sortenorganisation		Konsumentinnen und Konsumenten ausserhalb des Kantons
Sponsoring von nationalen Events		Bildungs- und Forschungseinrichtungen
Teilnahme an internationalen Veranstaltungen		Gesamte Schweiz
Vertrieb des Käses über die lokale Gastronomie	Raclette du Valais AOP als Bestandteil eines regionalen kulinarischen Erlebnisses	Tourismus- und Gastronomiebetriebe
Sensibilisierung von Hotellerie und Gastronomie		In- und ausländische Gäste
Gute Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen kantonalen landw. Branchenorganisationen		
Teilnahme der Sortenorganisation an Veranstaltungen und Degustationen	Raclette du Valais AOP als Teil eines gemeinschaftlichen Ereignisses mit geselligem Mehrwert	Kultur- und Eventorganisationen Kulturelle Gemeinschaft und Vereine
Regelmässige Informations- und Sensibilisierungskampagnen	Raclette du Valais AOP als Bestandteil der regionalen Identität und des kantonalen Stolzes	Lokale Bevölkerung
Politische Lobbyarbeit durch die Sortenorganisation		Junge und künftige Generationen
Erhaltung und Förderung der Tierhaltung und Weidenutzung	Offenhaltung und Pflege der alpinen Kulturlandschaft durch Raclette du Valais AOP	In- und ausländische Gäste Zweitwohnungsbesitzerinnen und -besitzer

Förderung von bäuerlichen Familienbetrieben	Raclette du Valais AOP als Wertschöpfungsstrategie für die graslandbasierte Land- und Alpwirtschaft	Kleinere und mittlere Milchviehbetriebe
Produktdiversifizierung		
Gute Ausbildung von Fachpersonal	Raclette du Valais AOP als Träger von traditionellen Herstellungsmethoden und handwerklichem Know-how	Kleine und mittelgrosse Käsehersteller und Käseaffineure
Bildungsangebote und Wissensaustausch durch die Sortenorganisation		
Direktvermarktung und lokale Distribution	Raclette du Valais AOP als Bestandteil einer lokalen Wirtschaft mit kurzen Wegen und dezentralen Ausbildungs- und Arbeitsplätzen	Kleinere und mittlere Milchviehbetriebe
Vernetzungen von Produzentinnen und Produzenten mit dem Handel		Kleine und mittelgrosse Käsehersteller und -affineure Einzel- und Detailhandelsunternehmen

Zum Schluss ist festzuhalten, dass diese verschiedenen Wirkungsketten nicht isoliert voneinander funktionieren, sondern nur in ihrer Gesamtheit. Zwischen den einzelnen Wirkungsketten gibt es mehr oder weniger starke Wechselwirkungen und mehr oder weniger grosse Überschneidungen. Besonders der Fall ist dies beispielsweise zwischen der regionalen Identität und dem Aspekt der Geselligkeit oder zwischen der Landschaftspflege und der graslandbasierten Wertschöpfungsstrategie. Die isolierte Betrachtungsweise soll es jedoch erleichtern, in einem nächsten Schritt mögliche Ansätze für eine bessere Inwertsetzung der nicht-monetären Mehrwerte zu identifizieren.

6 Fazit

Unter der Ursprungsbezeichnung Raclette du Valais AOP wird rund zwei Drittel, der im Wallis silagefrei produzierten, Rohmilch verarbeitet und als Käse vermarktet. RdV AOP trägt einen bedeutenden Anteil zur regionalen Wertschöpfung der Landwirtschaft im Wallis bei, schafft und erhält Arbeitsplätze in Randregionen, trägt direkt und indirekt zum Strukturerehalt, zur regionalen Identität und zur Attraktivität des Wallis als Tourismusregion bei.

7 Quellenverzeichnis

Blätter T, Durgiai B, Peguiron D, Raaflaub M, Winckler L, 2013. Wirtschaftlichkeit der Alpmung in der Schweiz. Serie AlpFutur. Agrarforschung Schweiz 4 (3): 108–115, 2013

Dienststelle für Landwirtschaft, 2025. listelPRAnonymisée. Excel-Datei mit anonymisierten Strukturdaten der Raclette du Valais AOP-Milchproduzenten. Landwirtschaftsamt des Kanton Wallis. Erhalten am 05.03.2025

Feller M, Blättler T, 2025. AlpkostenErgebnisseNeu 06_2025. Excel-Datei vom 1.07.2025. Unveröffentlichte Daten von laufenden Arbeiten. Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften, 3052 Zollikofen.

MISTA, 2024. Milchstatistik der Schweiz, 2023. TSM, SMP, SCM, BO Milch, Agristat. https://www.sbv-usb.ch/fileadmin/user_upload/MISTA2023_def_online.pdf, abgerufen am 01.07.2025

Schmid D, Hoop D, Renner S, Pierrick J, 2024. Zentrale Auswertung von Buchhaltungsdaten. Landwirtschaftliche Einkommensstatistik 2023. Stichprobe Einkommenssituation. Oekonomie, Spezialpublikation, November 2024. Agroscope, Tänikon 1, 8356 Ettenhausen, Schweiz. <https://link.ira.agroscope.ch/de-CH/publication/57795>

Swissmilk (2018): Raclette du Valais AOP. Marktstudie 2018. Nationale Erhebung. Onlinebefragung (Foliensatz).

Swissmilk (2023): Marktstudie Raclette du Valais AOP 2023. Onlinebefragung (Foliensatz).

Dank

Die Autorinnen und Autoren der Studie bedanken sich herzlich bei der Sortenorganisation Raclette du Valais AOP für den geschätzten Auftrag, bei allen befragten Milchproduzenten und Milchverarbeitern sowie bei den interviewten Expertenpersonen für Ihre Auskünfte und das entgegengebrachte Vertrauen und beim Landwirtschaftsamt des Kanton Wallis für die erbrachte Unterstützung!