

September 2021

# KOMPAKT ÖSTERREICH



ANZEIGE

Foto: colourbox.de/Jürgen Brochmann



SEITE 6

Österreichs Kunden bevorzugen es, sich qualitativ hochwertig und vor allem biologisch zu ernähren.

Foto: colourbox.de/Animaflorea Pics-Stock



SEITE 10

Tradition, Vielfalt, Qualität und Kreativität sind die Erfolgsgaranten für Milchprodukte aus Österreich.

**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



**VÖM-Präsident Helmut Petschar:**  
*„Österreich bietet Käsespezialitäten mit unverwechselbarem Geschmack, glaubhafter Nachhaltigkeit und hoher Qualität“.*

# NISCHENPOLITIK

Heumilch, Alpenkäse, dazu die vielen landestypischen Spezialitäten – Österreichs Milchwirtschaft hat sich auch im deutschen Lebensmittelhandel ein exklusives und vor allem nachhaltiges Profil verschafft. Der ehrliche, naturnahe und nachhaltige Qualitätskurs der österreichischen Milchwirtschaft trifft den Geschmack der Konsumenten offensichtlich auch auf unseren Auslandsdestinationen. Denn Österreichs Landwirtschaft steht für Natürlichkeit, Nachhaltigkeit, Tradition und Qualität.

Unsere kulinarischen Spezialitäten sind deshalb auch weit über die Landesgrenzen hinaus bekannt. Bei den Agrarexporten dominieren bekanntlich die Molkereiprodukte. Allen voran der Käse. Er ist traditionell eines unserer bedeutenden Segmente. Wir haben hier vielleicht nicht so sehr die bekannten, multinationalen Marken, dafür aber echte Käsespezialitäten mit unverwechselbarem Geschmack und glaubhafter Nachhaltigkeit und Qualität. Dazu muss man wissen, dass natürlich mit Heumilchkäse oder geschützten Produkten einzigartige Standards geschaffen wurden.

Diese hohen Standards beginnen bereits auf dem Bauernhof mit Gentechnikfreiheit, Auflagen in der Fütterung wie Verzicht auf Soja aus Übersee, Palmölverzicht in der Fütterung, hohen Tierwohlstandards, 19 Prozent Bio-Anteil und vielem mehr. Dazu haben wir mit dem AMA-Gütesiegel ein glaubhaftes Qualitäts- und Herkunftssicherungssystem.

Österreich ist mit circa zwei Prozent der EU-Milchproduktion zwar ein kleines Land. Wir versuchen aber immer die besonderen Qualitäten am Markt bestmöglich zu platzieren. Das ist uns bislang – so glaube ich – sehr gut gelungen.

HELMUT PETSCHAR

Präsident der Vereinigung Österreichischer Milchverarbeiter (VÖM)

# INHALT

**Österreichs Milchwirtschaft in Zahlen ..... 4**

**Bio im Rot-Weiss-Rot-Land..... 6**

**Kleines Land – große Vielfalt ..... 10**

**Meldungen**

- Herkunftsschutz für Steirerkas..... 19
- Starke Partnerschaft der Gmundner Molkerei ..... 19
- Milchglas im Museum ..... 19
- Sammeln und Gewinnen mit Kärntnermilch ..... 20
- NÖM verpackt nachhaltig..... 20
- Top-Produkte der Käserebellen ..... 20

**Herstellerportraits**

- Berglandmilch..... 22
- Concept fresh ..... 23
- Gmundner Milch..... 24
- Privatkäserei Rupp..... 25
- SalzburgMilch ..... 25
- ErlebnisSennerei Zillertal ..... 27
- Käserebellen ..... 28
- Vorarlberg Milch ..... 29
- Gebr. Woerle ..... 30

**Meldungen**

- Gütesiegel für Gebr. Woerle..... 31
- Auszeichnung für die SalzburgMilch..... 31
- Schärdingers gelebte Nachhaltigkeit ..... 31
- Almsommer im Zillertal..... 31

# 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 (-12)

**Grafik-Design:** Jeannette Knab (-18)

**Anzeigen:** Stefan Seul (-17)

**Titelfoto:** SalzburgMilch

**Druck:** Radinprint, Kroatien

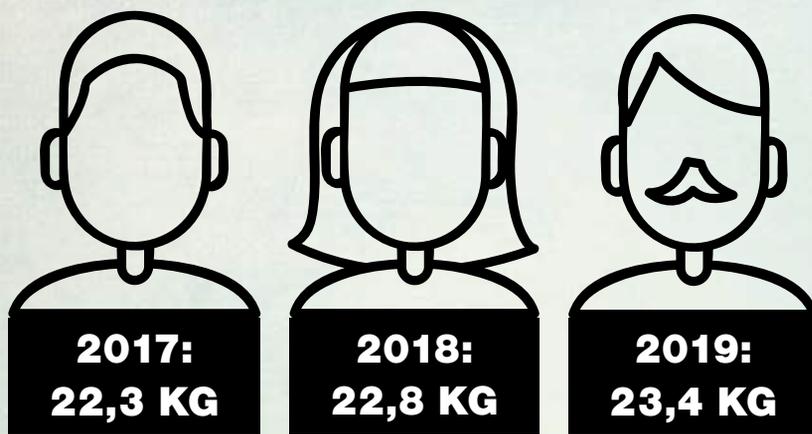
**Einzelpreis:** 6 Euro + MwSt.

# DAS LETZTE WORT HAT DIE NATUR

70 Prozent unserer Landesfläche liegen in den Bergen: eine oft schroffe, wilde Landschaft, die uns Menschen Kraft und Ausdauer abverlangt. Hier im Land der Berge arbeitet eine klein strukturierte Landwirtschaft im Rhythmus der Natur – und niemals gegen sie. Sie prägt unser Tun von Anbeginn an und sie hat das letzte Wort: unsere Natur.

# ÖSTERREICHS MILCHWIRTSCHAFT IN ZAHLEN\*

## PRO-KOPF-VERBRAUCH KÄSE



## ÖSTERREICHS AGRAREXPORTE NACH DEUTSCHLAND\*

Milchprodukte:  
660.811 (+ 3,9 %)

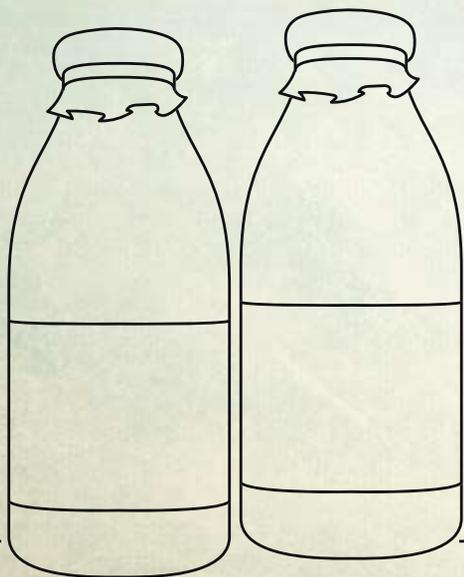
Wurst/Schinken/Speck:  
377.881 (+ 1,8 %)

Obst u. Gemüse:  
268.190 (+ 2,0 %)

Rindfleisch:  
178.999 (+ 8,5 %)

\*Exportwert in 1.000 Euro

## MARKTENTWICKLUNG (MENGE) BEI MILCHPRODUKTEN



ESL-Sahne  
(Schlagobers)  
+ 31,1 %

Crème Fraîche  
+ 30,1 %

Sauerrahm  
+ 18,1 %

ESL-Milch  
+ 17,4 %

H-Milch  
+ 13,8 %

Frischmilch  
- 2,1 %

Joghurt natur  
+ 4,0 %



## BIO- MARKTANTEIL IM LEH

Frisch-/ESL-Milch 26,1 %  
Naturjoghurt 25,1 %  
Hart- und Schnittkäse 10 %  
Weichkäse 16,7 %  
Frischkäse 13,4 %

\*wertmäßige Anteile in Prozent von insgesamt 10 % Bio-Anteil im LEH

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

## ÖSTERREICHS TOP-EXPORTNATIONEN\*

Deutschland: 2,7 Mrd. € (+ 4,4 %)  
 USA: 1,1 Mrd. € (+ 5,1 %)  
 Italien: 502 Mio. € (+ 0,8 %)  
 Schweiz: 313 Mio. € (+ 9,1 %)



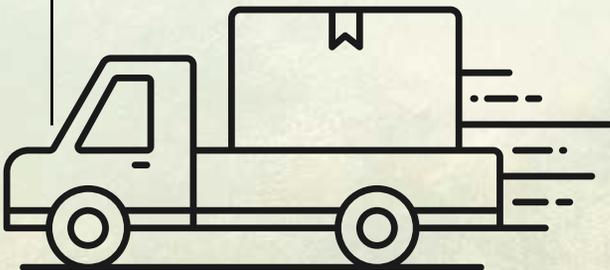
## MARKTENTWICKLUNG KÄSE

Hartkäse 12.574 t (+ 9,2%)  
 Schnittkäse 32.256 t (+ 11,6 %)  
 Weichkäse 7.234 t (+ 2,4 %)  
 Frischkäse 25.067 t (+ 14,9 %)  
 Schmelzkäse 4.186 t (+ 10,9 %)



## AUSSENHANDEL ÖSTERREICH – DEUTSCHLAND\* EXPORTE UND IMPORTE IN 1.000 EURO, 2020

	Export	Import
Milchprodukte:	660.811	467.904
Fleischzubereitungen	377.881	115.229
Obst u. Gemüse	268.190	205.823
Rindfleisch	178.999	85.918

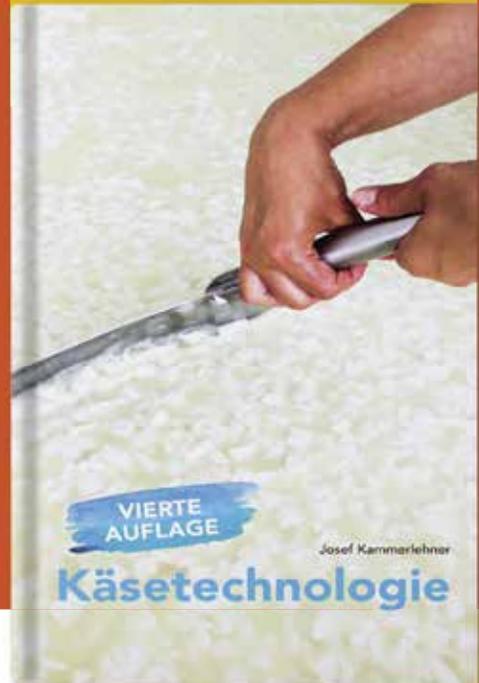


Fotos: colourbox.de

# Pflichtlektüre „Kammerlehner“

„Käsetechnologie“ aus der Feder des branchenbekannten Käseexperten Josef Kammerlehner ist ein wertvolles und empfehlenswertes Nachschlagewerk für alle Fachleute.

Jetzt bestellen unter:  
[fachbuch@blmedien.de](mailto:fachbuch@blmedien.de)  
 oder [moproweb.de/kt2019](http://moproweb.de/kt2019)



Das Buch beinhaltet auf 971 Seiten geballtes Wissen und richtet sich nicht nur an handwerkliche Käsehersteller und Großproduzenten, sondern auch an deren Forschung und Entwicklung sowie Zulieferfirmen. Es ist für Studenten, Lehrende und Wissenschaftler unentbehrlich.

Josef Kammerlehner, Käsetechnologie, Ausgabe 2019, 971 Seiten, ISBN 13-978-3-928709-23-1; 149,90 Euro (inkl. MwSt.) + 5 Euro Versandkostenpauschale.

# BIO IM ROT-WEISS-ROT-LAND



**B**io-Molkereiprodukte werden in Österreich hauptsächlich über den Lebensmitteleinzelhandel vermarktet. Mit Bio-Eigenmarken verbuchen Supermärkte den höchsten Anteil des Absatzes für sich.

Der Pandemie geschuldet, hat Bio in Österreich im vergangenen Jahr nochmals kräftig zugelegt. Die Konsumenten sind im Home-

office und der Arbeitsalltag hat eine andere Struktur bekommen. Das Thema Essen rückt in den Vordergrund, die Mahlzeiten werden mehr gelebt. „Sich biologisch und qualitativ hochwertig zu ernähren ist für viele Verbraucher wichtig geworden“, berichtet Barbara Köcher-Schulz, Bio-Koordinatorin bei der Agrarmarkt Austria (AMA). Sich selbst etwas Gutes tun, da kommt Bio ins Spiel. „Bemerkenswert ist, dass gerade in Krisenzeiten, wo das

Foto: colourbox.de/Jürgen Brochmann



Geld nicht so locker sitzt, viele Verbraucher die Qualität von Lebensmitteln und hier insbesondere biologische Lebensmittel schätzen gelernt haben.“

### Bio-Anteil gestiegen

Erstmals wurden laut dem AMA-Haushaltspanel zehn Prozent Marktanteil im Lebensmitteleinzelhandel (LEH) erreicht. Wertmäßig konnten Milchprodukte wie Frisch- und ESL-Milch mit 26,1 Prozent und Naturjoghurt mit 25,1 Prozent den höchsten Bio-Anteil der Einkäufe im LEH für sich verbuchen. „Auch der Anteil der Bio-Käse steigerte sich von 10,3 Prozent in 2019 auf elf Prozent im vergangenen Jahr“, erklärt Barbara Köcher-Schulz. Sie fügt hinzu, dass besonders Weichkäse in Bio-Qualität gefragt sind: „Auf Weichkäse entfallen 16,7 Prozent, auf Frischkäse 13,4 Prozent und bei Hart- und Schnittkäse sind es ebenfalls zehn Prozent Bio-Anteil.“

### Betriebe stellen auf Bio um

„Anfang der achtziger Jahre machten sich die ersten Bauern auf den Weg, biologisch zu wirtschaften und Produkte zu erzeugen, die umweltfreundlich angebaut wurden. Damals von den konventionell arbeitenden Landwirten kritisch beäugt, setzten sie die biologische Wirtschaftsweise nach und nach durch“, so Barbara Köcher-Schulz. Heute wirtschaften, laut den aktuellen Zahlen des Bundesministeriums für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus (BMLRT), in Österreich 24.457 Höfe nach Bio-Kriterien. Fast jeder vierte Betrieb arbeitet biologisch. Das sind knapp 23 Prozent aller landwirtschaftlichen Betriebe. Seit 2015 sind 3.700 neue Bio-Betriebe hinzugekommen. Der EU-Beitritt 1995 hat den Trend zur biologischen Wirtschaftsweise verstärkt. Seitdem entscheiden sich immer mehr Betriebe auf Bio umzustellen. Dementsprechend sind natürlich auch die Bio-Agrarflächen kontinuierlich um mehr als einem Drittel auf insgesamt 677.216 Hektar (2020) gestiegen. Das entspricht einem Anteil von 26,4 Prozent an Bio-Agrarflächen in Österreich. „Im Alpenland“, so die AMA-Bio-Koordinatorin, „ist die Landwirtschaft zudem klein strukturiert. Mehr als 90 Prozent aller landwirtschaftlichen Betriebe sind familiär geführt. Zumeist leben und arbeiten mehrere Generationen auf einem Hof.“



### Die Bio-Siegel in Österreich

Verbraucher erkennen die Bio-Lebensmittel an dem geschützten Begriff „Bio“ und an dem entsprechenden Bio-Siegel. Neben dem EU-Bio-Logo (grünes Siegel mit weißen Sternen) mit dem Bio-Lebensmittel in der Europäischen Union (EU) ausgezeichnet werden müssen, hat beispielsweise die AMA-Marketing mit dem „AMA-Biosiegel“ das einzige behördliche Gütesiegel für Bio-Lebensmittel in Österreich entwickelt. Es geht über die Anforderungen des EU-Bio-Logos hinaus und garantiert für Bio-Produkte eine hohe Lebensmittelqualität, zusätzliche Umweltstandards und eine gesicherte Nachvollziehbarkeit der Herkunft. Mit der Herkunftsangabe Austria wird garantiert, dass die landwirtschaftlichen Rohstoffe aus Österreich stammen und die Verarbeitungsschritte dort erfolgt sind. Der Einsatz von

Zusatzstoffen ist deutlich reduziert. Auf Palmöl und Palmkernöl wird verzichtet. Bei der Verarbeitung von natürlichen Produkten dürfen nur natürliche Aromen eingesetzt werden. Alle Zutaten in Erzeugnissen sind zu 100 Prozent biologisch. Darüber hinaus gibt es in Österreich den privaten Verband „Bio Austria“ und das staatliche „Demeter“-Siegel.



**Bio-Mopros bei Hofer wurden zuerst unter den Eigenmarke „Natur aktiv“ initiiert. Drei Jahre später kam die Nachhaltigkeits-Eigenmarke „Zurück zum Ursprung“ dazu.**

Betriebe, die von konventioneller Landwirtschaft auf Bio-Landbau umstellen, dürfen erst 24 Monate nach der Umstellung biologische Erzeugnisse verkaufen. Sie werden mindestens einmal im Jahr von unabhängigen, akkreditierten Kontrollstellen überprüft. Es wird die komplette Produktionskette der Bio-Bauern, Molkeereien, Verpacker bis zum Handel kontrolliert. Auch die Bereiche Tierhaltung und Futtermittel werden der Kontrolle unterzogen. Alle daran Teilnehmenden sind zur Dokumentation verpflichtet. Diese Aufzeichnungen werden überprüft.

### Am liebsten biologisch

Wie wichtig die biologische Ernährung für die Verbraucher in Österreich geworden ist, zeigt auch eine Ende des vergangenen Jahres durchgeführte Motivanalyse der AMA. Sie bestätigt, dass 43 Prozent der Verbraucher am liebsten biologische Produkte konsumieren. 2017 waren es noch 39 Prozent und auch nach der Pandemie möchten drei von vier Personen unverändert zu Bio greifen, 14 Prozent sogar noch mehr. Der Erfolg für biologische Produkte kommt jedoch nicht von ungefähr. Damit einhergehend sind auch Themen wie Klimaschutz, Nachhaltigkeit und das Tierwohl sowie Recycling von Verpackungsmaterialien verstärkt ins Bewusstsein der Verbraucher gerückt. Sie wurden bereits vor Jahren von der österreichischen Milchwirtschaft aufgegriffen und sind in deren Kommunikation verankert.

### Bio in die Breite

Der LEH ist im Alpenland der wichtigste Vertriebskanal für Bio-Produkte. „Mittlerweile hat jede Handelskette ihre eigene Bio-Marke“, berichtet Barbara Köcher-Schulz. 78 Prozent der Einkäufe von Bio-Lebensmitteln werden im Einzelhandel getätigt und nur 15 Prozent über den Direktvertrieb sowie über den Fachhandel. Der LEH hat sich seit den 1990er Jahren für die Entwicklung von Bio-Produkten und deren Vermarktung eingesetzt und dies durch die Einführung seiner Bio-Eigenmarken stark gefördert.

Die Spar AG ist 1995 mit der eigenen Linie „Spar Natur\*pur“ in ihren Märkten gestartet. Anfangs waren es 40 Produkte heute



**Spar hat früh erkannt, dass Bio bei den Konsumenten ein Thema ist. Die eigene Bio-Linie „Spar Natur\*pur“ umfasst mittlerweile über 1.000 Produkte. Auf Mopros entfallen 15 bis 20 Prozent.**

sind es über 1.000. Etwa 15 bis 20 Prozent der Bio-Eigenmarke entfallen aktuell auf Bio-Molkereiprodukte. „Spar hat früh erkannt, dass Bio bei den Konsumenten ein Thema werden wird. Umweltschutz und gesunde Ernährung interessierten die Verbraucher“, heißt es aus der Unternehmenskommunikation. „Heute sind beide Themen große gesellschaftliche Trends, auf die wir für unsere Kunden eine Antwort haben.“ Die Zuwachsraten der Bio-Linie bewegen sich seit Jahren im zweistelligen Bereich. Im vergangenen Jahr verzeichnete das Unternehmen sogar 28 Prozent Umsatzzuwachs.

Zur gleichen Zeit starteten auch Billa und Merkur, der jetzt Billa Plus heißt, mit Bio-Produkten. Unter der Bio-Eigenmarke „Ja! Natürlich“ wollte man Bio für alle erschwinglich machen. In diesem Jahr wurde eine weitere Bio-Marke „Billa Bio“ eingeführt. Sie ergänzt die erstere Marke mit günstigen Bio-Produkten, welche den EU-Bio-Standard zu Grunde legen.

Discounter Hofer verzeichnet mit einem breit gefächerten Bio-Angebot, nach eigenen Angaben, den höchsten Bio-Anteil am gesamten Lebensmittelhandel. Um seinen Kunden das beste Preis-Leistungs-Verhältnis zu bieten, macht Hofer mit qualitativ hochwertigen Produkten Bio für jeden zugänglich. Dazu wurde 2003 die Eigenmarke „Natur aktiv“ initiiert. Die Artikel stammen aus dem In- und Ausland und werden nach österreichischen Maßstäben beurteilt. Sie erfüllen neben den Richtlinien der EU-Bio-Verordnung zusätzlich die Vorgaben des Arge-Bio-Standards. Im Jahre 2006 kam eine weitere Bio- und Nachhaltigkeits-Eigenmarke „Zurück zum Ursprung“ dazu. Die rund 450 Artikel haben einen regionalen Bezug, da sie von Ursprungs-Bäuerinnen und -Bauern (österreichweit: 4.000) hergestellt werden. Im Sinne einer ganzheitlichen Nachhaltigkeit setzt „Zurück zum Ursprung“ auf langjährige Partnerschaften mit den Betrieben, von denen beide Seite profitieren. In der Produktpalette sind Milchprodukte von Anfang an dabei. Die Molkereiprodukte stammen zu 100 Prozent aus österreichischer Bio-Milch. Die Transportwege sollten möglichst kurz



**Unter der Marke „Bio vom Berg“ vermarktet die Genossenschaft Bioalpin unter anderem viele verschiedene Käsesorten kleinstrukturierter Bio-Bauern aus Tirol.**

sein. Etwa ein Drittel der gekühlten Mopros bei Hofer weisen Bio-Qualität auf.

MPPreis, ein weiteres LEH-Unternehmen im Alpenland mit Sitz in Völz, ist hauptsächlich in den Bundesländern Tirol, Salzburg, Kärnten, Vorarlberg und Oberösterreich mit Filialen präsent. Das Unternehmen wirbt mit der Eigenmarke „Jeden Tag Bio-Linie“ für Bio-Artikel,

die ganzjährig im Einstiegssegment für umweltbewusste Qualität sorgen. Neben der eigenen Bio-Linie und einigen Alnatura-Artikeln ist MPPreis exklusiver Vertriebspartner der Marke „Bio vom Berg“ der bäuerlichen Genossenschaft Bioalpin.

### Marke der Biolandwirtschaft

Die Genossenschaft Bioalpin zeigt, dass auch kleine Betriebe die Möglichkeit haben, ihre Bio-Mopros im LEH zu vertreiben. Sie wurde 2002 gegründet und vermarktet unter ihrer Marke Produkte kleinstrukturierter Tiroler Bio-Bauern. „Anfangs sind wir mit acht verschiedenen Lebensmitteln gestartet, von denen allein sechs Bio-Mopros waren. Jetzt sind es 200 verschiedene Artikel, die ihren Ursprung in Tirol haben“, berichtet Christoph Furtschegger, Produktmanagement Bioalpin. Nach wie vor liegt die Marke in den Händen der Bio-Bergbauern. Als Genossenschaft organisiert, verwaltet Bioalpin die Abwicklung mit ihren Handelspartnern, koordiniert Erzeuger und ist auch bei der Entwicklung von neuen Produkten beteiligt. Das Sortiment umfasst verschiedene Käsesorten sowie Milch, Joghurt, Butter, Fleisch- und Wurstwaren, Obst, Gemüse, Eier und Getreideprodukte, Getränke und Kräuter. Eine Bioalpin-Käsefibel informiert über 14 Bio-Heumilchkäse aus Tirol. „Die Vermarktung der Bio vom Berg-Artikel erfolgt hauptsächlich in Westösterreich, Südtirol und Deutschland“, so Christoph Furtschegger. us

ANZEIGE

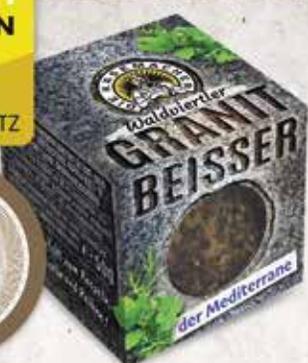
# Waldviertler

# GRANIT-BEISSER









**der Mediterrane**



**der Pfeffrige**



**der Orientalische**

**× Hartkäseknolle zum Reiben, Raspeln und Hobeln**

**× Dank seiner speziellen Reifung ungekühlt haltbar**

**mindestens 3 Monate gereift**

DIE KÄSEMACHER GmbH, Europastraße 5, 3902 Vitis, ÖSTERREICH,  
T +43 2841 / 80 045 - 0, F +43 2841 / 80 045 - 51, M office@kaesemacher.at,  
www.kaesemacher.at

Handgemacht  
in Österreich 

# KLEINES LAND, GROSSE VIELFALT





Mit Qualität, Tradition, Kreativität und Produktvielfalt haben sich Österreichs Milchverarbeiter einen guten Namen weit über die Grenzen der Alpenrepublik gemacht.

Milchprodukte und Käse aus Österreich sind in Deutschland eine wahre Erfolgsstory. Seit dem EU-Beitritt Österreichs im Jahre 1995 steigen die Exporte nach Deutschland von Jahr zu Jahr. Lange vorher war der Markt ein anderer. Der Milchmarkt Österreichs wurde in den 1970er Jahren durch Marktordnungen geregelt. Milchpreis, Produktkalkulationen und -entwicklungen sowie Investitionen wurden durch Gremien beschlossen. Ein zentrales Regime des Milchwirtschaftsfonds legte mit den Molkereien fest, wer was wo herstellen durfte. Für Einfuhren anderer Länder mussten hohe Zölle gezahlt werden. Entsprechend wenig Käseanbieter aus dem benachbarten Ausland lieferten ihre Produkte nach Österreich.

Mit dem Beitritt in die Europäische Union änderte sich schlagartig alles. Produkte aus Deutschland und aus ganz Europa drängten auf den österreichischen Markt, da die Zölle entfielen. Österreich sah sich einem großen Konkurrenzkampf ausgesetzt und es war klar, dass nur eine eigene Vielfalt in der weißen und gelben Linie das einzige Erfolgsrezept sein kann.

Dabei punkten die Produkte aus der Alpenrepublik mit Tradition und Herkunft, aber auch mit Innovation und Qualität. Letztere wird mit dem AMA-Gütesiegel dokumentiert und schafft für den Verbraucher Klarheit und Transparenz. Milchprodukte und Käse, die mit dem AMA-Gütesiegel ausgezeichnet sind, werden auf dem Weg von der Milchgewinnung über die Produktion und der Weiterverarbeitung bis in den Supermarkt von Kontrollen begleitet.

Auch in Sachen Innovation schaffen es Österreichs Milchverarbeiter stets am Puls der Zeit zu sein und bedienen Verbraucherwünsche. Österreich zählte zu den ersten Nationen, die eine landesweite Gentechnikfreiheit für Milchprodukte umgesetzt hat. Ebenso war und ist unser Nachbarland ein Vorreiter in Sachen Bio-Produkte. Trends wie proteinreichere Milchprodukte gehören ebenso zum Portfolio der Molkereien, wie die gängigen Klassiker, die in jedem privaten Kühlschrank zu finden sind.

Und „ganz nebenbei“ tragen die Landwirte zum Erhalt der Almwiesen und den Kulturlandschaften bei. Durch die traditionelle Almwirtschaft werden Bergwiesen erhalten und vor dem Zuwachsen von Büschen bewahrt. Unterstützt von der Arge Heumilch ist dadurch nicht nur ein eigenständiges Milchsegment entstanden, beziehungsweise wiederbelebt worden, sondern haben traditionell auf der Alm hergestellte Käse wie Emmentaler, Berg- oder Alpkäse wieder eine neue Wertigkeit bei den Verbrauchern erfahren.

Die Redaktion sprach mit vier österreichischen Molkereien, die die Vielfalt der österreichischen Milchwirtschaft zeigen. Jedoch bilden diese nur einen Teil der Branche ab, denn auch alle anderen österreichischen Hersteller tragen ihren Teil zur Vielfalt und Tradition bei und bedienen Themen wie Nachhaltigkeit, Bio und vieles mehr. >>

# NACHHALTIGKEITS-PIONIER

**B**erglandmilch ist Österreich größtes Milchverarbeitendes Unternehmen. Etwa 40 Prozent der österreichischen gentechnikfrei erzeugten Rohmilch werden in den einer der zwölf Molkereien oder Käseereien dieser Genossenschaft unter den Marken „Schärdinger“, „Lattella“, „Desserta“, „Stainzer“ oder „Tirol Milch“ verarbeitet. In Deutschland haben sich vor allem die Käse aus der Käserei in Wörgl einen Namen machen können. Das sind unter anderem die gereiften Schnittkäse „Tiroler Adler“, „Felsenkeller“ oder der „Urtyroler“. Das Werk Wörgl zählt zu den nachhaltigsten Molkereien in Europa und ist seit einem Jahr klimapositiv. Auch ein Grund, warum die Milchprodukte der Tirol Milch nicht nur im Bundesland Tirol einen besonderen hohen Stellenwert bei Handel und Verbrauchern genießen.

**Milch-Marketing: Herr Kotzauer, die Tirol Milch-Molkerei in Wörgl bezeichnet sich als einer der modernsten und nachhaltigsten Milchverarbeitungsbetriebe Mitteleuropas. Was heißt das konkret?**

**Gerald Kotzauer:** Wir betrachten Nachhaltigkeit als ganzheitlichen Ansatz für unser Unternehmen. Bei unserer Molkerei in Wörgl spiegelt sich dieses Engagement in zahlreichen Maßnahmen wider: Auf den Werksdächern sind beispielsweise Photovoltaikzellen verbaut. In der Energiegewinnung setzen wir auf unser Biomasseheizwerk direkt am Standort. Die Hackschnitzel dafür stammen von unseren Bäuerinnen und Bauern aus Tiroler Wäldern. Die gesamte im Werk Wörgl anfallende Abwärme wird zudem in einem Wärmerückgewinnungsprojekt mit den Stadtwerken Wörgl für über 2.000 Wörgler Haushalte wieder nutzbar gemacht. Hier gäbe es noch zahlreiche weitere Beispiele.

**Das Thema Nachhaltigkeit findet im Soge der aktuellen Klimadiskussion besonders hohe Beachtung. Wie ist Nachhaltigkeit im Marketing der Berglandmilch Genossenschaft generell eingebunden?**

Nachhaltigkeit bei Berglandmilch spiegelt sich in zahlreichen Maßnahmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette wider. Wir versuchen diese Gesamtheit der Maßnahmen breit zu kommunizieren. Das reicht von der PR-Arbeit über Social Media und Out-of-Home Werbung bis hin zur Produktverpackung. Am Produkt wird Nachhaltigkeit für KonsumentInnen letztlich am ehesten erlebbar.



**„Klimaneutral können einige, Tirol Milch ist klimapositiv“, sagt Gerald Kotzauer, Geschäftsführer Verkauf und Marketing der D-A-CH-Nationen.**

Das wurde am Feedback zur Milch in der Mehrwegglasflasche sehr deutlich.

**Nachhaltige unternehmerische Aktivitäten sind manchmal nur schwer konkret messbar. Wie sagen Sie es Ihren Kunden?**

Die gesamte Wertschöpfungskette und alle gesetzten Maßnahmen auf einmal abzubilden, wäre wohl etwas viel auf einmal. Wir versuchen daher stets Akzente zu setzen bzw. Übersichten zu schaffen und unsere Kunden vor allem über die jüngsten Erfolge auf dem Laufenden zu halten. Mit der Beschreibung konkreter Maßnahmen wird der abstrakte Begriff der Nachhaltigkeit erlebbar.

**Die Berglandmilch Genossenschaftsmolkereien produzieren neben Trinkmilch auch noch Butter, Joghurt, milchhaltige Desserts sowie Käse in allen Käsegruppen. Wie nachhaltig sind hierfür die Verpackungen ausgerichtet?**

Im Vordergrund jeder Verpackungsanpassung stehen Produktqualität und Lebensmittelsicherheit. In der Produktverpackung bei Lebensmitteln haben sich Kunststoffe bewährt. Im engen Austausch mit Verpackungsmittelherstellern schafft man aber sukzessive Alternativen und arbeitet insbesondere auch an Materialstärkereduktionen. Erfolge sind beispielsweise unser wachsendes Glasortiment und allen voran die Milch in der Mehrwegglasflasche, die Käsescheiben in der Papieruntertasse, der Einsatz von Kartonmantelbechern sowie die verstärkte Verwendung von Re-PET.

**Der Lebensmittelhandel schaut bekanntlich immer sehr genau auf die Einkaufspreise. Wie sehr werden nachhaltige Leistungen vom Einkauf anerkannt und honoriert? Ist es inzwischen mehr als nur eine Pflicht?**

Es ist natürlich immer herausfordernd diese Maßnahmen in entsprechenden Produktpreisen auch abbilden zu können. Tatsächlich ist das für unsere VerkäuferInnen aber Tagesgeschäft. Wir nehmen jedoch schon ein steigendes Bewusstsein für diesen Themenbereich bei unseren Kunden wahr.

S P E Z I A L

**NEU &  
AKTUELL**

# molkerei industrie

Branchenübersicht  
Milch 2021

 **ife** INSTITUT FÜR  
ERNÄHRUNGSWIRTSCHAFT

## Branchenübersicht Milch 2021

- ▶ Rankings (Umsatz und Milchverarbeitung) deutscher Hersteller
- ▶ Kurzportraits der wichtigen Unternehmen in Deutschland
- ▶ Ranking der TOP 30 der milchverarbeitenden Unternehmen weltweit
- ▶ Betriebsstätten und Ansprechpartner inkl. Adressen
- ▶ Marken und Sortimente
- ▶ Aktuelle Portraits der Molkereien in Österreich, der Schweiz, Frankreich, Belgien, den Niederlanden, Dänemark, Tschechien, UK und Irland
- ▶ Preis inkl. MwSt. und Versand: 295 Euro

Bestellen Sie molkerei-industrie Spezial bequem im Internet unter [www.moproweb.de/mis2021](http://www.moproweb.de/mis2021) oder bei **B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG**, Leser-Service Zehnerstraße 22b, 53498 Bad Breisig  
Telefon: 0 26 33/45 40-0, Fax: 0 26 33/45 40-99

Bestellen Sie zusätzlich zwei Poster im Format DIN A1 mit allen Molkerei- und Milchverarbeitungsstandorten in Deutschland für nur **42 Euro\*** unter [www.moproweb.de/poster2021](http://www.moproweb.de/poster2021)

\* inkl. MwSt. und Versand



# FEINER GESCHMACK AUS DEM WALDVIERTEL



Die Käsemacher haben sich mit Schafs- und Ziegenkäse sowie mediterranen Antipasti-Spezialitäten einen Namen im deutschen und österreichischen Lebensmitteleinzelhandel sowie in über 30 Ländern der Welt gemacht. **Milch-Marketing** sprach mit Doris Ploner, Geschäftsführerin von Die Käsemacher, über die Leidenschaft für den feinen Geschmack aus dem Waldviertel.

**Milch-Marketing: Das Motto von Die Käsemacher lautet „Alle Leidenschaft dem feinen Geschmack“. Was bedeutet das genau?**

**Doris Ploner:** Wir, die Käsemacher, stellen in unserer Manufaktur im naturbelassenen Hochplateau des Waldviertels, unsere Heimatregion im Norden Österreichs, mit viel Liebe und nach bewährter Tradition vielfältige Käse- und Antipasti-Spezialitäten her – Voraussetzung dafür ist eine sorgfältige Milchproduktion im Einklang mit der Natur. Wir und unsere Produkte stehen für handwerkliche, regionale Tradition, Liebe zu Natur und Tier sowie wahre Leidenschaft fürs Käsemachen. Rund 170 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen widmen sich dem „Geschmackserlebnis Käse“ und garantieren beste Qualität. Ganz nach unserem Motto: Alle Leidenschaft dem feinen Geschmack!

**Mit Schafs- und Ziegenkäse besetzen Sie zwei Nischensegmente in der Käsetheke. Wie kam es zu dieser Ausrichtung und wie entwickelt sich die Nachfrage nach diesen Sorten?**

Hermann Ploner, mein Vater und Firmengründer, hat schon früh am elterlichen Hof mit der Milch der eigenen Tiere experimentiert. Damals hatte er auf seiner Landwirtschaft Milchkühe. Weil die Vermarktung selbst erzeugter Milchprodukte aus Kuhmilch streng reglementiert und meldepflichtig war, die Regelung aber Schafsmilch ausschloss, kam er auf die Idee, Mischkäse aus Schafs- und Kuhmilch zu produzieren. Das Geschäft florierte schnell und als die Milch der eigenen Tiere nicht mehr ausreichte, um die Nachfrage zu decken, beauftragte er die ersten Schafs- und Ziegenbauern, die ihn mit Milch belieferten – heute sind wir Spezialisten in diesem Bereich! Schafs- und Ziegenkäseprodukte fallen in die Rubrik „Spezialitäten“, die zunehmend an Bedeutung gewinnt. Heute schätzt man nicht nur die Kleinstruktur der Schafs- und Ziegenmilchproduktion, sondern auch die besonderen ernährungsphysiologischen Aspekte dieser Produkte. Im Vergleich zu Kuhmilch sind diese wesentlich leichter verdaulich. Für Kuhmilch-Allergiker also eine willkommene Abwechslung und eine gute Alternative.

**Wie wichtig ist eine gute Käsebedienungsabteilung für den Verkauf von Schafs- und Ziegenkäse?**

Sehr wichtig! Oft müssen Kunden vom besonderen Geschmack erst noch überzeugt werden. Hier ist es wichtig, dass Verkaufsfachkräfte und Käseexperten und -expertinnen die Kunden an die Produkte heranzuführen und näher darauf eingehen, über Herkunft, Herstellung und Details zum Produzenten Bescheid wissen und so

dem Kunden die Produkte schmackhaft machen. Vom Geschmack der feinen „Spezialitäten“ kann sich dann jeder selber überzeugen.

**Mit mediterranen Antipasti-Spezialitäten haben Die Käsemacher ein weiteres Standbein. Was zeichnet diese Range aus?**

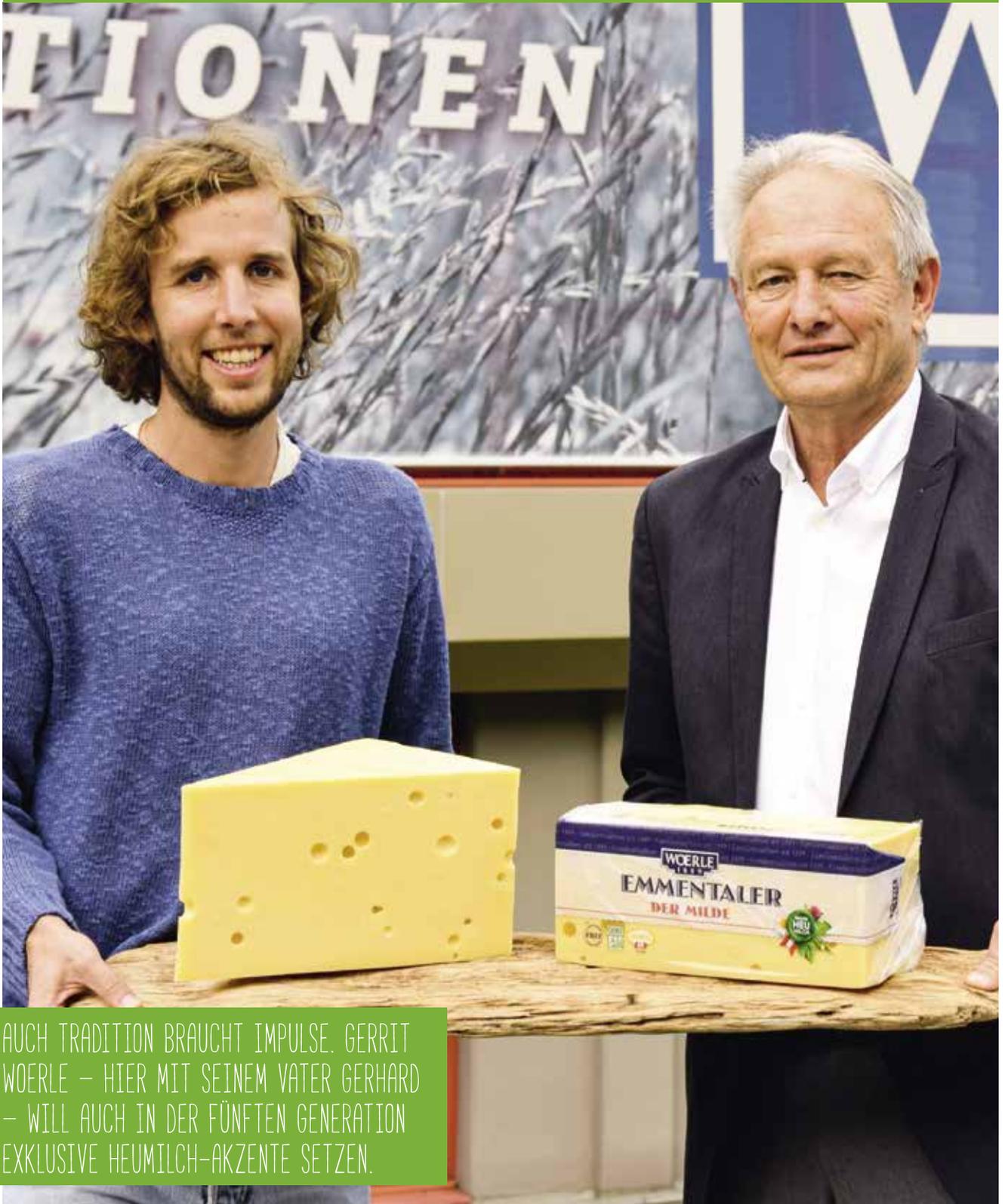
Unsere Antipasti sind das Original: wir sind die Pioniere von mit Frischkäse gefülltem Gemüse und Früchten und darauf sind wir stolz. Geschmack liegt bekanntlich im Auge des Betrachters. Wir finden, der besonders feine Geschmack liegt nur im Original – wie unserem beliebten „Peppersweet“. Auch süße Früchte mit Frischkäse und Gemüse mit Füllungen wie Thunfisch und veganem Hummus oder gegrilltes Gemüse, besonders für Vegetarier und Veganer geeignet, gehören zu unserem reichhaltigen Antipasti-Sortiment. Das Gemüse für unsere bekannten Antipasti-Spezialitäten wird von langjährigen Partnern auf Feldern im Süden Europas großgezogen und bewirtschaftet. Nach Anbau und Aufzucht der Pflanzen aus unserem eigenen Saatgut wird jede Frucht einzeln per Hand gepflückt, um einen schonenden Ernteverlauf garantieren zu können. Danach tritt das erntefrische Gemüse seine Reise nach Österreich an, wo viele fleißige Hände das knackige Gemüse entkernen, damit es anschließend per Hand mit feinstem Frischkäse gefüllt werden kann. Die Wertschöpfung der Produkte liegt in Österreich!

**Welche Trends sehen Sie in der Verwendung von Spezialitäten?**

Gemeinsames Essen und gemeinsamer Genuss mit Menschen, die man gerne um sich hat, sind vor allem nach Zeiten des Lockdowns und Corona noch viel wichtiger geworden, genauso hochwertige Produkte und ausgezeichnete Qualität. Unsere Produkte eignen sich für diese Bedürfnisse besonders gut, da es doch schließlich nichts Schöneres zum Teilen gibt als köstliche Antipasti- und Käsespezialitäten. Mit einem Gläschen Wein und einem guten Baguette erinnern uns diese speziellen Genussmomente rasch an den letzten Urlaub am Mittelmeer, was könnte es Schöneres geben? Und hobelt man sich dann zum Hauptgang noch unseren vielfach ausgezeichneten „Granitbeisser“, die Hartkäseknolle zum Würzen, über seine Pasta, dann kann dem perfekten Moment nichts mehr hinzugefügt werden. Rezeptideen mit unseren vielfältig einsetzbaren Produkten finden sich übrigens auf unserer Webseite [kaesemacher.at](http://kaesemacher.at).



# DER HEUMILCH-PIONIER



AUCH TRADITION BRAUCHT IMPULSE. GERRIT WOERLE – HIER MIT SEINEM VATER GERHARD – WILL AUCH IN DER FÜNFTEN GENERATION EXKLUSIVE HEUMILCH-AKZENTE SETZEN.

Die Geschichte der Privatkäserei Gebrüder Woerle reicht bis 1889 zurück. Gerrit Woerle ist jetzt in der fünften Generation für die Leitung des Unternehmens verantwortlich – beratend begleitet von seinem Vater Gerhard. Über die Generationen hinweg wird das Unternehmen vom Reinheitsgebot des Firmengründers Baptist Woerle geprägt. Es besagt, nur regionale Heumilch zur Herstellung exquisiter Käsespezialitäten zu verwenden. Warum man über Jahrzehnte an dieser Woerle-DNA festgehalten hat und warum sie auch im Hinblick auf den behutsamen Umgang mit den Ressourcen der Natur und Umwelt so aktuell und wichtig geworden ist, erklärt Gerrit Woerle im Interview.

**Milch-Marketing: Herr Woerle, die Heumilchwelle hat zweifellos die deutschen Konsumenten erreicht. Das Angebot ist da. Sind Sie mit der Exportnachfrage zufrieden?**

**Gerrit Woerle:** Deutschland ist unser wichtigster Exportpartner im Bereich Naturkäse. Käse aus Heumilch und Bio-Heumilch erfreuen sich zunehmender Beliebtheit. So konnten wir in den letzten Jahren stark steigende Ab- und Umsatzwerte verzeichnen. Nebst höchstem Qualitätsstandard und hervorragendem Geschmack unserer Käsespezialitäten unterstützt uns hier auch der aufkeimende Nachhaltigkeitsgedanke, dem wir mit unserer extensiven und ursprünglichen Heumilchwirtschaft gerecht werden.

**Was könnte getan werden, um mehr Konsumenten zu erreichen?**

Ein wichtiger Faktor ist sicherlich die Kommunikation. Woerle steht für einen verantwortungsvollen Umgang mit der Natur und den Nutztieren – und das kommunizieren wir auch. Somit weiß der Konsument, dass er einen Beitrag zum Tierwohl leistet, wenn er sich zum Kauf eines unserer nachhaltigen Produkte entscheidet.

**Die Privatkäserei Gebr. Woerle zählt zu den Pionieren der Heumilchverarbeitung. Vor allem Käse aus Heumilch ist ein echter Verkaufsschlager geworden. Aber die Heumilch-Produktion ist nach wie vor begrenzt. Das spricht für einen behutsamen Umgang mit der Natur. Wird Heumilch ein knappes Gut bleiben?**

Die Heumilchwirtschaft ist ein kostbares Gut. Die Kühe unserer Milchbauern erhalten nur aroma- und artenreiches Futter: Im Sommer fressen sie vielfältige Futterpflanzen auf Wiesen und Weiden, im Winter hochwertiges Heu. Wir setzen uns bewusst für wesensgerechte Tierhaltung, schonende Beweidung des Grünlandes und die Fortführung der traditionell klein strukturierten Landwirtschaft ein. Wir sprechen zwar nicht direkt von Ressourcenknappheit, aber natürliche Ressourcen stehen uns nicht unbegrenzt zur Verfügung. Ein verantwortungsvoller Umgang mit der Natur und nachhaltiges Wirtschaften sind daher sehr wichtig.

**Heumilchprodukte sind mit dem EU-Gütesiegel „g.t.S.“ (garantiert traditionelle Spezialität) aufgewertet. Hilft das Siegel beim Verkauf?**

Gütesiegel sind eine sinnvolle Orientierungshilfe für Konsumenten. Sie geben Auskunft über die Qualität des Produktes und weisen die Vertrauenswürdigkeit von Anbietern aus. Das Heumilch-Siegel g.t.S. ist eine besondere Auszeichnung der Heumilchwirtschaft und steht für ausgezeichnete Qualität, hohe Standards und für die gute Arbeit unserer Heumilchbauern. Unser Woerle Heumilch-Käse trägt das Gütesiegel. Das bedeutet, er ist aus bester, tagesfrischer Heumilch und somit eine garantiert traditionelle Spezialität.

**Das Käseangebot aus Österreich erzielt im Export nach Deutschland von Jahr zu Jahr neue Absatzrekorde. Aus der einstigen Nische sind feste Basics geworden. Wie bewerten Sie die Nachfrage? Welche Kategorien sind mittelfristig noch ausbaufähig?**

Käse aus Heumilch ist in Deutschland zu einem festen Bestandteil in den Regalen geworden. Vor allem Spezialitäten der höchsten Güteklasse, gekäst aus Bio-Heumilch, nehmen zunehmend Fahrt auf. Noch strengere Auflagen hinsichtlich Haltungsform auf den bäuerlichen Höfen erfordern allerdings eine gerechte Abgeltung des Rohstoffes an unsere zuliefernden Partner. Passiert das nicht in angemessener Höhe, wird dies in Zentraleuropa zur Verknappung führen.

Wir sind und bleiben der Heumilchpionier, stehen vor der Inbetriebnahme unserer neuen Naturkäserei und planen, im Herbst zahlreiche Produktinnovationen aus Heumilch und Bio-Heumilch auf den Markt zu bringen.



**Unter dem Titel „Woerle wirkt weiter“ wurde in der Henndorfer Privatkäserei ein umfassendes Nachhaltigkeitsprogramm umgesetzt. Beim Projekt „Rettungsinselfür die Artenvielfalt“ werden sowohl die Landwirte als auch die Bevölkerung in der Heumilchregion aktiv mit eingebunden. Mit einer neuen interaktiven Landkarte soll dies nun auch dokumentiert und sichtbar gemacht werden.**

# DER TRADITION VERBUNDEN



Die Marke Alma der Privatkäserei Rupp steht für echte, traditionelle Käse aus Vorarlberg. Alma ist Teil und Förderer der Alp- und Käsekultur der Region. Damit trägt das Unternehmen nicht nur zum Erhalt der Alpwirtschaft bei, sondern auch zur Pflege der Kulturlandschaft Vorarlbergs. Milch-Marketing sprach mit Christof Abbrederis, Alma Bereichsleiter, über Tradition und Moderne in der Herstellung und Vermarktung von Käsespezialitäten.

**Milch-Marketing: Welche Herausforderungen gilt es zu bewältigen, um handwerklich arbeitende Käsereien mit modernen Strukturen zu verknüpfen?**

**Christof Abbrederis:** Uns ist es wichtig, die kleinstrukturierte Landwirtschaft und Käsereiwirtschaft nicht nur aus althergebrachter Tradition zu erhalten. Der Unterschied liebevoll in Handarbeit hergestellter Produkte muss für die Konsumenten spür- und erlebbar sein. Tradition ist dort sinnvoll, wo sie einen Mehrwert bringt. Innovation dort, wo sie Sinn macht, wie in einem der modernsten Käsereifekeller Europas. Es ist sinnvoll, 30 Kilogramm schwere Bergkäse mit modernsten Robotern zu pflegen. Da kommt Handarbeit an ihre Grenzen. Auch ist es für uns wichtig, modernste Hygiene- und Qualitätsstandards zu erfüllen, auch in den kleinen handwerklichen Strukturen.

**Wie kommunizieren Sie die Tradition der Alma Käse?**

In diesem Jahr wird die Marke Alma 100 Jahre alt. Dieser Geschichte sind wir verpflichtet – sie ist Auftrag und Verantwortung. Das älteste Markensymbol der österreichischen Milchwirtschaft, die Alma Sennerin, steht für die selbstbewusste Marke. Wir versuchen aber auch neue Wege in der Kommunikation und Vermarktung zu gehen. Das umfasst natürlich die Kommunikationskanäle und da vor allem die sozialen Medien, aber auch andere neue Projekte, die so noch nicht dagewesen sind. Neue Ideen, wie der erste Alpkäse Pop-Up-Store im letzten Winter in Wien, sowie die Ausschreibung für ein Alma Alpschreiber-Stipendium im Jubiläumsjahr ergänzen die traditionellen Wege wie Schulungen und Besuche von interessiertem Publikum in den Sennereien und Alpen vor Ort.

**Stellen Sie fest, dass beim Konsumenten Themen wie Heumilch, Tradition und Handwerk zu wichtigen Kaufentscheidungskriterien geworden sind?**

Das ist schwer quantifizierbar. Aber Konsumenten sind mehr und mehr an der Geschichte hinter den Produkten interessiert. Sie wollen informiert werden und das Thema Herkunft wird immer wichtiger. Auch die Verarbeitung von tagesfrischer Heumilch ist für uns essentiell. Das macht einen echten Unterschied im Geschmack aus und somit für den Konsumenten.

**Welche Bedeutung hat die Bedienungstheke für traditionelle Käsespezialitäten?**

Besondere Produkte benötigen eine besondere Beratung. Kompetente Thekenfachkräfte sind entscheidend, um die Vorzüge unserer Produkte zu erklären und zu erzählen. Der direkte Kontakt mit den Endkonsumenten ist von großer Bedeutung, denn er kann nur über die persönliche Ansprache an der Theke erfolgen.





### **ENNSTAL MILCH**

## **Herkunftsschutz für Steirerkas**

Der Ennstaler Steirerkas aus Österreich ist aufgrund seiner Besonderheiten ein Stück Kultur des steirischen Ennstals geworden. Er darf sich seit Mai dieses Jahres in die Liste der EU-geschützten Käsesorten einreihen und wurde als geschützte Ursprungsbezeichnung (g.U.) im Amtsblatt veröffentlicht. Die österreichische Sauermilchkäse-Spezialität wird aus gereiftem Magerquark (Topfen) nach einem traditionellen Rezept hergestellt. Der Steirerkas hat einen säuerlich-pikanten Geschmack und einen niedrigen Fettgehalt von 0,5 Prozent in der Trockenmasse. Bis ins 20. Jahrhundert wurde der Sauermilchkäse ausschließlich auf den Almen des Ennstals gekäst. Seit 1980 wird er auch von der Ennstal Milch nach traditioneller Rezeptur hergestellt.

### **GMUNDNER MOLKEREI**

## **Starke Partnerschaft für den Naturschutz**

Im Rahmen der Bewusstseinsoffensive „Naturschutz ist Zukunft 2027“ sind das Bundesland Oberösterreich und die Gmundner Molkerei eine langfristige Partnerschaft für den Naturschutz eingegangen, bei der das Bewusstsein für den Naturschutz als wichtiger Teil der Landwirtschaft und auch in den Köpfen der Menschen gestärkt werden soll. Durch Naturschutzinformationen auf den Milchpackungen sollen künftig möglichst viele Menschen erreicht werden. Die Kampagne ist mindestens auf drei Jahre angelegt und wird mehrere hunderttausende Milchpackungen umfassen. Auf der gemeinsamen Website [naturreich-ooe.at](http://naturreich-ooe.at) kann man sich seine eigene kleine Blumenwiese zur Aussaat bestellen und sich über bedrohte Tier- und Pflanzenarten in Oberösterreich informieren. Über 3.000 kostenlose Blumenwiesensamensackerl wurden bereits verteilt und es gibt noch reichlich mehr.

### **KUNST**

## **Milchglas im Museum**



Wer vorhat, in die Hansestadt Hamburg zu reisen, sollte einen Besuch im Museum für Kunst und Gewerbe einplanen. Seit dem 11. Juni wird dort das gute alte Milchglas in Szene gesetzt. Die aktuelle Ausstellung widmet sich den vielen Zugängen und Definitionen von Heimat. Für die Kuratorin – eine gebürtige Österreicherin – ist das Milchglas ein Stück österreichische Populärkultur aus den 70ern. Foto: AMA

## Sammeln und gewinnen



Optisch weisen die neuen weißen Deckel auf den Milchpackungen der Kärntnermilch nur kleine Unterschiede zu ihren Vorgängern auf. Für das Klima sind sie aber eine große Hilfe. Denn die pflanzenbasierten Deckel sind leichter, verfügen über eine verbesserte Lebensmittelsicherheit und verringern die Umweltbelastung. Die neuen Sticker auf den Deckeln informieren Verbraucher über die Verpackungsumstellung und den damit verbundenen Klimaschutz. „Die Verwendung von pflanzenbasiertem Kunststoff hilft uns, den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck unserer Verpackungen um mehr als 40 Prozent zu reduzieren. Pflanzliche Rohstoffe wachsen nach, nehmen CO<sub>2</sub> aus der Luft auf und reduzieren Klimaauswirkungen“, heißt es von der Molkerei. Um dem Verbraucher diese Vorzüge näherzubringen, muss er acht der Sticker auf

der Gewinnkarte sammeln, die auf [kaerntnermilch.at](http://kaerntnermilch.at) zum Download bereit liegt. Er kann einen von 50 Preisen wie Kurzreisen, Gutscheine für Trachtenmode oder den Führerschein sowie Kärntnermilch-Prämien gewinnen. Die Gewinnsticker sind auf allen Milchdeckeln aus dem Hause Kärntnermilch zu finden und müssen bis zum 30.11.2021 an die Molkerei eingesendet werden.

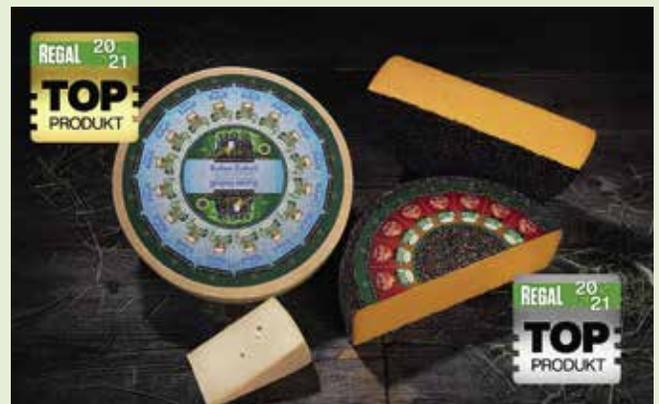
### NÖM

## Nachhaltig verpackt



Auch die NÖM arbeitet an der Weiterentwicklung ihrer Verpackungen. Bis vor kurzem musste das Flaschenetikett der 100 Prozent rePET-Flasche per perforierten Abriss entfernt werden, damit die Sortiermaschine der Recyclinganlagen das Material einwandfrei erkennen konnten. Ein neues, recyclingfähiges Etikett schafft Abhilfe. Nun kann die re-PET-Flasche so wie sie ist, in die gelbe Tonne oder den gelben Sack wandern und komplett in den Recycling-Kreislauf starten. Denn das neue Etikett ist auf ein EcoFloat-Sleeve gedruckt, das sich in der Recycling-Anlage problemlos von den PET-Bestandteilen trennen lässt und somit eine getrennte Weiterverarbeitung gewährleistet.

Die jährliche Einkäuferbefragung unter Österreichs relevanten Handelszentralen sowie Einzelhandelsunternehmen, die vom Fachmagazin „Regal“ beim Market Institut in Auftrag gegeben wird, brachte auch in diesem Jahr zwei Auszeichnungen für die Sulzberger Käseverarbeiter. Der „Rahm Rebell“, der zum 160-jährigen Jubiläum der Käserebellen kreiert wurde, errang in der Kategorie „Gelbe Palette – gelbe Fette“ den ersten Platz. Der zu Beginn des Jahres 2020 eingeführte „Vulkan Rebell“ den zweiten. „Wir bedanken uns herzlich für die ausgezeichnete Bewertung unserer beiden Schnittkäse“, zeigt sich Geschäftsführer Andreas Geisler erfreut über den Erfolg. „Die Auszeichnungen ‚Top-Produkt Gold‘ und ‚Top-Produkt Silber‘ bestätigen uns einmal mehr in unserer Arbeit und untermauern unsere hohen Qualitätsansprüche und unsere Innovationskraft.“



### KÄSEREBELLEN

## Top-Produkte 2021

Die jährliche Einkäuferbefragung unter Österreichs relevanten Handelszentralen sowie Einzelhandelsunternehmen, die vom Fachmagazin „Regal“ beim Market Institut in Auftrag gegeben wird, brachte auch in diesem Jahr zwei Auszeichnungen für die Sulzberger Käseverarbeiter. Der „Rahm Rebell“, der zum 160-jährigen Jubiläum der Käserebellen kreiert wurde, errang in der Kategorie „Gelbe Palette – gelbe Fette“ den ersten Platz. Der zu Beginn des Jahres 2020 eingeführte „Vulkan Rebell“ den zweiten. „Wir bedanken uns herzlich für die ausgezeichnete Bewertung unserer beiden Schnittkäse“, zeigt sich Geschäftsführer Andreas Geisler erfreut über den Erfolg. „Die Auszeichnungen ‚Top-Produkt Gold‘ und ‚Top-Produkt Silber‘ bestätigen uns einmal mehr in unserer Arbeit und untermauern unsere hohen Qualitätsansprüche und unsere Innovationskraft.“



EIN HERZ FÜR

MILCH

EINE GEMEINSCHAFTS-KAMPAGNE VON



**Schärddinger**



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](http://www.berglandmilch.at)



**Gut verpackt in Glas: Die Schärddinger Berghof Joghurts**

Unter der Marke Schärddinger Berghof bietet Berglandmilch beste Joghurts in vielfältigen Sorten an. Die Besonderheit dabei: Voller Geschmack wird in hochwertigen Gläsern mit schickem Design verpackt. Das kommt gut an, denn die Schärddinger Glas-Familie wächst weiter. Die großen 450-Gramm Gläser werden um kleine Gläser mit jeweils 150-Gramm und 180-Gramm ergänzt.



**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 Schönheitsschlaf 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](mailto:gerald.kotzauer@berglandmilch.at)  
**Internet:** [www.berglandmilch.at](http://www.berglandmilch.at); [www.tirolmilch.at](http://www.tirolmilch.at); [www.schaerdinger.at](http://www.schaerdinger.at); [www.lattella.at](http://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](http://www.heiderbeck.com)



## KLOSTERKÄSEREI SCHLIERBACH – 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-/Schaf-camembert** 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 Mediterraner-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 Mediterraner-Art.

Verfeinert mit österreichischer Bio-Minze erhält der HALLO Cheese – Bio Grill- & Bratkäse nach Mediterraner-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-Schaf-frischkäse 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.

Die **Schlierbacher Bio-Selektion** 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.

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**.



## 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.



## UNSER SORTIMENT

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

**Haltbarprodukte:** Haltbarmilch, H-Schlag-sahne, Kaffeeobers, H-Kakaomilch, H-Milchmischgetränke, Bio-H-Milch, Kochrahm, Küchensahne, Kondensmilch, Sprüh-topping, Milch zum Aufschäumen, laktosefreie Produkte, Coffee Drink

**Gelbe Linie:** Butterschmalz, Cottage Cheese, **Schnittkäse:** *Schnittkäse mild-fein:* Traunstein König (Großlochkäse), Gosauer Jausenkäse (Bruchlochkäse), Bierkäse, Toastkäse, Butterkäse, Tilsiter, Gouda, Bio Käsescheiben; *Schnittkäse würzig:* Atterseer, Gmundner Berg, Gmundner Berg Premium (6 Monate gereift), Traunkirchner Raclette, Alpenkäse, Traunseer, Bergkristall (mind. 10 Monate gereift); *Verfeinerte Käsespezialitäten:* Rauchkäse, Bärlauchkäse, Chili-Paprika Käse

**Marken:** Gmundner Milch, Almliesl, Rosan, Private Labels



**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.

## NATURGEREIFTE KÄSESPEZIALITÄTEN AUS DEM SALZKAMMERGUT

Die Gmundner Molkerei ist ein Experte in der Herstellung naturgereifter Käsesorten. Bis zu 100.000 Laibe reifen in den unterschiedlichen Klimazonen des Käsekellers in der Traunsee-Stadt. Die vielen nationalen und internationalen Auszeichnungen sind ein klares Zeichen für die hohe Qualität unserer Produkte. Die Mischung aus bester heimischer Milch, viel Erfahrung und Know-how sowie höchste technische Standards in der Käse-reife machen unsere Käsesorten zu den besten ihrer Klasse. Ob Gmundner Berg, Traunseer, Atterseer oder Bergkristall: Sie alle zeugen mit ihren Namen nicht nur für die Region, aus der die Milch stammt, sondern sind auch eine Hommage an das Salzkammergut.



### Der Atterseer Käse

Wie sein Namensgeber besticht auch der Atterseer durch seinen einzigartigen Charakter. Benannt ist die neue Käsespezialität aus dem Hause Gmundner Milch nach einem der beliebtesten Badeseen und Ausflugszielen im Salzkammergut. Während der Reifezeit entwickelt der Gmundner Milch Atterseer seine charakteristische Note mit leicht süßlicher bis fruchtiger Schärfe im Abgang. Die Spezialität hat eine oberflächengereifte, rötlich gelbe bis bräunlich goldene Rinde und einen hellgelben, schnittfesten Teig.



### Der Traunseer Käse

Der Traunseer Käse mit besonders würziger Note ist benannt nach dem tiefsten See Österreichs – dem Traunsee im Salzkammergut. Die Käsespezialität mit gepflegter rötlich-brauner Naturrinde zeichnet sich bedingt durch die längere Reifezeit durch einen hervorragenden kräftig-würzigen Geschmack aus.

### Edles Design

Ob Käse, Frisch- oder Haltbarmilch Produkte – die Gmundner Milch Spezialitäten tragen allesamt das edle Design der Gmundner Keramik Manufaktur.

**Firma:** Gmundner Molkerei eGen (mbH)  
**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, Harald Doppler  
**Mitglieder:** 2.100  
**Mitarbeiter:** 360  
**Umsatz 2020:** 206 Mio. Euro  
**Milchverarbeitung:** 334 Mio. kg  
**Käseerzeugung:** 11.000 t

**Exportanteil:** 52 %  
**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 Alpenschutz, Kräuterschatz und Hanfschatz

## ECHTE VORARLBERGER KÄSEKULTUR

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 Verkauf reift der Käse mehrere Monate im Käsekeller und entwickelt dabei seinen einzigartigen Geschmack. Das Alma Bergkäse-Sortiment bietet beste Qualität, unterschiedliche Zwickelgrößen und ein klares Farbkonzept bei der Reifestufen-Kennzeichnung.



## ALMA VORARLBERGER BERGKÄSE g.U.

**mind. 3 Monate gereift**

Für unvergleichliche Momente des Genusses: Der milde und cremige Alma Vorarlberger Bergkäse g.U. wird aus tagesfrischer Heumilch hergestellt und reift mindestens 3 Monate auf Fichtenbrettern – aus Rohmilch hergestellt und auf natürlichem Weg laktosefrei.



## KLEINE KRÄUTERKUNDE FÜR KÄSEGENIESSER

Ausgewählte Laibe veredeln wir von Hand mit würzigen Kräutern und Blüten wie Wacholder, Rosmarin oder Ringelblume. Dies verleiht dem Käse und seiner essbaren Kräuterrinde ganz besondere Aromen. Das macht den Alma Kräuterschatz, Alpenschutz, Holderschatz, Hanfschatz, Brennnesselschatz und Sonnenschutz zu ganz besonderen Schätzen in jeder Käsetheke.



## 100 JAHRE ALMA

Alma pflegt seit 100 Jahren das traditionelle Vorarlberger Käsehandwerk. Unsere Naturkäsespezialitäten werden von den Sennerinnen und Sennern so wie früher in Handarbeit aus bester Heumilch in Kupferkesseln gekäst. Auch das Schmelzen von Käse hat bei Alma eine lange Tradition. Selbst die Marke ist ein Zeichen unserer Käsekultur, denn die Alma Sennerin ist das älteste Markensymbol der österreichischen Milchwirtschaft. Mit solch starken Wurzeln ist es ein Genuss, weiterhin nach vorne zu schauen.

### 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

**Geschäftsleitung:** Dr. Josef Rupp

**Bereichsleiter Alma:** Christof Abbrederis

**Vertriebspartner Deutschland:**

Uplegger Food Company GmbH

**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-Milchmacher 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 Palmölfreie 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 CO<sub>2</sub>-Bilanz deutlich zu verbessern. SalzburgMilch ist auch Vorreiter bei der Plastikvermeidung bei Verpackungen. Seit der Einführung der Premium-Linie 2017 konnten bereits mehr als 130 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.

## EHRliche QUALITÄT – NACHHALTIGKEIT – TIERLIEBE

Familie Kröll setzt seit 1954 auf die Verarbeitung von Heumilch und veredelt den kostbaren Rohstoff, von Kuh, Schaf & Ziege – mit viel Liebe und Gespür – zu Lieblingsprodukten der Verbraucher.

Zilli & Co gehören bei unsren Heumilch-Bauern praktisch zur Familie. Dank der kurzen Transportwege von den Almen und Bergbauernhöfen, zur Veredelung im Tal und der umweltfreundlichen Verpackungen, schmecken die Heumilch-Produkte der Erlebnissennerei Zillertal nicht nur den Kunden, sondern auch unserer Umwelt.



**Käsejuwelen aus Heumilch:** Für die Theke, Pre-Pack und SB Regal. Familie Kröll öffnet ihre Schatzkammer für vier Käsejuwelen: Hanf-Opal, Trüffel-Edelstein, Safran-Diamant und Pesto-Granat, mind. drei Monate naturgereift und mit Rotkulturen sanft gepflegt, bringen jede Käsetheke zum Funkeln.



**Heumilch-Fruchtjoghurts 180 g im umweltfreundlichen 3-Teile-Becher:** Cremig gerührte Joghurts aus pasteurisierter Bergbauern-Heumilch g.t.S. mit 3,5 % Fett und aromatischen Fruchtzubereitungen; besonders cremig durch die Langzeitreifung (mind. 12 Stunden); in vielen beliebten Sorten wie Karamell, Müsli, Marille, Wildpreiselbeer, Wildheidelbeer, Erdbeer, Vanille, Kaffee, Holunder-Limette und Birne-Zimt



**Raclette aus Heumilch – 200g Scheiben:** Diese Cremigkeit sucht seinesgleichen! Als dick geschnittene Käsescheiben eignet sich unser Raclette nicht nur für das namensstiftende Käsegericht, sondern auch zum Gratинieren und Überbacken jeglicher Art. Hol Deinen Kunden den Zillertaler Bergwinter nach Hause. Schnittkäse aus pasteurisierter Bergbauern-Heumilch g.t.S, 3 Monate gereift und mit Rotschmiere gepflegt.



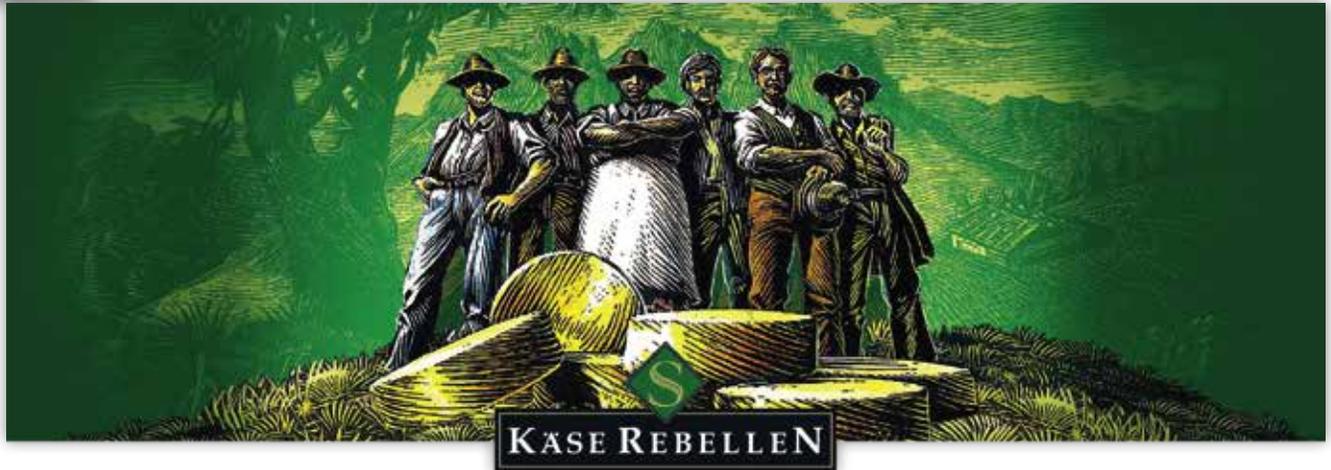
**Berg-Heumilch im 1-Liter 100% klimaneutralem Packerl:** Aus Zillertaler Bergbauern-Heumilch g.t.S. mit 3,6 % – doppelt so viel Omega3 wie herkömmliche Milch, aufgrund der langen Haltbarkeit der Renner im Milch-Regal – jetzt auch laktosefrei!

**Firma:** Erlebnissennerei Zillertal KG  
**Anschrift:** Hollenzen 116, 6290 Mayrhofen  
**Telefon:** +43/5285/63906  
**E-Mail:** office@sennerei-zillertal.at  
**Internet:** www.erlebnissennerei-zillertal.at

**Geschäftsleitung:** Christian & Heinrich Kröll  
**Zuständige Verkaufsleitung für Deutschland:** Michael Frank, E-Mail: michael.frank@sennerei-zillertal.at  
**Marketingleitung für Deutschland:** Sabrina Rupprechter

**Honigmilch:** Heumilch trifft Bienenhonig im 0,5-Liter 100% klimaneutralen Packerl. Die Heumilch von den glücklichen Kühen unserer Zillertaler Bergbauern trifft echten Bienenhonig. Ob als eiskalter Genuss „to go“ aus dem Packerl, als wohltuender Warmmacher oder für Müsli, Shakes, Kaffee, Desserts, zum Backen und mehr... Neu ist die Variante „Kurkuma und Ingwer“ – ein echtes Soulfood fürs Kühlregal.





## 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 Käser 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 jüngsten Exportprodukte am deutschen Markt sind:

### BIO INGWER REBELL UND INGWER REBELL



Das satte Gelb des Ingwer Rebell und Bio Ingwer Rebell verrät optisch einer ihrer Zutaten: Kurkuma, auch Gelber Ingwer genannt. Die Käse sind gekennzeichnet durch eine angenehm weiche Konsistenz und einem subtilen Ingwergeschmack. Dazu paaren sich am Gaumen feine, blumige Aromen von Rahm, Joghurt und Buttermilch. Erhältlich als ½ Laib à 3 kg.

### RACLETTE REBELL

Der Raclette Rebell aus 100 % Bergbauern-Heumilch überzeugt mit seinen hervorragenden Schmelzeigenschaften. Der cremige, fein schmelzende Teig entfaltet Aromen aus hellem Malz und einer kecken Salzigkeit und ist perfekt für die warme Küche geeignet. Erhältlich als ½ Laib à 3 kg.



**Firma:** Sulzberger Käser Rebellen Sennerei GmbH

**Anschrift:** Dorf 2, A-6934 Sulzberg

**Vertrieb:** Käser 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](mailto:verkauf@kaeserebellen.com)

**Internet:** [www.kaeserebellen.com](http://www.kaeserebellen.com)

**Geschäftsleitung:** Josef Krönauer, Andreas Geisler

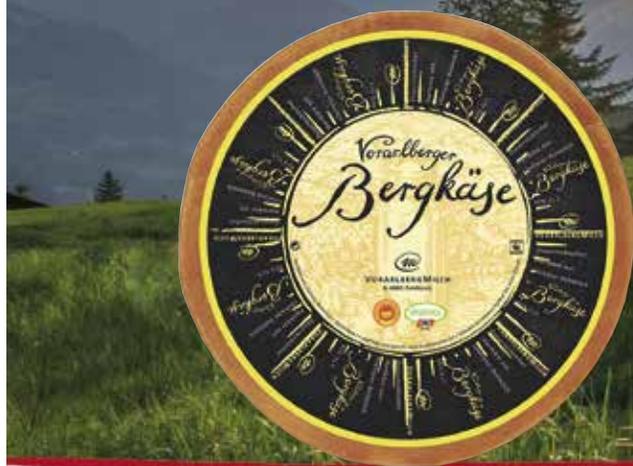
**Verkaufsleitung für Deutschland:** Josef Eisenmann

**Marketingleitung für Deutschland:** Matthias Köpf

# DER GUTE RUF AUS DEN BERGEN



VORARLBERGMILCH



## VORARLBERGER BERGKÄSE – URSPRUNGSGESCHÜTZT IN DER EU

Wenn man die Schönheit Vorarlbergs kennt, ist es ganz natürlich, dass von hier die beste Ländle Milch kommt. Der Vorarlberger Bergkäse wird aus Heumilch hergestellt, ist ursprungsgeschützt in der EU und ein Käse mit Tradition. Während seiner 4-monatigen Reifezeit im Naturkeller erhält er seine ausgeprägte bräunliche Naturrinde. Ein Käse wie ein Spaziergang im Frühling. Zitrusfrüchte, Malz, Honig und Walnuss strömen in die Nase. Hellaromatisch und dezent ist der Eindruck am Gaumen mit Sauerrahm, Zitrusfrüchten, Blumenwiese und geröstetes Weissbrot. Elegant fühlt sich der kompakt-cremige Teig an. Das geschmeidig-rahmige Mundgefühl unterstreicht den verlockenden Geschmack des Käses.



## KÄSEKAISER – HATTRICK 2021

Die jährliche KÄSEKAISER-GALA konnte in diesem Jahr aufgrund von COVID 19 leider nicht stattfinden, deshalb besuchte AMA-Marketingmanager Dr. Peter Hamedinger die Gewinner persönlich und überreichte der Vorarlberg Milch gleich DREI Käsekaiser!

Der Ländle Rahmkäse, der Ländle Weinkäse und der Ländle Klostertaler länger gereift waren die Siegerkäse.



**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

**WOERLE**  
1889

1 LEIDENSCHAFT

# WIR LEBEN

## *Nachhaltigkeit*



Seit fünf Generationen hat sich die Familie Woerle dem Käsemachen verschrieben. Damals wie heute tut sie das mit viel Leidenschaft und nach strengem Reinheitsgebot. Für die Käsespezialitäten wird ausschließlich Heumilch von Bauern aus dem Salzburger Seengebiet und dem Mondseeland verwendet. Denn nur aus besten Rohstoffen können beste Produkte entstehen. Bei WOERLE ist man sich der Verantwortung für Umwelt, Region und Mensch bewusst – was sich in einer umfangreichen Nachhaltigkeitsstrategie widerspiegelt. Unter dem Motto

„WOERLE wirkt weiter“ engagiert sich die Salzburger Privatkäserei für Artenvielfalt und Klimaschutz. Bis 2030 sollen insgesamt 1.000 Rettunginseln für Biodiversität geschaffen werden. Außerdem will man die gesamte Produktionskette so ressourcenschonend wie möglich gestalten und belohnt MilchlieferantInnen für jede eingesparte Tonne CO<sub>2</sub> mit einer Prämienzahlung. Damit auch die nächste, sechste Woerle-Generation noch besten Käse aus nachhaltigem Kreislauf produzieren kann.



### Heumilch ist eine „garantiert traditionelle Spezialität“

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



UNSER NACHHALTIGKEITSPROGRAMM  
[WWW.WOERLE.AT/WIRKTWEITER](http://WWW.WOERLE.AT/WIRKTWEITER)

## Verleihung des Gütesiegels

„Gemeinsam G'sund“ lautet das Motto der Betrieblichen Gesundheitsförderung der Privatmolkerei Woerle. Bereits 2018 erfolgte der Startschuss für dieses Projekt und seitdem ist vieles in Bewegung gekommen. Über 70 Aktivitäten wurden angestoßen, Kurse und Vorträge organisiert, Abläufe adaptiert und die einzelnen Maßnahmen mit einer Mitarbeiterbefragung ausgearbeitet. Am 9. Juni 2021 hat das Unternehmen das Gütesiegel für Betriebliche Gesundheitsförderung für die Jahre 2021 bis 2023 verliehen bekommen. Das Gütesiegel ist das offizielle österreichische Qualitätszeichen für Unternehmen, die erfolgreich dauerhafte Maßnahmen für ein gesünderes Arbeitsumfeld für ihre Mitarbeiter implementiert haben. Im feierlichen Rahmen durfte Gerrit Woerle die Auszeichnung entgegennehmen.

### **SALZBURGMILCH**

## Ausgezeichnete Produkte

Über gleich zwei Top-Auszeichnungen zweier branchenrelevanter Magazine freute sich die SalzburgMilch in diesem Jahr, die damit ihre Fokussierung auf die Themen Tierwohl und Premium-Qualität bestätigt sieht. Das österreichische Testmagazin Konsument hat insgesamt 113 Milchprodukte genauer unter die Lupe genommen. Dabei wurden unter anderem Parameter wie Gehalt an Lebendkeimen, Grad der Verarbeitung oder die Verwendung von zusätzlichen Aromen und Süßungsmitteln zur Bewertung herangezogen. Zusätzlich wurde darauf geachtet, ob die Zutaten der Produkte biologischen und gentechnikfreien Ursprungs sind. Die Tester zeichneten die Premium- und Besser Bio-Produktlinie der Salzburg Milch im Vergleichs-Ranking mit durchweg positiven Urteilen aus. Das Premium Schoko Jogurt und das Besser Bio Marille Jogurt gingen in der Kategorie „Jogurt mit Fruchtgeschmack“ als Testsieger hervor. In der Kategorie „Naturjogurt“ erhielten das Besser Bio-Naturjogurt und das Premium Natur Jogurt mit ein Prozent Fett sowie mit 3,6 Prozent Fett jeweils die Note sehr gut. Weitere sechs Premium und Besser Bio-Produkte wurden mit Gut bewertet. Alljährlich kürt das Handelsmagazin Produkt die vielversprechendsten Innovationen in der Lebensmittelbranche. Erstmals hat in diesem Jahr eine Jury bestehend aus Fachexperten und Lesern die Besten der Besten in der Kategorie Milchprodukte gewählt. Dabei wurde die SalzburgMilch Premium Frühstück's Heumilch auf den dritten Platz gewählt – ein Kriterium für diese Entscheidung war auch die Fokussierung auf das Thema Tierwohl.



### **BERGLANDMILCH**

## Gelebte Nachhaltigkeit

„Wir reden nicht nur über Nachhaltigkeit – wir leben sie!“, lautete das Motto der Marke Schärddinger in diesem Sommer. Dies war nicht nur auf dem Großflächenplakat zu lesen, sondern dieses war auch Teil der Aktion. Denn aus der Fläche von 1.167 Quadratmetern des Plakates konnten über 1.000 Schärddinger-Mehrweg-Taschen hergestellt werden. Diese wurden über ein Gewinnspiel auf [schaerdinger.at](http://schaerdinger.at) verlost. Dafür musste nur beantwortet werden, wie oft eine Mehrwegflasche der Marke wiederbefüllt werden kann. Denn auch die Milchglasflasche hat ein Comeback im Supermarkt und trägt zur Schonung der Ressourcen bei.



### **ERLEBNISSENNEI ZILLERTAL**

## So schmeckt der Almsommer

Von Juni bis September genießen die Heumilch-Kühe, deren Milch in der ErlebnisSennerei Zillertal verarbeitet wird, das hochwertige Futter auf den Almen. Köstliche Kräuter und Gräser, klares Quellwasser und jede Menge Bewegung und Platz an der frischen Luft stehen auf dem Tagesplan. Um Kunden die Grundlage für die hochwertige Heumilch näherzubringen, finden diese auf der Internetseite der Sennerei ein Gewinnspiel, bei dem es einen Almurlaub für zwei Personen sowie viele genussvolle Preise zu gewinnen gibt.

# 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](http://heumilch.com).

Ausgezeichnet als „garantiert traditionelle Spezialität“.



[www.heumilch.com](http://www.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.

