

Produktion mit Aussicht

Seit Generationen gewinnt das Familienunternehmen Räber nur das Beste aus Schweizer Früchten. Schon bald nach der Firmengründung 1877 wurden die edlen Destillate auch ausserhalb von Küssnacht am Rigi geschätzt und heute verwandelt die Traditionsfirma die regionalen Obsternten zu Konfitüren, Destillaten und Halbfabrikaten für anspruchsvolle Kunden rund um den Globus.

Weitere Infos:

+ www.raeberswiss.ch

Production avec vue

Depuis des générations, l'entreprise familiale Räber extrait le meilleur des fruits suisses. Aussitôt après la fondation de la société en 1877, ses précieux distillats étaient déjà appréciés bien au-delà de son berceau de Küssnacht am Rigi. Aujourd'hui, notre entreprise riche en tradition transforme ses récoltes de fruits régionaux en confitures, distillats et produits semi-finis destinés à une clientèle exigeante dans le monde entier.

Plus d'informations:

+ www.raeberswiss.ch







In der Abfüll- und Etikettieranlage sorgt Vitor Bisaku dafür, dass alles rundläuft.
Vitor Bisaku fait en sorte que tout tourne rond sur la ligne de remplissage et d'étiquetage.

Foto: Heinz Abegglen

Mit Konfitüren stark positioniert Une position forte grâce à la confiture

Heinz Abegglen

Das traditionsreiche Familienunternehmen Räber AG in Küssnacht behauptet sich mit hochwertigen Konfitüren und Destillaten am Markt. Es setzt auf Rohstoffe aus der Region.

L'entreprise familiale de tradition Räber AG de Küssnacht se défend dans le marché avec des confitures et des alcools de fruit de qualité. Elle mise sur des matières de la région.

Von den Betriebsgebäuden schweift der Blick über das Küssnachter Becken des Vierwaldstättersees zur Rigi-Nordflanke. Der Standort am Tor zur Zentralschweiz ist Programm: Das Unternehmen verarbeitet seit 1877 Produkte der Landwirte aus der Region. «Das Geheimnis der über hundertjährigen Firmengeschichte ist dabei ganz simpel: Aus dem Besten, was die ursprüngliche Natur der Urschweiz zu bieten hat, werden nachhaltige und gesunde Produkte hergestellt.» So definiert das Unternehmen auf der Homepage seine Philosophie.

Bis acht Tonnen pro Tag

Heute erzielt das Unternehmen zwei Drittel des Umsatzes mit Konfitüren und einen Drittel mit Spirituosen. Bis vor etwa 15 Jahren war das Verhältnis umgekehrt. Aktuell beschäftigt die Räber AG 27 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. «Wir produzieren im Zweischichtbetrieb 6 bis 8 Tonnen Konfitüre pro Tag»,

Le bâtiment d'exploitation offre une vue imprenable s'étendant du bassin de Küssnacht du lac des Quatre-Cantons jusqu'au versant nord de la Righi. Cet emplacement aux portes de la Suisse centrale tient lieu de programme: L'entreprise transforme depuis 1877 les produits des agriculteurs de la région. «Le secret de l'histoire plus que centenaire de l'entreprise est tout simple: Nous fabriquons des produits durables et sains avec ce que la nature de la Suisse centrale nous offre de meilleur.» C'est ainsi que l'entreprise définit sa philosophie sur son site Internet.

Jusqu'à huit tonnes par jour

Aujourd'hui, l'entreprise réalise deux tiers de son chiffre d'affaires avec des confitures et un tiers avec des spiritueux. Mais les proportions étaient inverses jusqu'au début des années 2000. Räber AG occupe en ce moment vingt-sept collaboratrices et collaborateurs. «Nous produisons en deux

erklärt CEO Fredy Müller. Abgefüllt wird sie in Kleinportionen von 25 Gramm über handelsübliche Gläser für den Detailhandel bis hin zu 12.5-Kilogramm-Grossgebinde für Bäckereien. Obwohl der Umsatz mit Destillaten zurückgegangen ist, bleibt er ein wichtiges Standbein. «Mit der Konzentration auf Spezialitäten stimmt bei uns auch hier die Wertschöpfung», so Müller. Mit Spezialitäten meint er insbesondere die Vieille-Produkte. Verglichen mit den Spirituosen ist bei der Konfitüre der Aufwand grösser, das Portionieren und Etikettieren benötigt mehr Maschinen und Personal.

Knappes Angebot

Ob Destillate oder Konfitüre: Die Rohstoffe werden in aller Regel aus der Region beziehungsweise dem Inland bezogen. Vorab bei den Erdbeeren ist das nicht immer möglich. Für die Brände stammt das Obst zu 100 Prozent von einheimischen Hochstammbäumen. «Wir stehen zur Schweiz und setzen auf Schweizer Früchte», betont der Firmenchef. Das Angebot bezeichnet er allgemein als knapp – unter anderem eine Folge der Strukturveränderungen und von schlechten Erntejahren in der Landwirtschaft. «Vor allem Kirschen könnten wir deutlich mehr verarbeiten.» Das liegt nicht zuletzt an der Zuger Kirschtofe, die seit Frühjahr 2017 Kirsch aus der Region enthalten muss.

Die Produktesbroschüre ziert einleitend nicht von ungefähr ein blühender Kirschbaum. «Das ist unser Sinnbild. Schon seit Jahrzehnten verarbeiten wir die Kirschen der Zentralschweizer Bauern.» Pro Saison sind es bis zu 300 Tonnen. Für den eigenen Bedarf benötigt die Räber AG 60 bis 80 Tonnen, den Rest verkauft sie an andere Lebensmittelproduzenten. Die Einmaischkapazität der Brennerei liegt bei 1200 Tonnen, effektiv genutzt wird sie mit 700 bis 800 Tonnen. Der grösste Anteil entfällt auf die Löhrpflaume für den Vieille Prune. «Für diese Spezialität haben wir Anbauverträge mit Landwirten», sagt Fredy Müller. «Wir liessen die Bäume setzen und nehmen ihnen die

équipes six à huit tonnes de confiture par jour, explique le PDG Fredy Müller. Nous la conditionnons en petites portions de vingt-cinq grammes, en pots usuels pour le commerce et même en grands emballages de 12.5 kilogrammes pour les boulangeries.

Si le chiffre d'affaires réalisé avec les alcools a diminué, ceux-ci restent un pilier important. En nous concentrant sur des spécialités, nous créons de la valeur aussi dans ce segment». Par «spécialités», M. Müller entend surtout des liqueurs de catégorie «Vieille». Les confitures donnent plus de travail que les spiritueux, car il faut plus de machines et plus de personnel pour portionner et étiqueter les produits.

Une offre limitée

Qu'il s'agisse d'alcool ou de confiture, les matières premières proviennent en général de la région ou du pays, mais pour les fraises ce n'est pas toujours possible. Les fruits transformés en eaux-de-vie proviennent en totalité d'arbres de haute tige indigènes. Le chef d'entreprise souligne que «nous nous trouvons en Suisse et misons sur les fruits suisses». Il qualifie l'offre de serrée en général, notamment à cause des changements structurels et de plusieurs mauvaises récoltes. «Nous pourrions surtout transformer beaucoup plus de cerises.» La «faute» notamment à la tourte au kirsch de Zoug qui contient obligatoirement du kirsch de la région depuis le printemps 2017.

Ce n'est pas pour rien que la brochure de produit présente en introduction un cerisier en fleur. «C'est notre emblème. Nous transformons les cerises des agriculteurs de Suisse centrale depuis des décennies.» Les producteurs amènent les fruits entre 18 et 20 heures en période de récolte. Le lendemain, ils sont dénoyautés puis surgelés à l'extérieur. Ce sont jusqu'à trois cents tonnes par campagne. Räber AG a besoin de 60 à 80 tonnes. Elle revend le solde à d'autres producteurs d'aliments.



Foto: Heinz Abegglen

Konfitürenkoch Kole Bisaku am Kochtopf in Aktion. Die Tagesproduktion im Zweischichtbetrieb beläuft sich auf sechs bis acht Tonnen.

Le confiturier Kole Bisaku en action devant sa marmite. La production journalière en deux équipes est de six à huit tonnes.



Die Räber AG verfügt über insgesamt zehn Brennöfen. Zu den Spezialitäten zählen insbesondere die Vieille-Produkte.

Räber AG dispose en tout de dix alambics. Parmi ses spécialités, on trouve notamment des liqueurs de catégorie «Vieille».

Früchte ab. So sichern wir uns einen Teil des benötigten Rohstoffs.» Der gesamte Absatz an Destillaten beläuft sich auf 120 000–150 000 Liter pro Jahr.

Im Export Fuss gefasst

Um im Export noch mehr Marktanteil zu gewinnen, präsentiert die Räber AG ihre Produkte seit 2009 zusätzlich an der Anuga

La distillerie dispose d'une capacité de 1200 tonnes de masse à fermenter dont elle utilise effectivement 700 à 800 tonnes. La part du lion revient à la prune de Löhr dont la société tire la Vieille Prune. «Nous avons des contrats de culture avec des agriculteurs pour cette spécialité. C'est nous qui avons fait planter les arbres et prenons en charge les fruits. Nous couvrons ainsi une partie de nos besoins en matières premières.» Les ventes d'alcool atteignent en tout 120 000 à 150 000 litres par année.

Implantation dans l'exportation

Pour acquérir davantage encore de parts de marché, Räber AG présente ses produits depuis 2009 aussi à Anuga, le plus grand salon de produits alimentaires du monde à Cologne. «Nous y acquérons chaque fois de nouveaux clients actifs à l'étranger.» Entretemps, la société s'est implantée dans plusieurs pays dont les USA, le Canada, la Corée du Sud, le Qatar, l'Arabie saoudite, le Japon et la Chine. La commercialisation passe par des importateurs.

Si l'exportation ne représente à ce jour que 8 % du chiffre d'affaires, c'est bien dans cette activité que M. Müller voit du potentiel de croissance. «En Suisse, il est plus difficile d'acquérir des parts de marché et à l'étranger nous ne sommes qu'un acteur de niche. Mais ce sont des marchés gigantesques et nous profitons de la bonne réputation des produits suisses.»

Ganz im Trend: Mehr Frucht und weniger Zucker

Bei den Konfitüren unterscheidet man grundsätzlich zwischen der Einfach-Konfitüre mit einem Fruchtanteil bis 35 Prozent und der Extra-Konfitüre mit einem Fruchtanteil von mindestens 45 Prozent. Die Räber AG reduziert in den meisten ihrer Produkte den Zucker zugunsten des Fruchtgehalts. «Dabei legen wir bei der Verarbeitung stets Wert darauf, dass die Frucht als solche erkennbar bleibt. Das ist uns als Merkmal für die Qualität unserer Rohstoffe wichtig», erklärt CEO Fredy Müller.

Als erster Schweizer Hersteller hat die Firma bei den Kleinportionen für die Hotellerie, Spitäler und Heime den Fruchtanteil von 45 auf 50 Prozent erhöht und den Kristallzuckergehalt um 20 Prozent verringert. Diese Portionen werden durch nationale und regionale Grossisten in der Schweiz vertrieben. Laut Müller ist das Produkt in der Herstellung etwas teurer. «Aber das nehmen wir in Kauf und bieten es zum gleichen Preis an.» Für die gehobene Gastronomie oder Privatkliniken bedruckt die Räber AG die Deckel der 28-Gramm-Kleingläser auf Wunsch mit dem Logo des Kunden.

Die Räber-eigene Konfitüre «Royal» in 250- und 390-Gramm-Gläsern enthält 70 Prozent Fruchtanteil. Einige Sorten werden mit dem Hochstamm-Logo auch von Coop verkauft. Aussergewöhnlich ist die 1:1-Konfitüre: Sie besteht zu 100 Prozent aus Früchten und ist auch für Diabetiker geeignet. Das beim Kochen verdampfende Wasser wird durch Fructose kompensiert. Gegenüber handelsüblichen Konfitüren enthält sie 40 Prozent weniger Kalorien.

Totalement dans le coup: plus de fruit et moins de sucre

On distingue deux catégories de confiture, les simples avec un taux de fruit jusqu'à 35 % et les confitures extra avec au moins 45 % de fruit. Räber AG diminue le taux de sucre et augmente la part de fruit dans la plupart de ses produits. «Nous faisons en sorte que le fruit reste reconnaissable après la transformation. Ceci nous importe et caractérise la qualité de nos matières premières», explique le PDG Fredy Müller.

Räber fut le premier fabricant suisse à relever la part de fruit de 45 à 50 % et à réduire le taux de sucre raffiné de 20 % dans les petites portions destinées à l'hôtellerie, aux hôpitaux et aux maisons d'accueil. Ces portions sont commercialisées en Suisse par des grossistes nationaux et régionaux. Ce produit coûte un peu plus cher en production selon M. Müller. «Mais nous assumons cela et proposons le produit au même prix.» Puis pour la haute gastronomie ou les cliniques privées, Räber AG imprime sur demande le logo du client sur les couvercles des petits pots de 28 grammes.

La marque de confiture maison de Räber «Royal» en pots de 250 et de 390 grammes contient 70 % de part de fruit. Quelques variétés frappées du logo de Hochstamm Suisse sont aussi en vente chez Coop. La confiture 1:1 est extraordinaire: Elle est composée de 100 % de fruit et convient aussi aux diabétiques. L'eau qui s'évapore pendant la cuisson est remplacée par du fructose. Cette confiture contient 40 % de moins de calories que les produits usuels du commerce.

in Köln. «Hier konnten wir jedes Mal neue Kunden im Ausland gewinnen.» Mittlerweile hat die Firma bereits in diversen Ländern Fuß gefasst, so unter anderem in den USA, in Kanada, Südkorea, Katar, Saudi-Arabien, Japan und China. Der Vertrieb läuft über Importeure.

Zwar trägt das Exportgeschäft erst 8 Prozent zum Umsatz bei, Müller sieht jedoch vor allem in diesem Bereich Wachstums-potenzial. «In der Schweiz ist es schwieriger, Marktanteile zu gewinnen. Im Ausland sind wir nur ein Nischenplayer. Aber es handelt sich um riesige Märkte, und wir können vom guten Ruf der Schweizer Produkte profitieren.»

Im Gastrobereich verzeichnet die Firma ein jährliches Wachstum von 2 bis 3 Prozent. Im Detailhandel liegt es mit rund 10 Prozent deutlich höher, dieser Absatzkanal hat in den vergan-genen Jahren stark an Bedeutung gewonnen. Die Räber AG stellt auch verschiedene Eigenmarken im Auftrag von Kunden her.

Die Firmenstrategie besteht weniger darin, in ganz neue Produktenkategorien vorzustossen, als vielmehr die vorhandene Palette der Fruchtveredelung zu vertiefen. Sei es mit neuen Fruchtsorten oder -kombinationen im Konfitürenbereich. Das betrifft insbesondere den Exportmarkt – in anderen Ländern gibt es andere Geschmackspräferenzen. Dieser Tatsache trägt die Firma Rechnung. So wurde etwa speziell für die USA eine Aprikosenkonfi mit Jalapenos (eine grüne Chilisorte) entwi-kelt. Müller dazu: «Was für uns ungewohnt erscheint, verkauft sich dort ganz gut. Diesbezüglich sind wir innovativ und erfüllen natürlich auch spezielle Kundenwünsche. Eine Bäckerei aus dem Kanton Zürich beispielsweise bezieht bei uns unterschiedliche Füllungen für Berliner. Wir sind offen für alles, was Früchte betrifft.» 🍎

La société affiche un taux de croissance de 2 à 3 % dans la gastronomie. Ce taux est nettement plus élevé dans le com-merce de détail, à savoir 10 %, ce canal ayant beaucoup ga-gné en importance au cours des dernières années. Räber AG produit aussi plusieurs marques propriétaires pour ses clients.

La stratégie de l'entreprise consiste moins à s'engager dans de nouvelles catégories de produits qu'à approfondir la palette de méthodes de mise en valeur existante, aussi avec de nouvelles variétés ou combinaisons de fruits en confiture-rie. C'est vrai surtout pour le marché d'exportation, car autre pays, autres préférences gustatives. La société prend en considération cette réalité. Elle a par exemple mis au point une confiture d'abricots au jalapeño, un piment vert, pour les USA. Et M. Müller de préciser que ce qui peut nous sembler incongru se vend très bien là-bas. Nous sommes à cet égard innovants et répondons bien entendu aussi aux de-mandes de client particulières. Une boulangerie dans le canton Zurich se fournit par exemple en fourrages divers pour ses boules de Berlin. Nous sommes ouverts à tout ce qui concerne les fruits.» 🍎



CEO Fredy Müller vor dem Schaukasten mit den Räber-Produkten. Die Rohstoffe stammen fast ausschliesslich aus der Schweiz.

Le PDG Fredy Müller devant la vitrine présentant les produits de Räber. Les matières premières proviennent presque sans exception de la Suisse.

Foto: Heinz Abegglen