

November 2020

KOMPAKT ÖSTERREICH



ANZEIGE



Foto: AMA

KRISENSICHERE MILCHPRODUKTE

Die Pandemie veränderte Kaufverhalten und Kundenwünsche. Die Milchwirtschaft zeigte sich bisher als krisensicher.



Foto: colourbox.de

HEUTE AN ÜBERMORGEN DENKEN

Die österreichische Milchindustrie denkt und handelt nachhaltig. Energieeffizienz, Müllvermeidung und CO₂-Reduktion sind dabei wichtige Themen.

SalzburgMilch
DIE PREMIUM MILCHMACHER

**PREMIUM GESCHMACK
NACHHALTIG
VERPACKT**

**Neue Karton-Schale
100%
RECYCLEBARES PAPIER**
EINFACH ZU TRENNEN
Nach Aufbrauchen Folien
vom Karton abziehen.**

milch.com

Milch- Marketing & KÄSE- THEKE

Ein Supplement
der Zeitschriften



SERVUS!

Jetzt ist Österreich bereits seit einem Vierteljahrhundert in der EU und immer noch weisen die Kennziffern im Export von Milchprodukten – allen voran beim Käse – zu uns nach Deutschland Zuwachsraten auf. Das erstaunliche daran ist, dass man sich nicht etwa mit Preisdumping oder Me-too-Produkten Zugang zum Absatzkanal Lebensmittelhandel verschafft hat, sondern eigene Wege über Nischen gefunden und bedient hat.

Marketing der kleinen Schritte, nennen das die österreichischen Hersteller. Sie haben dafür nebenbei bemerkt auch ein ganz spezielles Vokabular exportiert, dass hier an Berge, Seen, Skifahren und Urlaub erinnert. Das Thema Essen hat dabei ein eigenes Kapitel. Ein Haferl zum Beispiel ist eine Tasse, den Gespritzten kennt man hier als Apfelschorle, Erdäpfel heißen bei unseren Nachbarn die Kartoffeln, die Sahne wird als Schlagobers klangvoll aufgewertet und mit Topfen ist der Quark gemeint. Einkäufer sollten den Unterschied zwischen der Bunten Palette (Fruchtjoghurt, Milchlischgetränke, Desserts), der Weißen Palette (Trinkmilch, Naturjoghurt, Sahne) und den Gelben Fetten (Butter, Margarine) kennen. Zwickerl heißen die Käseteilstücke aus einem Rundlaib. Und was hier nur selten, in Österreich jedoch öfter vorkommen kann: Ab 1.000 Meter Höhe ist man mit jedem per Du.

Es sind also diese bescheidenen Kleinigkeiten, mit denen sich Land, Leute und das liebe Milchvieh aus Österreich bei uns nachhaltig beliebt gemacht haben. Dass Handel und Verbraucher deshalb seit 25 Jahren vor allem den Käse unserer Nachbarn im Südosten wertschätzen ist offensichtlich. Auf Österreichs kulinarische Nischen ist eben Verlass.

HANS WORTELKAMP

Herausgeber, hw@blmedien.de

INHALT

Österreichs Milchwirtschaft im Spiegel der Statistik4

Heute schon an übermorgen denken6

Die Visitenkarte für Spezialitäten..... 12

Krisensichere Milchwirtschaft..... 14

Herstellerportraits

- Berglandmilch.....16
- Concept fresh17
- Gmunder Milch.....18
- Privatkäserei Rupp.....19
- SalzburgMilch20
- Käserellen 21
- Vorarlberg Milch 22
- Gebr. Woerle23

Das Vorarlberger Generationenprojekt24

Die neuen Granitbeißer aus dem Waldviertel24

Die Erlebnissenerei Zillertal sagt dem Müll den Kampf an.....25

Weniger Zucker und bester Geschmack aus Salzburg25

Großer Preis der Industrie für Gerhard Woerle26

Neue Eigentümerstruktur der SalzburgMilch26

Heimischer Handel ist gefragt26

IMPRESSUM

MM-Kompakt ist ein Supplement von Milch-Marketing & KÄSE-THEKE

Verlag: B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG, Verlagsniederlassung Bad Breisig, Tel.: +49 (0) 2633/4540-0, Internet: www.moproweb.de

Herausgeber: Hans Wortelkamp (-14)

Objektleitung: Burkhard Endemann (-16)

Redaktion: Thorsten Witteriede (-20), Ulrike Schmitz

Grafik-Design: Jeannette Knab (-18)

Anzeigen: Stefan Seul (-17)

Titelfoto: SalzburgMilch

Druck: Radinprint, Kroatien

Einzelpreis: 6 Euro + MwSt.

HIER STEHT DER HINTERGRUND IM VORDERGRUND.

Der Hang zu Bio liegt in unserer Natur: In einem Land, in dem Berggebiete zwei Drittel der Fläche ausmachen, ist naturnahe Landwirtschaft einfach naheliegend.

ÖSTERREICHS MILCHWIRTSCHAFT IM SPIEGEL DER STATISTIK*

PRO-KOPF-VERBRAUCH KÄSE

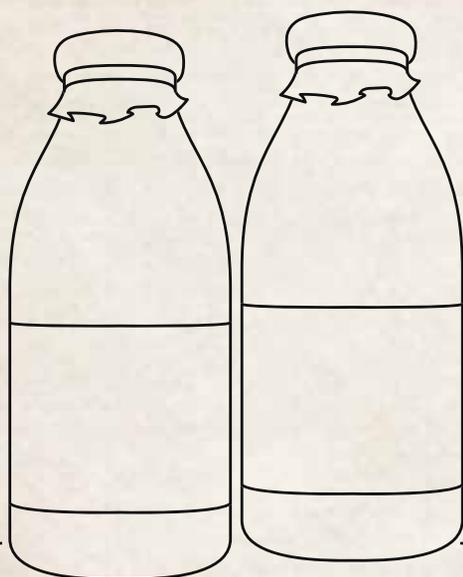


ÖSTERREICHS AGRAREXPORTE NACH DEUTSCHLAND**

Fleisch und Zubereitungen: 17,0 %
Milch und Milcherzeugnisse: 15,1 %
Backwaren: 10,8 %
Obst und Gemüse: 9,4 %
Alkoholfreie Getränke: 11,2 %
Alkoholische Getränke: 5,7 %

**wertmäßige Verteilung
nach Produktgruppen 2019

DIE TOP-MILCHPRODUKTE*



ESL-Milch
(100.4500 t)

H-Milch
(37.312 t)

Frischmilch
(24.007 t)

Milchmischge-
tränke (22.086 t)

Naturjoghurt
(20.910 t)

Fruchtjoghurt
(18.830 t)



BIO WEITER AUF DEM VORMARSCH*

Frischmilch 38,5 %
ESL-Milch 22,3 %
Naturjoghurt 23,9 %
Fruchtjoghurt 16,8 %
Schnittkäse 10,7 %

*wertmäßige Anteile in Prozent

*Alle Angaben: 1. Halbjahr 2020; Quelle für alle Zahlen: Statistik Austria/AMA Marketing

ÖSTERREICHS TOP-EXPORTNATIONEN*

Deutschland: 2,3 Mrd. Euro (+ 6,2 %)
Italien: 0,6 Mrd. Euro (+ 2,6 %)
USA: 0,6 Mrd. Euro (+ 5,8 %)
Ungarn: 0,2 Mrd. Euro (+ 2,1 %)
Schweiz: 0,2 Mrd. Euro (+ 6,7 %)
Niederlande: 0,2 Mrd. Euro (+13 %)

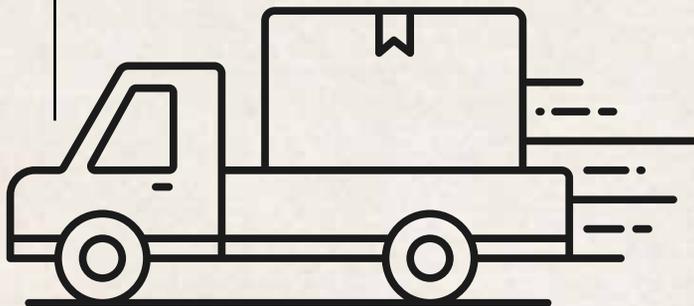


AUSSENHANDEL MIT KÄSE VON UND NACH DEUTSCHLAND

Export: 371 Mio. Euro (2019)
>> 190 Mio. Euro (1. Hj. 2020)
Import: 270 Mio. Euro (2019)
>> 128 Mio. Euro (1. Hj. 2020)

EXPORT MILCHPRODUKTE INKL. KÄSE NACH DEUTSCHLAND

1. Hj. 2019: 322,421 Mio. Euro
1. Hj. 2020: 329,714 Mio. Euro



Fotos: colourbox.de



Kommentar von Michael Blass, Geschäftsführer AMA-Marketing

Die vergangenen Monate gleichen einer Achterbahn. Unsere Milchproduzenten waren mehr als gefordert. Die Ungewissheit, ob Logistikketten funktionieren würden, ob die deutschen Konsumenten weiterhin zu Lebensmitteln aus Österreich greifen würden, hat zu Unsicherheit geführt.

Die tatsächlichen Exportdaten für das erste Halbjahr zeigen ein positives Bild, besser als wir zu hoffen wagten. Ein Wachstum von sechs Prozent im Handel mit Deutschland gegenüber dem ersten Halbjahr 2019 ist unter diesen schwierigen Rahmenbedingungen mehr als beachtlich. Nach wie vor nehmen Milchprodukte, allen voran Käse, den unangefochtenen ersten Platz im Produktranking der Agrarwaren ein. Der Exportanteil Deutschlands stieg weiter – 36 Prozent aller Agrarwaren erreichen unser großes Nachbarland.

Laut einer Studie der renommierten Hamburger Agentur Brandmeyer sehnen sich die Menschen gerade jetzt nach Sicherheit und Stabilität. Vertraute Marken und Herkünfte können als Anker dienen. Nie zuvor wurden Lebensmittel so geschätzt. Diese positive Haltung unseren Lebensmitteln gegenüber wollen wir in die Zukunft mitnehmen. All das gibt unseren Lebensmitteln und unsern Produzenten kraftvolle Unterstützung, denn Österreich steht für Natürlichkeit, Tradition und Qualität.

HEUTE AN ÜBERMORGEN DENKEN



Foto: colourbox.de

Nachhaltige und handwerkliche Produktionstechniken sind in Österreich Tradition. Vieles ist bereits Standard, vieles bleibt noch zu tun.

„Nachhaltigkeit spielt in der österreichischen Milchwirtschaft seit Jahren eine große Rolle“, erklärt Magister Johann Költringer, Geschäftsführer Vereinigung Österreichischer Milchverarbeiter (VÖM) in Wien. „Österreich weist nach einer EU-weiten Studie die beste CO₂-Bilanz auf.“ Seit mehr als zehn Jahren macht das Alpenland große Schritte hin zu einer naturreinen und nachhaltigen Produktionsweise. Die österreichische Milchwirtschaft verzichtet auf Futtermittel mit negativen Auswirkungen auf das Klima. Palmöl und Soja aus Übersee sind zum Beispiel tabu. Von Anfang an hat man sich gegen den Import von gentechnisch veränderten Futtermitteln ausgesprochen. Das Alpenland hat insgesamt eine Fläche von 8,4 Millionen Hektar. Ein Drittel der Fläche wird für die völlig gentechnikfreie Landwirtschaft genutzt. Beim Tierwohl gilt ein hoher Standard. In kleinen und mittelgroßen Betrieben stehen im Durchschnitt 20 Kühe im Stall und auf der Weide. Zwei Drittel der Milch stammt aus Bergbetrieben, die sich aufgrund ihrer Lage nicht vergrößern können. „Großbetriebe mit mehreren hundert Milchkühen gibt es nicht“, so Költringer. Ebenso verzichten die Milchbauern freiwillig auf den Einsatz von Glyphosat (Herbizid zur Unkrautbekämpfung).

Österreich ist Vorreiter bei Bio

„Rund 25 Prozent der Fläche wird biologisch bewirtschaftet. Etwa jeder fünfte ist ein Bio-Betrieb“ erzählt Johann Költringer. Dazu kommt die Verarbeitung der Heumilch und der Bio-Wiesenmilch. Die Produktionen entsprechen immer hohen Standards, die geprüft und zertifiziert und beispielsweise mit dem AMA-Gütesiegel ausgezeichnet werden. Die Glaubwürdigkeit eines Produkts steht

und fällt mit der Verpackung. „Deshalb sind die Milchverarbeiter auch zunehmend auf das Recycling des Verpackungsmaterials, so wenig Plastik wie möglich und den vermehrten Einsatz von Mehrwegglasflaschen bedacht“, berichtet der Geschäftsführer. „Es gibt viele Betriebe, die achten auf Energiegewinnung und produzieren CO₂ kalorische Energie aus Biomasse in Holzkraftwerken.“ Dazu wird Restholz des umliegenden Landes verbrannt.

„Für den österreichischen Verbraucher ist das Thema Nachhaltigkeit bereits Standard geworden. Es wird viel über Social-Media kommuniziert, aber auch klassische Werbemaßnahmen, wie Plakatwerbung, Fernsehen und Anzeigen dienen der Verbraucher-Aufklärung.“ Gerade in Zeiten von Corona achten die Konsumenten beim Einkauf verstärkt auf Regionalität und Qualität der Lebensmittel. Und manchmal sind es sogar die Skandale, die den Verbraucher aufwecken. Johann Költringer ist sicher, dass das Thema Nachhaltigkeit in der Alpenrepublik zukünftig noch verstärkt wird. Beispielsweise stehen Tierfütterung, Kälberaufzucht und Verpackungen auf der Agenda.

Respektvoller Umgang mit der Natur

Das Familienunternehmen Woerle startete im vergangenen Jahr das umfangreiche Nachhaltigkeitsprojekt „Woerle wirkt weiter“. Es wurde das Ziel gesetzt, gemeinsam mit den Landwirten einen Mehrwert für kleinstrukturierte Bauernhöfe und die regionale Wirtschaft zu schaffen. Alle Projekte sind auf die Erhaltung der Artenvielfalt, Klimaschutz, Tierwohl sowie auf das Wohl der Menschen abgestimmt. Woerle hat sich beispielsweise vorgenommen, bis 2030 gemeinsam mit Heumilchbauern und Konsumenten 1.000 Rettunginseln für Insekten und Kleintiere zu schaffen, um die Artenvielfalt im Flachgau und im Mondseeland zu erhalten und zu fördern. Die Nachhaltigkeits-Agenda von Woerle hält noch viele

Nachhaltigkeit im österreichischen Lebensmitteleinzelhandel

„Im Bereich der tierischen und somit auch der Molkereiprodukte wird der Informationsbedarf der Kunden zu den Themen ‚Tierwohl‘ und ‚Herkunft der Rohstoffe‘ immer größer“, sagt Rewe Group Pressesprecher Paul Pötschacher. Offene und ehrliche Kommunikation zu Fragen: Wo kommt das Produkt her? Wie wird es hergestellt? Wie geht es den Tieren? Wie wird die Umwelt geschont? sind ein Muss. Die „Ja! Natürlich“ Bio-Heumilchprodukte bei Billa setzen einen der höchsten Milchstandards in der Branche. Der Fokus liegt auf 365 Tage Freilauf der Kühe ohne Anbindehaltung, der Fütterung mit Bio-Gras, Bio-Heu & Bio-Getreide aus 100 Prozent österreichischer Bio-Landwirtschaft, der täglichen Abholung der Bio-Milch von der Molkerei sowie schonender Pasteurisierung und Homogenisierung, heißt es bei der Rewe Group. Seit Ende Februar dieses Jahres ist auch bei Billa die Milchglasflasche in der Mehrweg-Variante erhältlich. Mit einer Wiederverwendbarkeit von 15 Mal ist diese Flasche besonders umweltfreundlich. Das System „Ja! Natürlich“-Milch in Pfandflaschen wurde bei Billa, Merkur, Adeg und Sutterlüty eingerichtet. Jede Flasche wird mit 22 Cent Pfand belegt.

Kein Sonderprojekt aber seit langem in den Alltag integriert ist Nachhaltigkeit beim Handelsunternehmen Spar. Man hat sich Ziele in allen Bereichen der Nachhaltigkeit gesetzt. Teilweise werden sie schon länger verfolgt, teils sind sie erreicht oder aus verschiedenen Gründen noch nicht erreicht. Zu den wichtigsten Themen erklärt Spar die Regionalität und achtet bei der Auswahl der Produkte auf kurze Transportwege sowie einer regionalen Wertschöpfung. Dem Umweltschutz kommt in der biologischen Landwirtschaft ein großer Stellenwert zu und ganz neu ist das Thema Verpackung hinzugekommen. Zum Beispiel ist auch hier die Milch im Mehrweg-Glasgebilde ein Thema.



Ein achtsamer Umgang mit der Natur liegt den Käsemachern aus dem Waldviertel besonders am Herzen. Alle Produkte werden sorgfältig und schonend hergestellt.

weitere Aspekte bereit. Der Käsehersteller setzt sich für den respektvollen Umgang der Landwirte mit ihren Kühen und die artgerechte Haltung ein. Ein gesunder Boden ist auch ein wichtiger Klimaschützer. Er nimmt als Wasserspeicher wertvolles Wasser gegen Trockenheit auf und speichert CO₂ zum Schutz gegen den Klimawandel. Um so wenig Ressourcen wie möglich zu verbrauchen, arbeitet Woerle daran, den Anteil an erneuerbarer Energie kontinuierlich auszubauen. Das Unternehmen deckt seinen Strombedarf zu 100 Prozent mit Ökostrom und unterstützt damit eine nachhaltige Stromerzeugung. Trotz kontinuierlicher Steigerung der Produktionsmengen setzt Woerle alles daran, den gesamten Energieverbrauch konstant zu halten oder bestenfalls zu senken.

„Nachhaltigkeit ist auch für unsere Naturkäsemarke Alma ein wichtiger Aspekt, die in alle unsere Prozesse und Entscheidungen mit einfließt“, erklärt Christof Abbrederis, Alma-Bereichs-

Mit Hofer zurück zum Ursprung

Green Brands ist eine internationale Markenbewertungs-Organisation, die Produkte, Dienstleistungen sowie Unternehmen mit geprüfter ökologischer Nachhaltigkeit auszeichnet. Im Juli dieses Jahres wurde die österreichische Lebensmitteleinzelhandelskette Hofer, die Teil der Unternehmensgruppe Aldi Süd ist, für die Bio-Exklusivmarke „Zurück zum Ursprung“ geehrt. Das Green Brand zeichnet die Hofer-Marke für einen maßgeblichen Beitrag zum Schutz des Klimas aus. Seit 2012 prämiiert Green Brands ökologisch nachhaltige Marken in Österreich, Deutschland, Schweiz, Ungarn und Tschechien. Die Bio-Exklusivmarke von Hofer geht weit über die EU-Bio-Verordnung hinaus. Rund 4.000 österreichische Ursprungs-Bäuerinnen und -Bauern produzieren jährlich über 450 verschiedene Produkte für die Bio-Marke. Via App sind alle Produkte chargengenau bis zum Bauernhof rückverfolgbar.

www.zurueckzumursprung.at



SalzburgMilch-Geschäftsführer Andreas Gasteiger stellt das Logo vor, mit dem den Kunden das erreichte Ziel, 100 Tonnen Plastik einzusparen, kommuniziert wird.

leiter und Prokurist. „Die Vorarlberger Alpwirtschaft ist von großer Bedeutung, denn mit über 40 Prozent Alpfläche und dem größten zusammenhängenden Heumilchgebiet Europas ist sie eine Besonderheit, die geschützt und unterstützt werden muss.“ Im Mittelpunkt stehen die Bewirtschaftung der Flächen, die Pflege der Kulturlandschaft und die Erhaltung des ursprünglichen Sennhandwerks. „Als Abnehmer und Vermarkter des auf der Alpe hergestellten Käses und unserer Jahrzehnten langen Erfahrung leisten wir einen Beitrag zum Erhalt der Alpwirtschaft.“ Alle Naturkäsespezialitäten unter der Marke Alma sind mit dem Qualitätssiegel „Heumilch“ versehen. Die Alma Naturkäsespezialitäten werden in kleinen Sennereien aus der Milch von umliegenden Bauernhöfen hergestellt. „Der ökologische Fußabdruck wird dabei möglichst gering gehalten, denn alle Produktionsschritte finden in einem geografisch abgegrenzten Gebiet statt. „Beim Heumilchsiegel geht es nicht nur um ein Qualitätssiegel, es geht auch um das Tierwohl“, bemerkt Abbrederis. Das Siegel steht für silofreie Fütterung, genügend Auslauf und ein Verbot der dauerhaften Anbindehaltung. „Wichtig ist die Aufklärung des Konsumenten, damit dieser weiß, was das Siegel umfasst.“ Alma setzt mit den Partnern Arge Heumilch und der AMA auf eine verstärkte Aufklärung.

Milchabholung vom Hof

Die Käsemacher aus dem Hochplateau des Waldviertels holen mit ihren eigenen Milchsammelwägen die Milch direkt von den Höfen der rund 50 Schafs- und Ziegenbauern ab. „Damit sparen wir nicht nur CO₂, es bleiben auch Wirtschaftskreisläufe und Arbeitsplätze in der Region. Durch Optimierungen bei den Touren konnten in den letzten Jahren Transportwege reduziert werden“, so Nina-Maria Schreiber, Marketing Die Käsemacher. Mit einer Photovoltaikanlage auf den Dachflächen werden die Sonnenstunden zur Stromerzeugung genutzt. Die Produktionsanlagen wurden modernisiert und optimiert und damit wird der Produktabfall laufend reduziert. Alle Produkte werden in nachhaltigen, naturfarbenen, ungebleichten Kartons ausgeliefert. Nina-Maria Schreiber weist in den Nachhaltigkeitsbemühungen aber auch darauf hin, dass sie aktuell noch keine geeigneten Verpackungsalternativen



Woerle hat sich vorgenommen, gemeinsam mit Heumilchbauern und Konsumenten, 1.000 Rettungsinselfür Insekten und Kleintiere zu schaffen.

für die Produkte selbst finden konnten, da die Haltbarkeit bei den Frischkäsen ein entscheidender Faktor ist.

Auch bei der SalzburgMilch ist Nachhaltigkeit nicht bloß ein Schlagwort. Projekte zum Thema Energie- und CO₂-Reduktion sowie Plastikvermeidung wurden mehrfach ausgezeichnet. Ein neuer Mitarbeiter widmet sich voll und ganz dem Thema Nachhaltigkeit. Interessierte können auf dem Blog (www.milch.com/



Die Erlebnissenerei hat ihre komplette Heumilch-Rangeeinem Verpackungs- und Design-Relaunch unterzogen. Kunststoff- und Verpackungsmittel wurden dabei in großer Menge eingespart.

blog) von Matthias Greisberger einen tieferen Einblick in die SalzburgMilch gewinnen und sich über verschiedene Nachhaltigkeits-Projekte informieren. Neuheiten wie die erste vollständig trennbare Käseverpackung und der Verzicht auf Einwegdeckel bei den 500-Gramm-Bechern sind dort ebenfalls nachzulesen. Der neue Deckel ist spülmaschinengeeignet und passt mit 95 Millimetern Durchmesser auf die gängigsten Joghurtbecher. Zukünftig können dadurch alle Becher komplett ohne Stülpdeckel

ANZEIGE

Waldviertler GRANIT-BEISSER

der Mediterrane

der Pfeffrige

der Orientalische

**Hartkäseknolle zum
Reiben, Raspeln und Hobeln -
die Waldviertler Antwort
auf Parmesan**

mindestens 3 Monate gereift





Die Arge Heumilch setzt den Schutz der Artenvielfalt in ihren Fokus. Dazu hat sie eine auf zwei Jahre festgelegte Nachhaltigkeits-Kampagne gestartet.

ausgeliefert und jährlich eine Million Einweg-Stülpedeckel eingespart werden, heißt es aus dem Unternehmen. Der Milchverarbeiter setzt in seinem Fuhrpark vermehrt auf Elektrofahrzeuge: Hofberater, Schlosser und Elektriker fahren jetzt elektrisiert im Dienste der SalzburgMilch.

Kampf dem Müll

Die Erlebnissenerei Zillertal in Mayrhofen sagt in diesem Jahr dem Müll den Kampf an. Das Familienunternehmen möchte in den nächsten drei Jahren mindestens 30 Tonnen davon einsparen. Das ganze Sortiment bei Milch, Käse und Joghurt soll auf nachhaltiges Verpackungsmaterial umgestellt werden. Die Milchkartons werden zu 100 Prozent klimaneutral hergestellt und sind viel leichter. Dadurch wird weniger Gewicht auf die Straße gebracht und die CO₂-Belastung reduziert. „Auch bei den Käseverpackungen wird es gelingen, bis zu 70 Prozent Plastik einzusparen“, so Geschäftsführer Christian Kröll. Die Etiketten werden aus recyceltem Papier hergestellt. Joghurt und Sauerrahm werden neu verpackt. Alle Produkte der Erlebnissenerei Zillertal werden direkt am Standort in Mayrhofen oder bei dem 25 Kilometer entfernten Verpackungsspezialisten für Käse der Tirol Pack im Zillertal abgefüllt und verpackt. Vor drei Jahren war die Erlebnissenerei einer von zehn Kleinsennereien, die mit der Tirol Pack einen regionalen Lohnverpacker gegründet und damit die Transportwege für das gelbe Sortiment auf einen Radius von 25 Kilometer verkürzt haben.

Biodiversität im Fokus

Mit der Botschaft „Heumilch schmeckt, weil so viel Artenvielfalt in ihr steckt“ startet die Arge Heumilch in den Herbst. Bei der auf zwei Jahre angelegten Nachhaltigkeits-Kampagne stellt sie den Schwerpunkt auf Biodiversität. „Die Heumilchbauern bewirtschaften ihr Grünland besonders schonend und tragen

somit entscheidend zum Schutz der Artenvielfalt bei“, heißt es von der Arge Heumilch. Wenn die Vielzahl von Gräsern und Kräutern in voller Blüte steht, ist die Artenvielfalt am größten. Wichtig für den Fortbestand der Pflanzen ist besonders die Bestäubung. Die Heumilchbauern bewirtschaften die Wiesen mosaikartig, das heißt die Bauern mähen die Grünflächen zeitlich und räumlich gestaffelt. Lebensräume für Milchtiere aber auch für Bienen, Schmetterlinge, Hasen und Wiesenmäuse bleiben erhalten. Aktuell kommuniziert die Arge Heumilch, dass die Heumilchbauern „urgut zur Natur sind“. Mit ihren beliebten Alm- und Verkostungsmodulen schafft sie in den Märkten ein besonderes Einkaufserlebnis und weist auf die Nachhaltigkeit der Heumilch-Produkte hin. Werbung in Printmedien, Online- und Social-Media-Maßnahmen, POS-Aktivitäten und Zweitplatzierungskühlungen unterstützen die Kampagne.

Seit Jahren spielt Nachhaltigkeit auch bei der Ennstal Milch eine große Rolle. „Wir haben bisher wenig darüber gesprochen, dafür aber mehr unternommen, um tatsächlich nachhaltig zu leben“, sagt Hans Steiner, Verkaufsleiter Ennstal Milch. Die Holding Landgenossenschaft Ennstal ist eine Genossenschaft, der 700 Bauern angehören. Regionalität spielt eine große Rolle. „Seit Jahren betreiben wir ein eigenes Biomassekraftwerk für die Herstellung von Strom und Dampf“, so Hans Steiner. „Das Material kommt von den umliegenden Wäldern der Bauern.“ Aktuell liegt im Unternehmen ein besonderer Schwerpunkt bei der Optimierung der Packstoffe. Bei der Abfüllung von Becherprodukten werden hauptsächlich die kartonummantelten K3-Becher genutzt. „Als einziges Unternehmen in Europa setzen wir auf die umweltfreundliche Kartondose, die laut einer im vergangenen Jahr durchgeführten LCA (Lebenszyklusanalyse)-Studie durch Circular Analytics in Wien über den besten Foodprint verglichen zu PET, Aludosen, Einweg- und Mehrwegglas verfügt“, so Steiner.



Alma unterstützt die Vorarlberger Alpwirtschaft. Im Mittelpunkt stehen die Bewirtschaftung der Flächen, die Kulturlandschaft und die Erhaltung des ursprünglichen Sennhandwerks.



Seit Jahren spielt die Nachhaltigkeit auch bei der Ennstal Milch eine große Rolle. Viele der gesetzten Ziele wurden bislang erreicht.

Bei der Tirol Milch erzeugen die Bauern seit 15 Jahren Milch, ohne den Einsatz gentechnisch veränderter Futtermittel. Um das Tierwohl bemüht, setzen sie nur Futtermittel ein, welche aus der eigenen Produktion oder ausschließlich aus Europa stammen und kein Palmöl enthalten. Vom Bauernhof bis in die Molkerei wird zu 100 Prozent Ökostrom aus Wasserkraft genutzt. Auf den Dächern des Werkes hat die Tirol-Milch, die seit 2010 zu der Berglandmilch gehört, ein Photovoltaikanlage gebaut. Sie umfasst mittler-

weile mehr als fünf Fußballfelder. Um mögliche Abwärme aus der Produktion für umliegende Haushalte nutzbar zu machen, wurde zudem ein Wärmerückgewinnungsprojekt geschaffen. Für anfallendes Abwasser setzen die Tiroler auf werkseigene Kläranlagen. In der Produktion werden Mehrweg-Milchglasflaschen eingesetzt. PET-Verpackungen enthalten mittlerweile einen Recycling-Anteil von mindestens 50 Prozent. Dadurch wird nicht nur Energie, sondern auch 340 Tonnen alter Kunststoff, gespart. ■ us

ANZEIGE



GEMEINSAM UNZERTRENNLICH
für glänzende Umsätze
in Theke & Prepack



3 MONATE NATURGEREIFT. Mit Rotkulturen gepflegt.

Erlebnissennerei Zillertal KG • Hollenzen 116, 6290 Mayrhofen, Österreich • Tel 0043 5285 63906 20
expedit@sennerei-zillertal.at • www.erlebnissennerei-zillertal.at



Erlebnis Sennerei
Zillertal

OPAL
Tradition trifft Superfood
MIT BERGKRÄUTERN & HANFSAMEN
MEHRFACH PRÄMIERT

DIAMANT
Almengrün trifft Safrangelb
MIT EDLEN SAFRANFÄDEN

GRANAT
Zillertal trifft Italien
MIT ROTEM PESTO

EDELSTEIN
Heumilch trifft Edeltrüffel
MIT SOMMERTRÜFFEL

VISITENKARTE FÜR SPEZIALITÄTEN





Wie oft zeigen sich Käsekunden an der Bedienungstheke begeistert von den Erklärungen und der fachlichen Beratung des Verkaufspersonals zu den verschiedenen Käsesorten? Die Geschichten der meisten Käse haben viel mit Traditionen zu tun. Aber zu Hause, wenn man seinen Gästen oder der Familie etwas über den Käse erzählen möchte, ist alles wieder vergessen. Das muss nicht sein, dachte man sich bei Berglandmilch und dem deutschen Handelspartner Heiderbeck. Die Lösung sehen sie in der Visitenkarte. Diese ist nicht nur im Geschäftsleben das passende Mittel, um die wichtigsten Personendaten präsent zu halten. Auch der Käsekunde erhält bei seinem Einkauf eine entsprechende Visitenkarte, auf der alle wichtigen Informationen zum jeweiligen Käse in Kurzform transportiert werden. Mit den Karten ist es nun ein Leichtes, um bei seinen Gästen mit Fachwissen zu punkten. Milch-Marketing sprach mit Marcus Böhmer, zuständig für das Marketing bei Käsefachvermarkter Heiderbeck, über die neuen Visitenkarten für Spezialitäten.

Milch-Marketing: Wie kam es zu der Idee, den Verkauf des Tiroler Felsenkeller an den Bedienungstheken durch eine Visitenkarte zu unterstützen?

Marcus Böhmer: Es kommt oft vor, dass Verbraucher einen Käse kaufen, begeistert sind und beim Nachkauf dann den Artikelnamen nicht mehr parat haben. Die Kunden können jetzt die Karte mitnehmen und den Käse gezielt wieder nachkaufen. Außerdem sind sie immer mehr an Produktinformationen interessiert. Auf dem Visitenkärtchen stehen einige Informationen.

Zudem führt, wie hier im Beispiel mit dem Tiroler Felsenkeller, ein Link über einen QR-Code direkt auf die Webseite der Tirol Milch. Dort sieht man dann viele weitere Informationen und Rezepte zu dem jeweiligen Produkt.

Wie erfolgt die Übergabe der kleinen Karten an den Käsekunden? Beim Kauf als Zugabe oder auf der Theke platziert als Anregung?

Beim Kauf des Produktes als Zugabe macht es auf jeden Fall Sinn. Zum anderen sind die Kärtchen und auch ein dazugehöriger Thekenaufsteller Bestandteil unserer Promotionkartons, mit denen die Fachkräfte neben Verkostungsware das Produkt ideal in Szene setzen können.

Wie ist die bisherige Resonanz von Handelspartnern und Kunden?

Allgemein positiv. Die Kärtchen werden gerne von den Kunden angenommen, insbesondere wenn das Produkt in der Werbung ist.

Sind aufgrund des Echos weitere Visitenkarten für andere Spezialitäten geplant?

Für viele Produkte gibt es diese Visitenkarten schon länger. Teilweise auch in anderen Formaten, wie bei unseren Heiderbeck Selected Brands. Generell sind wir derzeit in Überlegungen, jedes neue Produkt mit einer eigenen Visitenkarte auszustatten. ■ hw

KRISENSICHERE MILCHPRODUKTE

„WIR WERDEN AB NÄCHSTEM
JAHR MIT EINEM NEUEN KON-
ZEPT IN DEN MÄRKTEN STEHEN.“
MARGRET ZEILER



Die vergangenen Monate stellten Wirtschaft und Gesellschaft vor außergewöhnliche Herausforderungen. Verändertes Kaufverhalten und neue Kundenwünsche bezüglich Herkunft der Lebensmittel und Verpackungseinheiten forderten ein schnelles Umdenken der Hersteller. Als recht krisensicher zeigten sich dabei vor allem die Milchprodukte. Milch-Marketing sprach mit Margret Zeiler, AMA-Exportmarketing, über die Herausforderungen der österreichischen Milchwirtschaft und den Entwicklungen auf Österreichs wichtigstem Exportmarkt.

Milch-Marketing: Dieses Jahr stellt jeden vor große Herausforderungen. Wie hat die österreichische Milchwirtschaft diese bisher gemeistert?

Margret Zeiler: Die vergangenen Monate waren für unsere Produzenten sehr schwierig. Die Ungewissheit, ob Logistik-Ketten funktionieren würden, ob die deutschen Konsumenten weiterhin zu Lebensmitteln aus Österreich greifen würden, hat zu Unsicherheit geführt. Die heimische Milchwirtschaft hat in den vergangenen Monaten ihre Krisenstabilität und Verlässlichkeit eindrucksvoll unter Beweis gestellt. Der Anteil der Agrarausfuhren an den Gesamtexporten war noch nie so hoch wie im ersten Halbjahr und verbuchte von Januar bis Juni mehr als neun Prozent. Das zeigt: Selbst wenn es anfangs mancherorts Schwierigkeiten in der Logistik oder Lieferengpässe bei einzelnen Warengruppen gab, Milchprodukte und andere Agrarwaren aus Österreich sind krisensicher und nach wie vor weltweit gefragt.

Der Exportanteil Deutschlands stieg weiter – 36 Prozent aller Agrarwaren erreichen unser großes Nachbarland – und die Handelsbeziehungen der heimischen Produzenten werden internationaler. Die asiatischen Märkte entwickeln sich sehr gut.

Wie haben die Verbraucher darauf reagiert? Haben sie vermehrt zu heimischen Lebensmitteln gegriffen?

Die Coronakrise hat verdeutlicht, wie wichtig die Lebensmittelversorgung und -verarbeitung durch unsere heimischen Betriebe sind. Ein weiterer positiver Effekt der vergangenen Wochen betrifft die Wertschätzung: Nie zuvor wurden Lebensmittel so geschätzt.

Der Trend zu regionalen Lebensmitteln nimmt zu. Mehr als achtzig Prozent der Konsumentinnen und Konsumenten in Österreich sind an regionalen Lebensmitteln interessiert. Diese positive Haltung gegenüber unseren alpinen Produkten wollen wir in die Zukunft mitnehmen.

Wie hat sich der Export österreichischer Lebensmittel und vor allem der von Milch und Käse entwickelt? Greifen deutsche Konsumenten weiterhin gerne zu Käse aus Österreich?

Die tatsächlichen Export-Daten für das erste Halbjahr zeigen ein positives Bild; besser als wir zu hoffen wagten. Ein Wachstum

von sechs Prozent im Handel mit Deutschland gegenüber dem ersten Halbjahr 2019 ist unter diesen schwierigen Rahmenbedingungen mehr als beachtlich. Nach wie vor nehmen Milchprodukte, allen voran Käse, den unangefochtenen ersten Platz im Produktranking der Agrarwaren ein. Auch Bio konnte stark punkten. Gerade jetzt sehnen sich Konsumenten nach Sicherheit und Stabilität. Bio-Lebensmittel verkörpern diese Attribute im besonderen Maße.

Wie haben sich die Einschränkungen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel auf die Aktivitäten des Exportmarketings ausgewirkt?

Die Gesundheit unserer Promotoren, Partner und Kunden ist in dieser Krise unser oberstes Gebot. Daher haben wir POS-Aktionen mit direktem Kundenkontakt sofort eingestellt. Das ist uns nicht leichtgefallen. Unsere Hauptaufgabe neben der Absatzförderung ist nämlich das Informieren über alpine Lebensmittel. All unsere POS-Maßnahmen waren darauf ausgerichtet. Da wir im Markt nicht mehr selbst für uns sprechen können, schulen wir vermehrt Thekenkräfte, um über österreichische Produkte zu informieren. Diese Schulungen kombinieren wir mit Zweitplatzierungen und Handzetteln. Aktuell sind wir damit bei Edeka Hieber.

Welche Aktivitäten und Ziele sind für den Jahresendspurt und das kommende Jahr geplant?

Unsere Handelspartner wollen wir auch weiterhin im Absatz alpiner Produkte unterstützen und Konsumenten über Lebensmittel aus dem Land der Berge informieren. Gemeinsam mit der Agentur Brandmeyer in Hamburg wurde an alternativen Möglichkeiten der Interaktion am POS gearbeitet. Wir werden ab nächstem Jahr mit einem neuen Konzept in den Märkten stehen. Damit steigen wir in eine neue Art der Verkaufsförderung ein, die auch für die Zeit nach Corona spannend ist. Ergänzt wird dieses Konzept mit einem Relaunch unserer Homepage, auf der wertvolle Informationen zum Thema Lebensmittel aus dem Land der Berge aufgearbeitet wurden. www.ama.global ■ tw



Foto: AMA



Schäringer



Die Berglandmilch ist das größte österreichische Milchverarbeitungs- und Vertriebsunternehmen mit neun Standorten und steht im alleinigen Eigentum von 10.000 Milchbauern. Bäuerliche Tradition in Verbindung mit ganzheitlichem Qualitätsdenken und dem Mut neue und zukunftsweisende Wege zu gehen, spiegeln sich in vielfältigen und innovativen Produkten wider. www.berglandmilch.at



Gut verpackt in Glas: Die Schäringer Berghof Joghurts

Unter der Marke Schäringer Berghof bietet Berglandmilch besten Naturjoghurt und Fruchtjoghurt in vielfältigen Sorten an. Die Besonderheit dabei: Voller Geschmack verpackt im hochwertigen 450-Gramm-Glas. In den edlen Gläsern im „selbstgemacht“-Design und profitierend vom Vorteil des inertem Verpackungsmaterials werden die Sorten Natur, Vanille, Heidelbeere, Cappuccino, Bircher Müsli und als limited Edition Himbeer-Ribisel angeboten.



Tirol Milch Tiroler Adler: Der Tiroler Adler besticht durch seinen würzig, aussagekräftigen Charakter. Ein richtig bodenständiger Tiroler eben, der seine Mentalität während seiner neun-monatigen Reifezeit in

aller Ruhe entfalten kann. Hergestellt aus pasteurisierter Bergbauernmilch entwickelt er einen geschmeidigen, leicht parmesanartigen Teig. Gepflegt mit edlen Rotkulturen erhält der Tiroler Adler mit zunehmendem Alter eine ganz besondere Würze und Textur. Weiße Eiweißkristalle sind ein Qualitätsmerkmal von extra lange gereiftem Bergkäse.

Tirol Milch Felsenkeller Käse:

Zu einem Käsekaiser wird man nicht über Nacht. Hinter diesen hohen Würden steckt viel Liebe zum Erzeugnis und mindestens gleich viel Geduld bei der Reifung. Über 200 Tage und 200 Nächte lässt sich der Tiroler



Felsenkeller Käse Zeit, um zu dem heranzureifen, was ihn so unvergleichlich macht. Aus diesem ausgedehnten Schönheits-schlaf und der sorgfältigen händischen Pflege mit Rotkulturen resultiert sein würzig-kraftiger Geschmack und das unverkennbare Aroma. Er ist ein Käse mit Charakter und mit einer ganz besonderen Geschichte.



Tirol Milch Urtyroler: Diese Bergkäsespezialität wird aus bester Tiroler Bergbauernmilch gekäst, reift für mindestens 12 Monate und wird dabei regelmäßig mit Rotkulturen gepflegt. Dadurch erhält er seinen

leicht bröckeligen Teig und seinen speziellen würzig-kraftigen, herzhaften Geschmack. Ein Genuss für alle Sinne. Etwaige Eiweißkristalle sind ein Qualitätsmerkmal von extra lange gereiftem Bergkäse. Die ausgezeichnete Qualität vom Urtyroler zeigt sich auch in den zahlreichen nationalen und internationalen Prämierungen.

Firma: Berglandmilch eGen
Anschrift: Schubertstraße 30, A-4600 Wels
Tel.: +43 (7476) 77311-5635
E-Mail: gerald.kotzauer@berglandmilch.at
Internet: www.berglandmilch.at; www.tirolmilch.at; www.schaerding.at; www.lattella.at
Geschäftsleitung: DI Josef Braunschöfer
Zuständige Verkaufsleitung für Deutschland: Gerald Kotzauer
Vertriebspartner/Großhändler in Deutschland: alle namhaften Großhändler
Vertriebspartner für Thekenkäse der Marke Tirol Milch: Heiderbeck GmbH, Gewerbering 4, 82140 Olching, www.heiderbeck.com



KLOSTERKÄSEREI SCHLIEBACH – UNSER WEG ZUM BESONDEREN

„Wir schlagen die Brücke zwischen biologischer Landwirtschaft, Rohstoff, Verarbeitung und Verbraucher. Damit tragen wir dazu bei, den Stellenwert biologischer Produkte in unserer Ernährung nachhaltig auszubauen.“ Die Klosterkäserei Schlierbach hat sich auf die Herstellung von Weich-, Schnitt- und Frischkäse aus Bio-Kuh-, Bio-Schaf- und Bio-Ziegenmilch spezialisiert und ist in Österreich Marktführer im Segment der Bio-Weichkäse mit Rotkultur. Mit der Umstellung auf einen reinen Bio-Betrieb 2012 hat sich die Käserei dazu verpflichtet ausschließlich Bio-Rohstoffe, möglichst aus der Region, zu verarbeiten. Nachhaltigkeit, Regionalität, Tierwohl und höchste Qualität sind ihr Antrieb!



Schlierbacher Bio Ziegen-/Schafcamembert wird aus bester Biomilch hergestellt. Das milde Aroma und die leichte Ziegen- bzw. Schafmilchnote prägen den besonderen Geschmack.



NEUHEIT im Grillsortiment: HALLO Cheese – Bio Grill- & Bratkäse nach Halloumi-Art. Unsere neueste Käsespezialität wird sorgfältig und ganz nach Originalrezeptur in der Käserei Stift Schlierbach hergestellt! Rein aus frischer österreichischer Bio-Kuh-, Bio-Schaf- und Bio-Ziegenmilch fertigen wir einen Bio Grill- & Bratkäse nach Halloumi-Art.

Verfeinert mit österreichischer Bio-Minze erhält der HALLO Cheese – Bio Grill- & Bratkäse nach Halloumi-Art seinen charakteristischen Geschmack. Der beliebte Bio-Grillkäse ist in einer 200 g sowie ca. 750 g Packung erhältlich und auch bestens für Vegetarier geeignet.

Über den besonders cremigen **Bio-Schaffrischkäse Natur** sowie den **Bio-Ziegenfrischkäse Natur** können sich auch Kuhmilchallergiker im Frischkäsebereich freuen! Die Bio-Frischkäse passen auch perfekt zu Knabberstangen und geben cremigen Suppen eine herrliche Note.



Der aus Bio-Schafmilch hergestellte **Bio-Schnittkäse** lässt sich einfach einzeln entnehmen und ist sofort zum Verzehr geeignet.

Beste Bio-Milch aus der Region rund um Schlierbach bildet die Basis für die Schlierbacher Bio-Weichkäsespezialitäten **Bio-Schlosskäse Classic**, **Bio-Bacchus**, **Bio-Paulus** und **Bio-Petrus**.



Die **Schlierbacher Bio-Selection** ist ein Muss für Weichkäsegenießer. Beste Bio-Milch aus der Region rund um Schlierbach ist die Basis für unsere cremigen



Käsespezialitäten. Die Sorten PUR, ROT und WEIN reifen mindestens zwei Wochen im Keller und noch mindestens zwei Wochen in der Holzschachtel, ehe sie ausgeliefert werden.

CONCEPT fresh

Concept fresh ist seit 1995 spezialisiert auf die Entwicklung, Herstellung und Vermarktung von Milchprodukten aus Österreich. Das Sortiment umfasst klassische sowie biologisch hergestellte Produkte. Dazu zählen unter anderem die Bio-Weich- und Frischkäse aus der Klosterkäserei Schlierbach sowie Burger Cheese.

Firma: Concept Fresh
Vertriebsgesellschaft mbH
Anschrift: Hobelweg 20,
A-4055 Pucking
Telefon: +43/72 29/6 61 77-810
Telefax: +43/72 29/6 61 77-980
E-Mail: office@concept-fresh.at
Internet: www.concept-fresh.at

Geschäftsleitung:
Friedrich Mitterhumer
Verkauf Deutschland: Stefan
Bräuning, Tel: +49/06303/9998430,
Mobil: +49/0171 2840171, E-Mail:
s.braeuning@concept-fresh.at
Marketing Deutschland:
Christine Pachner, M.A.



Die Gmundner Molkerei gehört zu den größten Molkereiunternehmen Österreichs. Rund 320 Mio. kg Rohmilch werden im Hauptbetrieb Gmunden und am Standort Sattledt zu hochwertigen Milchprodukten verarbeitet.

UNSER SORTIMENT

Frischprodukte: Frischmilch, ESL-Milch, Buttermilch, Sahne, Joghurt, Fruchtjoghurt, Thermisierter Fruchtjoghurt, Sauerrahm, Teebutter, laktosefreie Produkte

Haltbarprodukte: Haltbarmilch, H-Schlag-sahne, Kaffeeobers, H-Kakaomilch, H-Milch-mischgetränke, Bio-H-Milch, Kochrahm, Küchensahne, Kondensmilch, Sprüh-topping, Milch zum Aufschäumen, laktose-freie Produkte, Coffee Drink

Gelbe Linie: Butterschmalz, Cottage Cheese, **Schnittkäse:** *Schnittkäse mild-fein:* Traunstein König (Großblockkäse), Gosauer Jausenkäse (Bruchlochkäse), Bierkäse, Toastkäse, Butterkäse, Tilsiter, Gouda; *Schnittkäse würzig:* Gmundner Berg, Gmundner Berg Premium (6 Monate gereift), Traunkirchner Raclette, Alpenkäse, Traunseer, Bergkristall (mind. 10 Monate gereift); *Verfeinerte Käsespezialitäten:* Rauchkäse, Chili-Paprika Käse, Brat- und Grillkäse
Marken: Gmundner Milch, Almiesl, Rosan, Private Labels



NATURGEREIFTE KÄSESPEZIALITÄTEN AUS DEM SALZKAMMERGUT



Bergkristall: Käsekultur auf höchster Stufe: Mit einer Reifezeit von mindestens 10 Monaten gehört der Bergkristall zu den kräftig-würzigen Gmundner Milch Käsesorten. Der „Bergkristall“ trägt ein charakteristisches Qualitätsmerkmal bereits in seinem Namen: kleine Eiweißkristalle, die sich nach einer langen Reifezeit im Käseteig bilden, unterstreichen die hohe Qualität dieses edlen Käse.

NEU! Der Gmundner Milch Atterseer

Klar und kraftvoll – wie sein Namensgeber besticht auch der Atterseer durch seinen einzigartigen Charakter. 4-6 Monate braucht es bis die Gmundner Milch Käsespezialität seinen vollen Geschmack entwickelt. Die spezielle Käsekultur verleiht dem Teig diese feste Struktur. Aber nur ein leichter Biss und schon zergeht der Käse förmlich auf der Zunge. Nach wenigen Momenten entfaltet er Stück für Stück anfänglich eine würzige Note, später auch eine süßlich-fruchtige Schärfe.



Die beliebten **Gmundner Milch Käsescheiben** tragen das einzigartige, unverwechselbare Design der Gmundner Keramik und sorgen so für Differenzierung im Kühlregal. Erhältlich in den Sorten Gmundner Berg, Traunstein König, Gosauer Jausenkäse, Stoderer Rauchkäse, Bierkäse, Milder Gouda, Edelmilder Tilsiter und Raclette. Ob Traunstein König, Gmundner Berg oder Gosauer Jausenkäse – die Käseprodukte spiegeln Qualität und Kultur des Salzkammerguts wider.



Gentechnik-frei-Zertifizierung in Österreich und Deutschland:

Die Gmundner Molkerei ist in Österreich und in Deutschland „Gentechnik-frei“ zertifiziert und zur Nutzung des VLOG-Logos berechtigt.



Gmundni - Fruchtiger Joghurtgenuss im Quetschbeutel:

Praktisch für unterwegs ist das Fruchtjoghurt-Dessert im Quetschbeutel. Angeboten werden die Sorten „Erdbeer-Banane“ und „Mango“ im 100-g-Quetschbeutel. „Gmundni“ hat eine cremige Konsistenz, enthält 10 % Frucht und wird aus 100 % österreichischer, gentechnikfreier Milch hergestellt.

Firma: Gmundner Molkerei eGen
Anschrift: Theresienthalstr. 16,
A-4810 Gmunden
Tel.: 00 43/76 12/7 82-0
Fax: 00 43/76 12/7 82-43
E-Mail: office@gmundner-milch.at
Internet: www.gmundner-milch.at

Geschäftsleitung: Mag. Michael Waidacher
Mitglieder: 2.200
Mitarbeiter: 360
Umsatz 2019: 199 Mio. Euro
Milchanlieferung: 336 Mio. kg
Käseerzeugung: 11.000 t
Exportanteil: 54 %

Kontakt für Verkauf Deutschland:
Peter Vesely
Verkauf/Dipl. Käsesommelier
Mobil: +43 (0)664 1034239
Tel: +43 (0)7612 782 97
Fax: +43 (0)7612 782 8897
p.vesely@gmundner-milch.at

Alma



ALMA Vorarlberger Bergkäse g.U. und Alpkäse

ALMA Alpen-, Kräuter-, und Hanfschatz

WARUM ALMA DEN MEISTAUSGEZEICHNETEN ALP- UND BERGKÄSE HAT.

In den kleinen Alma Bergsennereien und auf den Vorarlberger Sennalpen wird nur unbehandelte Heumilch g.t.S für die berühmten Käsespezialitäten aus Vorarlberg verwendet. Die Senner und Sennerinnen käsen in großen Kupferkesseln und in Handarbeit den Alma Vorarlberger Bergkäse g.U. und Alma Alpkäse. Vor dem Verzehr reift der Käse mehrere Monate im Käsekeller und entwickelt dabei seinen einzigartigen herzhaft würzigen Geschmack. Das Alma Bergkäsesortiment bietet beste Qualität, unterschiedliche Zwickelgrößen und ein klares Farbkonzept bei der Reifestufen-Kennzeichnung.



ALMA VORARLBERGER BERGKÄSE (g.U.)

mind. 16 Monate gereift

So intensiv und nuancenreich kann Bergkäse schmecken. Dieser Alma Vorarlberger Bergkäse (g.U.) reift 16 Monate auf Fichtenbrettern im Käsekeller. Für unvergleichliche Momente des Genusses.



KLEINE KRÄUTERKUNDE FÜR KÄSEGENIESSER

Bei Alma wird Käse nach alter Tradition aus tagesfrischer Heumilch gesennt. Ausgewählte Laibe veredeln wir von Hand mit würzigen Kräutern und Blüten. Wacholder, Rosmarin, Ringelblume und andere verleihen dem Käse samt essbarer Kräuterrinde ganz besondere Aromen.



EINE NEUER SCHATZ IM ALMA SORTIMENT

Neben dem Alma Kräuterschatz, Alpenschatz und Co. ist neu dazugekommen der Alma Hanfschatz. Die Schnittkäsespezialität wird aus Heumilch g.t.S hergestellt und von Hand mit biologisch angebaut und getrockneten Hanfblättern ummantelt. Die traditionelle Kulturpflanze mit dem herben Aroma harmonisiert geschmacklich ideal mit dem Käse.



Alma, eine Marke der Rupp AG

Firma: Rupp AG, Krüzastrasse 8, A- 6912 Hörbranz

Tel.: 0043/5573/80 80, **E-Mail:** kundenservice@alma.at

Internet: www.alma.at, www.rupp.at

Geschäftsleitung: Dr. Josef Rupp

Bereichsleiter Alma: Christof Abbrederis

Vertriebspartner Deutschland:

Uplegger Food Company GmbH

Tel.: 05 11/9 78 98 0, **Fax:** 05 11/9 78 98 19

E-Mail: Zentrale@Uplegger.de



NACHHALTIGKEIT LEBEN. TIERGESUNDHEIT SCHMECKEN.

SALZBURGMILCH IST NICHT NUR PIONIER IM BEREICH TIERGESUNDHEIT, SONDERN SETZT AUCH NEUE MASSSTÄBE IN DER NACHHALTIGKEIT.

Die Premium-Milchmayer aus dem Salzburger Land übernehmen nicht nur Verantwortung für die hohe Qualität und den unverfälschten, gehaltvollen Geschmack, sondern etablierten auch als erste Molkerei eine einzigartige Tiergesundheitsinitiative. Denn nur Milch, die zu 100 Prozent von auf Parameter der Tiergesundheit kontrollierten Kühen stammt, ist von wahrer Premium-Qualität und erfüllt die strengen Kriterien für die Premium-Produkte der SalzburgMilch. Diese weit über die Gesetzgebung hinausgehenden Richtlinien wurden gemeinsam mit führenden Experten erarbeitet und werden seit mehr als drei Jahren sehr erfolgreich und lückenlos umgesetzt. Unabhängige Stellen führen bei allen SalzburgMilch Familienbauernhöfen Tiergesundheits-Checks durch, bei denen insbesondere Indikatoren der Tiergesundheit, der Ernährungszustand, die Mensch-Tier-Beziehung und das Ruheverhalten bewertet werden. Bereits seit mehreren Jahren beinhaltet das Tierwohlprogramm auch erstmalig einen Verzicht auf dauernde Anbindehaltung und einen verpflichtenden Auslauf z. B. auf Weide oder Alm an mindestens 120 Tagen im Jahr. Auch beim Futter gibt es strenge Vorgaben, so dürfen ausschließlich Palmöl-freie und natürlich gentechnikfreie Futtermittel aus Europa eingesetzt werden.

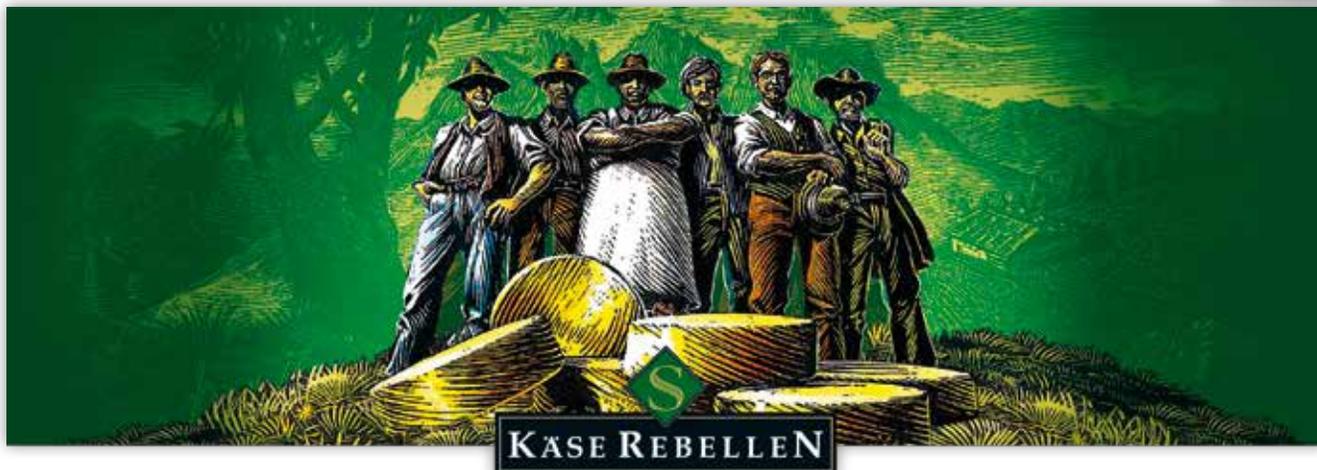
Diese Maßnahme ist nur eine von vielen, die einen Schwerpunkt auf Nachhaltigkeit legt. So wurden auch bereits zahlreiche, vielfach prämierte Energieeffizienz-Maßnahmen in der SalzburgMilch umgesetzt, um Ressourcen zu schonen und die CO₂-Bilanz deutlich zu verbessern. SalzburgMilch ist auch Vorreiter bei der Plastikvermeidung bei Verpackungen. Seit der Einführung der Premium-Linie 2017 konnten bereits mehr als 100 Tonnen Plastik eingespart werden, sei es durch die Verwendung von Kartonmantel-Bechern oder neuartigen Kartonverpackungen für die Premium Käsescheiben. Diese wurden von SalzburgMilch in Kooperation mit Verpackungsherstellern entwickelt und sparen 70 Prozent Plastik im Vergleich zu herkömmlichen Scheibenverpackungen ein. Die hauchdünne Kunststoff-Beschichtung kann nach dem Genuss des Käses kinderleicht von der Kartonschale getrennt werden und der Wertstoffsammlung zugeführt werden. Die Kartonschale selbst wird als Altpapier zu 100 Prozent recycelt. Weitere vielversprechende Projekte zum Thema Nachhaltigkeit sind in Vorbereitung, denn SalzburgMilch setzt auf diesem Gebiet klare Maßstäbe! Premium-Qualität, unverfälschter Geschmack und die große Verantwortung für Tier und Umwelt – das sind die Leitlinien der SalzburgMilch!



Firma: SalzburgMilch GmbH
Anschrift: Milchstraße 1,
 5020 Salzburg, Österreich
Tel.: +43/6 62 24 55-0
E-Mail: office@milch.com
Internet: www.milch.com

Geschäftsleitung: Andreas Gasteiger
Exportleiter: Christian Wiener
Marketingleitung: Prok. Florian Schwap
 SalzburgMilch ist die Spezialmilch-Molkerei Österreichs und

bietet Premium Milch- und Käse-Produkte aus folgenden Milchsorten: gentechnikfrei, Biomilch, Heumilch, 365-Tage-Freilauf Heumilch, Bio-Heumilch, Almmilch, Goldstandard.



ENTDECKEN SIE DIE VIELFALT DER KÄSEREBELLEN!

1860 beschlossen vier Bauern in Sulzberg, das damalige Milch- und Käsemonopol zu brechen, indem sie damit begannen ihre Milch im Keller eines ortsansässigen Gasthauses eigenständig zu verarbeiten. Immer mehr Bauern schlossen sich an, sodass eine eigene Sennerei geschaffen werden musste. Im Sennereigebäude von 1953 werden bis zum heutigen Tag die Rebellenkäsesorten produziert. 2001 pachtete es Käsermeister Sepp Krönauer, um es grundlegend zu sanieren. Bis heute kamen weitere Bauern sowie Sennereistandorte dazu. Die Käse Rebellen von damals und heute eint ein Geheimrezept: die Herstellung aus 100 Prozent Bergbauern-Heumilch g.t.S. und die Käsehandwerkskunst nach altbewährter, bäuerlicher Tradition. Die Käse Rebellen sind Spezialisten für Weich-, Schnitt- und Hartkäse und feiern in diesem Jahr ihr 160-jähriges Jubiläum. Zu diesem besonderen Geburtstag wurde ein Jubiläumskäse kreiert: Der Rahm Rebell.

Die jüngsten Exportprodukte am deutschen Markt sind:

RAHM REBELL



Beim Rahm Rebell handelt es sich um einen milden, feinrahmigen Schnittkäse, in dem zahlreiche Aromastoffe von Pflanzen der saftigen heimischen Wiesen hervorragend zur Geltung kommen. Seine Reinheit, die 10 Wochen lange Reifezeit und seine goldgelb zarte Konsistenz versprechen vollendeten Käsegenuss. Dem einzigartigen zart schmelzenden Käseteig verdankt diese Käsespezialität aus Bergbauern-Heumilch ihren Namen. Erhältlich als ½ Laib à drei kg.

BIO HEUMILCH BUTTER



Der erfrischende Duft nach Sauerrahm verrät den Rohstoff dieser Butter. Auch Noten von Rahm, Blumenwiese und Jungholz sind auszumachen. Rahm und Buttermilch bilden die prominentesten Komponenten am Gaumen. Die Bio-Heumilchbutter verfügt über eine musterhaft glatte und seidige Textur, die sich zudem als zart schmelzend erweist. Auch die zarte Säure ist erfreulich produkttypisch. Erhältlich je acht Stück à 200 g im Karton.

Firma: Sulzberger Käse Rebellen Sennerei GmbH

Anschrift: Dorf 2, A-6934 Sulzberg

Vertrieb: Käse Rebellen GmbH
Auerbergstr. 8, D-86989 Steingaden

Tel.: +49 (0) 88 62/98 01-44

Fax: +49 (0) 88 62/98 01-81

E-Mail: verkauf@kaeserebellen.com

Internet: www.kaeserebellen.com

Geschäftsleitung: Josef Krönauer, Andreas Geisler

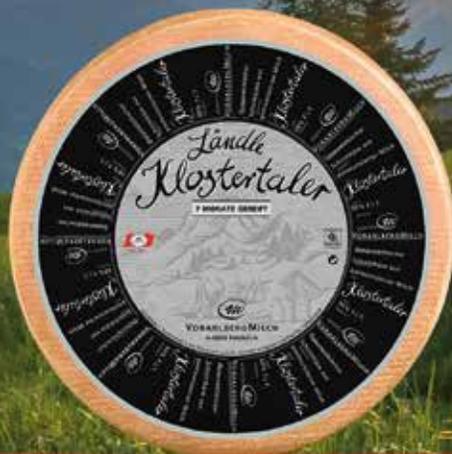
Verkaufsleitung für Deutschland: Josef Eisenmann

Marketingleitung für Deutschland: Matthias Köpf

DER GUTE RUF AUS DEN BERGEN



VORARLBERGMILCH



LÄNDLE KLOSTERTALER: DER WÜRZIG, KRÄFTIGE KÄSEGENUSS

Der Ländle Klostertaler wird aus bester frischer Alpenmilch hergestellt und auf traditionelle und handwerkliche Art und Weise gereift und gepflegt. Während seiner ca. siebenmonatigen Reifezeit im Naturkeller entfaltet er seine elegante Würzigkeit. Im Duft treffen fruchtige Aromen wie Ananas und Maracuja auf Malz und dunkles Karamell. Füllig, saftig und mit cremigem Schmelz betört der Käse den Gaumen.



2 X KÄSEKAISER + 8 X WORLD CHEESE AWARDS

Bei der Käsekaiser-Gala im Ferry-Porsche-Center in Zell am See wurde die Vorarlberg Milch mit zwei Käsekaisern für den Ländle Arlberger und den Ländle Weinkäse ausgezeichnet.

WORLD CHEESE AWARDS

Vorarlberg Milch ist wieder der große Abräumer und gewinnt 2 x Gold, 4 x Silber und 2 x Bronze bei den World Cheese Awards 2019 in Italien. Der Wettbewerb fand am 18. Oktober in Bergamo, Italien statt.

Firma: Vorarlberg Milch eGen
Anschrift: Nofler Strasse 62, A-6800 Feldkirch
Verkaufsleitung: Mag. Michael Schatzmann
Tel.: +43/55 22/7 21 30
Fax: +43/55 22/7 21 33
E-Mail: office@vmilch.at
Internet: www.vmilch.at

Geschäftsleitung: Mag. Raimund Wachter
Mitarbeiter: 123
Milchlieferanten: 502 Vorarlberger Landwirte
Umsatz 2019: 51 Mio. Euro
Exportanteil: ca. 30 %
Export: Deutschland, Skandinavien, Beneluxstaaten, Italien

5 GENERATIONEN



1 LEIDENSCHAFT

Käse-Genuss von Österreichs Heumilch-Pionier



1889 gründete Johann Baptist Woerle die erste Emmentaler-Käserei Österreichs und legte damit den Grundstein für das heutige Unternehmen WOERLE, das seit damals seinen ursprünglichen Werten treu geblieben ist. Dazu zählt auch das WOERLE Reinheitsgebot, nur beste, regionale Heumilch zur Herstellung exquisiter Käsespezialitäten zu verwenden. Aber auch der behutsame Umgang mit Natur und Mensch sowie Handschlagqualität prägen die Wertekultur von WOERLE.

Der wertvolle Rohstoff für die aromatischen Heumilch Naturkäsespezialitäten stammt von ausgesuchten Bauernhöfen aus der Heumilchregion Salzburger Seen- und Mondsee-Land. Dort genießen die Kühe die Fülle der Sommerwiesen mit frischen Gräsern, Blumen, würzigen Kräutern und im Winter sonnengetrocknetes Heu. So ist es nicht verwunderlich, dass in jedem Stück WOERLE Heumilch-Käse ein unnachahmliches, natürliches Aroma steckt – ganz ohne künstliche Zusätze und Gentechnik.

AUS WERTVOLLER HEUMILCH – SEIT 1889

Käsescheiben aus Heumilch

Unsere beliebten Heumilchkäsesorten Emmentaler, Mondseer und Bergkäse sind auch als Scheiben in der wiederverschließbaren Verpackung erhältlich. Scheibe für Scheibe feinsten Heumilchkäse-Genuss. Extrem praktisch, aus bester Heumilch hergestellt und Top im Geschmack.



Der Mondseer herzhaft-pikant

Feinsäuerlicher Duft nach Buttermilch begleitet von Blumenwiese und Haselnuss. Herzhaft-pikant am Gaumen. Hier zeigen sich aber auch milchige Aromen sowie dezente Noten von grünem Jungholz und Moos – bestens im weich-geschmeidigen Teig integriert.



Zillertaler Bergkäse pikant-würzig

Verlockender Duft nach Rahm, Biskuit und Marzipan. Im kompakt-mürben Teig sind reiche Aromen nach Karamell sowie Rahm, Malz, Kakao und Schwarzbrot eingebettet – kontrastiert durch pfeffrige Noten.



Emmentaler der Milde

Der schöne Sortencharakter mit Noten von Ananas, Zitrusfrüchten, Marzipan und Blumenwiese lässt am Gaumen Aromen von Haselnuss, Buttermilch, Weißbrot und Kakao vorbildlich entfalten. Typisch ist der geschmeidige, kompakt-mürbe Teig mit markanter Lochung in Kirsch kern- bis Walnussgröße.



Heumilch ist eine „garantiert traditionelle Spezialität“

Die Heumilch wurde mit dem EU-Gütesiegel g.t.S. – garantiert traditionelle Spezialität – ausgezeichnet. Es würdigt die besondere Wirtschaftsweise unserer Heumilchbauern und gewährleistet eine traditionelle Zusammensetzung bzw. ein traditionelles Herstellungsverfahren eines Lebensmittels.

Firma: Gebrüder Woerle Ges.m.b.H.
Anschrift: Enzing 26, A-5302 Henndorf
Tel.: +43 (0)6214/6631-0, **Fax:** DW-33
E-Mail: woerle@woerle.at

Geschäftsleitung: Gerhard Woerle
Verkaufsleitung für Deutschland: René Michael Netzel
Key Account Management für Deutschland: Franz Mösenbichler
Web: www.woerle.at



Rainer Wachter (2. von rechts) nimmt die DGNB-Auszeichnung in Gold von Peter Engert entgegen.

VORARLBERG MILCH

Das Generationenprojekt

Vorarlberg ist weit über die Landesgrenzen für seine Käsequalität bekannt. Das gilt es weiter zu nutzen und auszubauen, jedoch nicht durch Übernahmen oder Fusionen, sondern mit neuen Vertriebsstrategien. „Aus diesem Grund wollen wir unsere Käseerzeugung steigern und durch optimale Reifebedingungen perfekte Genussprodukte herstellen. Ein neuer Reifekeller mit vollautomatischer Käsepflege, ein vollautomatisches Hochregallager mit zwei Klimazonen und eine Steigerung der Käseerzeugung und -verarbeitung werden uns das ermöglichen,“ erklärt Raimund Wachter, Geschäftsführer Vorarlberg Milch. Dieses Bauprojekt ist ein Bekenntnis zur Vorarlberger Milchwirtschaft und soll zudem die Zukunft ihrer Milchbauern sichern. Eine Bestätigung für das Projekt ist die Überreichung des DGNB-Zertifikats in GOLD der Österreichischen Gesellschaft für nachhaltige Immobilienwirtschaft (ÖGNI), das Anfang Oktober in Feldkirch überreicht wurde. „Das DGNB-System stellt eine ganzheitliche Betrachtung aus Ökonomie, Ökologie, soziokulturellen Aspekten sowie Technik, Prozess und Standort dar. All diese Kriterien wurden beim Generationenprojekt der Vorarlberg Milch in Feldkirch vorbildlich erfüllt,“ erklärt ÖGNI-Geschäftsführer Peter Engert.

DIE KÄSEMACHER

Granitbeißer zum Reiben

Die niederösterreichische Molkerei Die Käsemacher hat mit den Granitbeißern die Waldviertler Antwort auf Parmesan und Belper Knolle gegeben. Aus regionaler Schafs- und Ziegenmilch werden kleine Käsekugeln hergestellt, die mindestens drei Monate reifen und sich zum Würzen von Pasta, Risotto und Co. eignen. Die 50 Gramm leichten Kugeln werden in den drei Sorten Der Mediterrane, Der Orientalische und Der Pfeffrige angeboten.



ERLEBNISSENREI ZILLERTAL

Kampf dem Müll

Die in Mayrhofen beheimatete Erlebnissenrei Zillertal sagt dem Müll den Kampf an. Rund 30 Tonnen weniger Verpackungsmüll und über 17 Tonnen weniger Kunststoff in den nächsten drei Jahren lautet die ehrgeizige Vorgabe von Christian und Heinrich Kröll, mit der die beiden Brüder den Familienbetrieb noch umweltfreundlicher machen möchten. „Es ist in der 66-jährigen Firmengeschichte ganz sicher der größte Schritt für noch nachhaltigeres Wirtschaften und noch mehr Umweltschutz, das ist unser Weg“, sagt Geschäftsführer Christian Kröll. Wichtigster Hebel, um die Mülleinsparungen zu erreichen, sind die Verpackungen des gesamten Sortiments bei Milch, Käse und Joghurt. Die komplette Produkt-Range wird auf nachhaltigeres Verpackungsmaterial umgestellt. Die neuen, umweltfreundlicheren Milchkartons werden jetzt zu 100 Prozent klimaneutral hergestellt und sind wesentlich leichter. Dadurch bringt das Unternehmen auch weniger Gewicht auf die Straße und reduziert die CO₂-Belastung. „Auch bei den Käseverpackungen wird es uns gelingen, bis zu 70 Prozent Plastik einzusparen“, so Kröll. Die Etiketten bestehen zu 100 Prozent aus recyceltem Papier. Joghurts und Sauerrahm werden ebenfalls neu verpackt und sind dann zu 100 Prozent recyclingfähig. Gleich über ein Viertel weniger Kunststoff werden mit den neuen, kartonummantelten Joghurtbechern erreicht.



Die neuen, umweltfreundlicheren Milchkartons werden jetzt zu 100 Prozent klimaneutral hergestellt und sind wesentlich leichter. Dadurch bringt das Unternehmen auch weniger Gewicht auf die Straße und reduziert die CO₂-Belastung. „Auch bei den Käseverpackungen wird es uns gelingen, bis zu 70 Prozent Plastik einzusparen“, so Kröll. Die Etiketten bestehen zu 100 Prozent aus recyceltem Papier. Joghurts und Sauerrahm werden ebenfalls neu verpackt und sind dann zu 100 Prozent recyclingfähig. Gleich über ein Viertel weniger Kunststoff werden mit den neuen, kartonummantelten Joghurtbechern erreicht.

SALZBURGMILCH

Weniger Zucker, bester Geschmack

Die SalzburgMilch möchte nicht nur den besten Geschmack ihrer Premium-Milchprodukte herstellen, sondern dank neuer Rezepturen auch für eine aktive Reduktion von Zucker sorgen. So liegt der Zuckeranteil bei vielen Produkten sogar deutlich unter dem durch SIPCAN empfohlenen Richtwert. Bei der Entwicklung der neuen Rezepturen orientierte sich SalzburgMilch an den Kriterien des vorsorgemedizinischen Instituts SIPCAN unter der Leitung von Prim. Univ.-Prof. Dr. Friedrich Hoppichler. Das Institut setzt sich mit seinen Aktivitäten das Ziel der Gesundheitsförderung für jede Altersgruppe und steht dabei in engem Kontakt und Informationsaustausch mit Kliniken, Fachgesellschaften und Forschungsstellen. Die Experten von SIPCAN legten Orientierungskriterien für Milchprodukte fest, an die die neuen Rezepturen der SalzburgMilch-Produkte angelehnt wurden. „Es ist uns wichtig, einen Beitrag zur gesunden, ausgewogenen Ernährung unserer Konsumentinnen und Konsumenten zu leisten und den Zuckeranteil in unseren Milchprodukten kontinuierlich zu reduzieren. Dabei muss aber sichergestellt werden, dass der Premium-Geschmack erhalten bleibt“, erklärt Andreas Gasteiger, Geschäftsführer der SalzburgMilch, und ergänzt: „Wir sind sehr stolz darauf, dass unserem Produktentwicklungsteam eine wahre Meisterleistung gelungen ist und wir nicht nur bei unseren Puddings und den Fruchtmolken, sondern auch bei den Fruchtjoghurts bei bestem Fruchtgeschmack den Zuckergehalt im Schnitt um 20 Prozent senken konnten. Dabei wurden die Empfehlungen von SIPCAN meist sogar deutlich unterschritten.“



Andreas Gasteiger und Prim. Univ.-Prof. Dr. Friedrich Hoppichler präsentieren die zuckerreduzierten Produkte der SalzburgMilch.

GEBR. WOERLE

Großer Preis der Industrie

Was vor gut 130 Jahren mit einer kleinen Käserei in Henndorf begann, hat sich bis heute zu einer der größten Privatkäseereien Österreichs entwickelt. Einen wesentlichen Anteil an dieser Erfolgsgeschichte trägt Gerhard Woerle, der im Alter von 33 Jahren die Leitung der Privatkäserei übernahm und diese seither mit Mut, Weitblick und persönlichem Einsatz leitete. Dabei standen ein ausgeprägtes Qualitätsdenken sowie gelebtes Werte-Bewusstsein stets im Mittelpunkt. „Wir sind seit jeher auf höchste Qualität bei unseren Produkten bedacht. Von den naturreinen Rohstoffen aus regionaler Heumilch bis zu den veredelten Käsespezialitäten gehen wir keine Kompromisse ein“, erklärt Gerhard Woerle. Rund 45 Jahre hat der Unternehmer die Geschicke der Privatkäserei geleitet und damit Unternehmensgeschichte geschrieben, die von Wertschätzung und Handschlagqualität geprägt war. Dafür wurde er jetzt mit dem „Großen Preis der Industrie“ ausgezeichnet.



Gerhard Woerle (2.v.li) wurde für sein Lebenswerk mit dem Österreichischen Industriepreis ausgezeichnet. Im Bild mit Gattin Elisabeth Woerle, Sohn Gerrit Woerle sowie REGAL-Geschäftsführer Roland Pirker. Foto: REGAL/@www.f-stop.at

SALZBURGMILCH

Neue, moderne Eigentümerstruktur

Mitte August fusionierten die drei Eigentümergenossenschaften der SalzburgMilch zur Salzburger Alpenmilch Genossenschaft. Mit dem Ausscheiden des bisherigen Miteigentümers Meggle ist die drittgrößte österreichische Molkerei wieder zu 100 Prozent im Besitz der Milchbauern. Zusätzlich übernimmt die Salzburger Alpenmilch Genossenschaft eGen die Rolle des Gruppenträgers für eine neu geschaffene Unternehmensgruppe, die neben der Genossenschaft und der operativen SalzburgMilch GmbH die ebenfalls neu gegründete Salzburger Alpenmilch Holding umfasst. Andreas Gasteiger, Geschäftsführer der SalzburgMilch GmbH, übernimmt ab sofort auch die Leitung der Salzburger Alpenmilch Holding. „Im Vordergrund aller Überlegungen der Eigentümer steht primär die Ausrichtung der SalzburgMilch für die Zukunft. Daher braucht speziell die Genossenschaft schlanke Strukturen für schnelle Entscheidungen.“, erklärt Aufsichtsratsvorsitzender Robert Leitner. „In unserem sehr volatilen Markt müssen schnelle Entscheidungen für das operative Geschäft getroffen werden. Die neue Eigentümerstruktur gewährleistet das und stellt sicher, dass wir unseren erfolgreichen Weg

weiter gehen können.“, zeigt sich SalzburgMilch Geschäftsführer Andreas Gasteiger überzeugt und blickt positiv in die Zukunft: „Deshalb halten wir auch trotz Corona heuer an unserer Jahresplanung fest.“

v.l. Die neuen Aufsichtsräte Johannes Lackner, Robert Leitner, Alexander Deopito und Roman Schörghofer sowie Andreas Gasteiger (Bildmitte) bilden die neue Führungsebene der SalzburgMilch.



ROLLAMA

Heimischer Handel gefragt

Wie die ROLLAMA-Daten für den Zeitraum Januar bis Juni 2020 zeigen, hat der österreichische Handel vom Lockdown deutlich profitieren können. Der klassische Lebensmittel Einzelhandel, die Discounter und weitere Einkaufsquellen wie Bäcker, Fleischer, Märkte sowie Zustelldienste haben einen kräftigen Umsatzzuwachs von bis zu 17 Prozent erfahren.

Besonders stark waren dabei die Monate März bis Mai. Alleine im April gab es ein Umsatzplus von 26,8 Prozent bei den von der ROLLAMA erfassten Warengruppen. Der LEH ohne Discount verzeichnete bei den Frischwaren ein Plus von 16,4 Prozent; bei Hofer und Lidl waren es plus 15,4 Prozent.

Branchenweit machten die Segmentumsätze mehr als vier Milliarden Euro aus, der Großteil davon ist dem klassischen LEH zuzuschreiben. Wertmäßige Steigerungen gab es bei allen berücksichtigten Warengruppen.

www. **K**...immer ein Genuss!
A S E W E B . D E

WISSENSWERTES ÜBER DIE GROSSE KÄSEVIELFALT



www. **K**...immer ein Genuss!
A S E W E B . D E

News Aktionen & Wettbewerbe Produkte Käse-Club Forum Search

Rezepte

Über uns Impressum Kontakt

12.04.2015

Tagliatelle mit Kräutersauce

mit Milchsauze, Frischkäse, geräucherter Speck, Milchsaure, Kirsche, rote Paprikaschoten



Zutaten

Zutaten für 2 Personen

- 200 g Milchsaure mit Rosmarin
- 200 g Speck
- 2 St. grüne Oliven
- 1 Tomate
- 1 EL frisch gehacktes Basilikum
- 1 EL Parmesan, gerieben
- Salz

REZEPT



Milchsauce mit Honig und Beeren

Heumilch

EINFACH URGUT.

Heumilch schmeckt, weil so viel Artenvielfalt in ihr steckt.

Traditionelle Heuwirtschaft fördert durch ihre nachhaltige Wirtschaftsweise die Artenvielfalt auf Wiesen, Weiden und Almen. So genießen Heumilchkühe im Sommer viele frische Gräser und Kräuter sowie schmackhaftes Heu im Winter. Gleichzeitig wird wertvoller Lebensraum für Bienen und Schmetterlinge erhalten. Vergorene Futtermittel sind bei dieser jahrhundertealten Tradition strengstens verboten. Mehr darüber, warum Heumilch *urgut zur Natur* ist unter heumilch.com.

Ausgezeichnet als „garantiert traditionelle Spezialität“.



Mehr auf heumilch.com

GARANTIERT GENTECHNIKFREI* UND SILAGEFREI

* Laut Definition des Österreichischen Lebensmittelkodex für gentechnikfrei erzeugte Lebensmittel.

Mit Unterstützung von Bund, Ländern und Europäischer Union

 Bundesministerium
Landwirtschaft, Regionen
und Tourismus

LE 14-20
Entwicklung für den Ländlichen Raum

Europäischer
Landwirtschaftsfonds für
die Entwicklung des
ländlichen Raums:
Hier investiert Europa in
die ländlichen Gebiete.

