

# Milch- Marketing

Januar 2016

1

www.moproweb.de

PRODUKTE • MÄRKTE • TRENDS • KONZEPTE

Auch beim Käse ist  
alles in Butter.

Kerrygold: Deutschlands Cheddar Nr. 1\*.



\*Quelle: (IRI LEH+DM Käse MAT Okt. 2015)



Das Gold der Grünen Insel.

# LE GRUYÈRE®

SWITZERLAND 

[www.gruyere.com](http://www.gruyere.com)

## Ein Stück vom Glück.

### Neue Le Gruyère AOP Kampagne!

Perfekter Moment für einzigartigen Genuss. Mit Le Gruyère AOP teilen Genießer nicht nur eine traditionelle Schweizer Käsespezialität, sondern auch ein Stück vom Glück. Damit spricht Le Gruyère AOP eine immer breitere Käuferschicht an!



### Neue Thekenpromotion KW 1 bis KW 9

- Rechtzeitig Gratis-Werbemittelpaket ordern, solange der Vorrat reicht.
- Zu gewinnen: 3 original GoPro HERO4 Black Kameras und 36 Käseglocken inklusive Le Gruyère AOP.



### Printkampagne März bis Mai 2016

COSMOPOLITAN

BUNTE

Gala

essen & trinken

DER FEINSCHMECKER

Landlust



Switzerland Cheese Marketing GmbH · Neue Poststraße 17 · D-85598 Baldham · Tel.: 0 81 06/89 87 0 · Fax: 0 81 06/89 87 10 · E-Mail: [info@schweizerkaese.de](mailto:info@schweizerkaese.de) · [www.schweizerkaese.de](http://www.schweizerkaese.de)

Schweiz. Natürlich.



Käse aus der Schweiz.  
[www.schweizerkaese.de](http://www.schweizerkaese.de)





Das jahrzehntelang  
erfolgreiche Erfolgs-  
rezept „einfach und billig“  
der Discounter rückt bei  
anhaltender guter  
Konjunktur immer weiter  
in den Hintergrund. Jetzt  
sollen mit Premium-Artikeln  
auch kaufkräftige Kunden  
angezogen werden.

## Darf es etwas weniger Discount sein?

Die Discounter rüsten derzeit mächtig auf. Die Zeiten, in denen Schmalspursortimente mit rund 600 Artikeln abgedeckt wurden, scheinen damit wohl endgültig der Vergangenheit anzugehören. Denn auch der Discountkunde will mehr. Mehr Vielfalt, mehr Qualität und vor allem mehr Frische. So haben inzwischen auch Deutschlands Edeldiscounter Aldi Süd und jetzt auch Aldi Nord die Zeichen der Zeit erkannt und profilieren sich derzeit mit renommierten Marken und aufgepeppten Ladenlayouts. Bemerkenswert jedoch ist, dass bei Aldi, Lidl und Co. nicht nur vermehrt regionale und biologisch erzeugte Produkte in den Regalen auftauchen, sondern die Sortimentsbreite durch die Aufnahme eigener, zum Teil exklusiver Artikel, sukzessive auf höhere Ansprüche hochgeschraubt wird.

Dass Aldi Nord jetzt auch noch ein eigenes Ressort Marketing und Kommunikation personell besetzt und sich McCann als Leadagentur ins Haus geholt hat, lässt die alten Grenzen zwischen den Vollsortimentern und den Harddiscountern immer mehr verschwimmen. Der Discount übernimmt die Positionen der ehemaligen Nachbarschaftsgeschäfte als Nahversorger auf Flächen unter 1.000 qm Verkaufsfläche, während die Supermärkte das Format der Verbrauchermärkte aufgreifen und mit viel Auswahl, gastronomischen Konzepten, höherem Personaleinsatz und ganz viel Frische Einkaufen zum Erlebnis machen.

Das ist geradezu eine Steilvorlage für das Kühlregal mit den vielen Molkerei- und Convenienceprodukten. Das alte Nullsummenspiel mit den klassischen Eckartikeln Milch, Butter, Sahne und Joghurt wird (hoffentlich noch lange) nur noch mit gebremstem Schaum gefahren. Eine Entwicklung, die so manchem Discountmanager der alten Schule völlig unverständlich erscheinen mag. Aber die aktuelle Bilanz der Supermärkte zeigt für das Jahr 2015 ein Wachstum von deutlich über drei Prozent, während die Discounter Einbußen von 0,6 Prozent hinnehmen müssen. Ein Abgesang auf die erfolgsverwöhnten Billiganbieter aber wäre fatal. Der Wettbewerb wechselt nur die Spur: Von „einfach und billig“ auf „genussvoll und billig“. Kunden fängt man heute eben mit Genuss.

**Hans Wortelkamp**

(hw@blmedien.de)



Neu für die Prepacking-Theke:

## Premium-Käsewürfel



- Exklusive Käsewürfel in edler Dose aus echtem Holz
- Erhältlich in den Sorten Beemster Pikant, Old, XO® und Royaal
- Für den Genuss zwischendurch, zum Aperitif und als Snack

ANZEIGE



Königlicher  
Hoflieferant



Aus 100% Weidemilch



www.beemster.de

„Vegan“ liegt laut Umfragen voll im Trend. Die pflanzlichen Käse-Alternativen betrachten die deutschen Verbraucher laut einer Mintel-Untersuchung aber noch recht skeptisch.

SEITE 14



Leserwahl der Produkte des Jahres 2015/2016: Alle Neuheiten auf einen Blick.

SEITE 26



## KOMPAKT

<b>EHI Retail Institute:</b> Der Handzettel bleibt unverzichtbar.....	6
<b>Agrarmarkt Austria:</b> Neue Kampagne für AMA-Gütesiegel .....	6
<b>EU:</b> Herkunftszeichen als Schutz vor Plagiaten .....	7
<b>Deutschland:</b> Neue Kennzeichnungsmöglichkeit für Bergerzeugnisse .....	7
<b>Hirztaler Käseerei:</b> Innovationspreis für den Hexenberg-Käse .....	8
<b>Arla Foods:</b> Neue Zukunftsstrategie „Good Growth 2020“ .....	8
<b>Heiderbeck:</b> IFS-Zertifikate für neues Lager in Olching .....	10
<b>World Cheese Award:</b> 2.700 Käse auf dem Prüfstand .....	10

## ANALYSE

<b>Mintel:</b> Vegane Käse-Alternativen stoßen auf skeptische Verbraucher .....	14
<b>Rückblick 2015:</b> Die wichtigsten Trends im Kühlregal .....	24

## NEUE PRODUKTE

<b>Arla Foods:</b> Neustart der Marke Allgäuland .....	16
<b>Ökologische Molkereien</b>	
<b>Allgäu:</b> Österreichischer Weichkäse mit Olivenaroma .....	16
<b>Käse Wolf:</b> Schnittkäse mit Steinpilzen und Kartoffeln .....	16
<b>Alpro:</b> Drei neue Dessert-Moments ...	16
<b>Sortenorganisation</b>	
<b>Tilsiter:</b> Swizzrocker ersetzt den AlpenTilsiter .....	18

<b>Naturhoeve:</b> Kräuterbutter nicht nur zur Grillsaison .....	18
<b>NÖM:</b> Exotische Geschmacksexplosionen .....	19
<b>Molkerei Weihenstephan:</b> Frühlingsfrische Rahmjoghurts .....	19
<b>Wijngaard Kaas:</b> Gouda in pffiffigen Verpackungen .....	19
<b>Molkerei Weihenstephan:</b> Rahmjoghurt mit Marille .....	19
<b>Ornu:</b> Erfolgreich mit Kerrygold-Cheddar .....	20
<b>Ehrmann:</b> Neue Almighurtlinie mit Früchten und Gemüse .....	20
<b>Molkerei Söbbeke:</b> Zuwachs bei den „deutschen Obstbauern“ .....	20
<b>Danone:</b> Actimel mit Granatapfel .....	20

Großer Bahnhof für österreichischen Käse: Die AMA Marketing zeichnete in Wien die besten Käse mit dem Käse-Kaiser aus.

SEITE 38



# Old Amsterdam Gereifter Käse zum Schneiden!



# Inhalt

**Kaasmakerij Henri Willig:**  
Polderkäse mit Colageschmack ..... 20

## KONZEPTE

**Baldauf Käse:** Durchstart  
mit Tradition und  
Premiumanspruch ..... 22

## PRODUKTE DES JAHRES

**Leserwahl:** Die Favoriten unter  
den Neuheiten des letzten Jahres ..... 26

## AKTIONEN

**Molkerei Weihenstephan:** Weißblau  
im Herz'n auf Wintertour ..... 37

**Switzerland Cheese Marketing  
GmbH:** Thekenaktionen für  
Le Gruyère und Swizzrocker ..... 37

**Heinrichsthaler Milchwerke:**  
Käse-Abos per Internet ..... 37

## GELBE LINIE

**Agrarmarkt Austria Marketing:**  
Die besten Käse Österreichs ..... 38

## RUBRIKEN

Kommentar ..... 3  
Kurznachrichten ..... 6  
Kampagnen ..... 12  
Kontakte ..... 44  
Register ..... 46  
Impressum ..... 46  
Kontaktbörse ..... 47

Das ist es, was Essen von Genießen und  
Gut von Großartig unterscheidet.  
Im Gegensatz zu anderen lang gereiften  
Käsesorten ist Old Amsterdam  
weder bröckelig noch trocken.  
Auch das macht den Unterschied!

Old Amsterdam passt perfekt zu  
jeder Käseplatte, zum Abendbrot  
ebenso wie zu einem genüsslichen  
Lunch am Wochenende.

[www.oldamsterdam.de](http://www.oldamsterdam.de)



# Old Amsterdam®

www.moproweb.de

### Vorsicht beim Online-Kauf von Käse

Über das Internet bestellte Käse können durchaus schlechte Qualitäten aufweisen. Zu diesem Fazit kommt eine Studie der Veterinärmedizinischen Universität Wien. Untersucht wurden Rohmilchkäse aus sieben Ländern auf Keimbelastung, Versandbedingungen und Kennzeichnung. Von 108 Proben waren nur 19 korrekt gekennzeichnet, 37 Proben waren nicht als Rohmilchkäse deklariert und bei 43 Packungen fehlte das MHD. Auf etwa der Hälfte der Produkte waren keine Angaben zur Aufbewahrung zu finden. Zudem kam mehr als die Hälfte der Sendungen schlecht gekühlt an.

### Wirtschaftspreis für Arla Foods

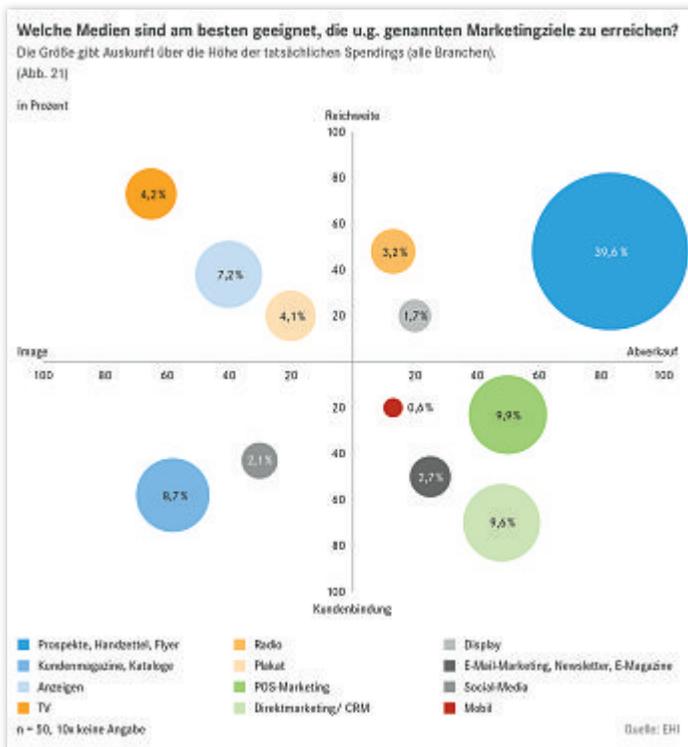
Die Molkereigenossenschaft Arla Foods wurde für ihren Erfolg auf dem deutschen Markt durch die Deutsch-Dänische Handelskammer mit dem Wirtschaftspreis 2015 ausgezeichnet. Tim Ørting Jørgensen, Geschäftsführer Arla Foods CCE, nahm den Preis in Kopenhagen entgegen.

### VDM ohne Mandat

Der Verband der Deutschen Milchwirtschaft (VDM) ist ab Januar 2016 ohne Haushalt und Personal und wird beim Deutschen Bauernverband DBV in Berlin weitergeführt. Dies ist die Konsequenz aus dem Hauptprüfverfahren der EU-Kommission, das die gemeinschaftliche Finanzierung des Verbandes beanstandet hatte. Kommissarisch wird Ludwig Börger vom Bauernverband die Geschäftsführung übernehmen. Am 28. Januar 2016 soll eine Mitgliederversammlung entscheiden, ob und wie eine weitere Finanzierung des VDM möglich ist.

### Uckermärker Buttermilch

Die Uckermärker Milch (Tochter der Schweizer Hochdorf AG) investiert bis zum kommenden Frühjahr 1,75 Mio. Euro in die Produktion von Butter- und Steuerungstechnik. In der Buttereie wird gerade eine neue Palettieranlage in Betrieb genommen. Außerdem wird in Prenzlau erstmals Buttermilch auf einer neuen Linie abgefüllt (Leistung 3.600 Halb-Liter-Becher/h). Im Sommer folgt eine größere Maschine für bis zu 9.000 Becher je Stunde.



Die Jahreserhebung Marketing basiert auf einer schriftlichen Befragung, an der die Marketingchefs von 50 deutschen Handelsunternehmen teilgenommen haben. Der Bruttoumsatz der beteiligten Einzelhändler beträgt gut 99 Mrd. Euro, was einem Anteil von 22 Prozent am gesamten Einzelhandelsumsatz in Deutschland entspricht.

EHI Retail Institute

## Der Handzettel bleibt unverzichtbar

Ohne Prospektwerbung läuft auch im digitalen Zeitalter nichts. Nach wie vor erzielen die gedruckten Werbeformate den höchsten Return on Marketing Invest (ROI). Dies geht aus der aktuellen EHI-Studie „Marketingmonitor Handel 2015-2018“ hervor. „Die Investition in neue Formate ist richtig und wichtig. Aber der Handzettel ist ein kostengünstiges, reichweitenstarkes Medium, das sich positiv auf den Abverkauf auswirkt. Solange es in der digitalen Welt keine vergleichbare ROI-starke Alternative gibt, wird er im Mediamix seinen Platz behaupten“, erklärt EHI-Marketingexpertin Marlene Lohmann.

Primäres Ziel der Handelswerbung ist bekanntlich die Absatzförderung. Nach Ansicht der für diese Untersuchung befragten Marketingchefs wird dieses Ziel

nach wie vor am besten mit der guten alten Prospektwerbung erreicht. Es ist deshalb nicht verwunderlich, dass sich der Handzettel mit einem Budgetanteil von knapp 40 Prozent fest im Marketingmix behauptet. Auf POS-Marketing und Direktmarketing entfallen jeweils knapp zehn Prozent des Marketingbudgets, das etwa elf Mrd. Euro im gesamten Einzelhandel ausmacht.

Gut fürs Image und am reichweitenstärksten ist die Fernsehwerbung. Für den Abverkauf wird ihr allerdings kaum Bedeutung beigemessen. Wohl deshalb fließen nur gut vier Prozent des Marketingbudgets in dieses Medium. Kundenmagazine gelten für Marketingchefs vor allem als die richtigen Medien zur Kundenbindung und sind ihnen fast neun Prozent ihres Budgets wert.

Agrarmarkt Austria

## Neue Kampagne für das Gütesiegel

Die Agrarmarkt Austria (AMA) ist mit ihrer neuen produktübergreifenden Gütesiegel-Kampagne mit dem Slogan „Unsere Sorgfalt. Unser Siegel“ in Österreich gestartet. Im Mittelpunkt der Kommunikation stehen die besondere Güte, die Sorgfalt der Erzeuger und die engmaschigen Qualitätskontrollen bei der Produktion von Lebensmitteln. „Wir zeigen die Menschen auf ihren Höfen und in ihrer Arbeitsumwelt. Mit Transparenz wollen wir das Vertrauen in das AMA-Gütesiegel stärken und auch jene erreichen, die aussagekräftige Informationen erwarten“, erklärt Michael Blass, Geschäftsführer der AMA-Marketing. Zu sehen ist die Kampagne auf der Website [www.amainfo.at](http://www.amainfo.at).



Die EU kennzeichnet Agrarerzeugnisse und Lebensmittel mit Regionalität und Rezepttradition mit bestimmten Herkunftszeichen. Hinter den gelb-blauen bzw. gelb-roten Signets verbirgt sich aber weitaus mehr als nur ein weiteres Ornament im Verpackungsdesign. Neben einer bestimmten Herkunft garantieren die EU-Zeichen ein immer gleichbleibendes Geschmackserlebnis auf hohem Qualitätsniveau.



Als Ausgleich für die erschwerten Bedingungen bei der Milcherfassung in Bergregionen dürfen die dort erzeugten Milcherzeugnisse jetzt den EU-geschützten Hinweis „Bergerzeugnis“ tragen

Gesetzesnovelle

## Neues Gütezeichen für Bergerzeugnisse

EU-Herkunftsschutz

### Schutz vor Plagiaten

Die EU kennzeichnet Agrarerzeugnisse und Lebensmittel mit Regionalität und Rezepttradition mit bestimmten Herkunftszeichen. Hinter den gelb-blauen bzw. gelb-roten Signets verbirgt sich aber weitaus mehr als nur ein weiteres Ornament im Verpackungsdesign. Denn neben einer bestimmten Herkunft garantieren die EU-Zeichen ein immer gleichbleibendes Geschmackserlebnis auf hohem Qualitätsniveau – bedingt durch strenge Prüfverfahren und regelmäßige Kontrollen. Plagiate, die unter dem gleichen Namen, aber mit veränderter Rezeptur, Herstellungsart oder Gü-

teanspruch hergestellt werden, sind damit im Handel klar von den Originalen zu unterscheiden. Somit werden Verbraucher vor Geschmacksenttäuschungen bewahrt und gleichzeitig Erzeuger und Hersteller vor Nachahmung bzw. Missbrauch geschützt.

Rund 1.300 ausgewählte europäische Lebensmittel sind bereits unter dem EU-Herkunftsschutz „geschützte geografische Angabe“ (g.g.A.) bzw. „geschützte Ursprungsbezeichnung“ (g.U.) gelistet. In Deutschland sind rund 80 Produkte mit einem der beiden Gütesiegel ausgezeichnet, darunter auch der Allgäuer Bergkäse g.U.

Rohmilch, die aus Berggebieten stammt und im Umkreis von bis zu 30 km zu Käse oder anderen Milcherzeugnissen verarbeitet wird, darf jetzt auch offiziell den Hinweis „Bergerzeugnis“ tragen. Hintergrund ist die Novelle des Lebensmittel-Spezialitätengesetzes, die an die EU-Richtlinien zur „Qualitätsregelung für Agrarerzeugnisse“ aus dem Jahr 2012 anknüpft. Damit sollen die Wettbewerbsnachteile, die durch die erschwerten Bedingungen, mit denen die Landwirte in den Bergregionen tagtäglich zu kämpfen haben, ausgeglichen werden, heißt es in der Begründung des Bundestages.

ANZEIGE

# Alles andere ist Käse!



Probieren Sie jetzt auch unsere *Prinelle* Frischkäse-Törtchen



Gewinner Anuga *taste* 15



Petri Feinkost GmbH & Co. KG  
Claus Petri Str. 3, D-31868 Ottenstein/Glesse  
Tel: 05286-9800-0 www.petri-feinkost.de



## KÄSE VOM FEINSTEN

Hirztaler Käserei

### Ausgezeichneter Saarländer

Insgesamt 117 Käse aus ganz Deutschland haben sich kürzlich auf dem Münchner Viktualienmarkt dem Urteil von Verbrauchern und einer Fachjury gestellt. Anlass war eine angesetzte Käseprüfung des Verbandes für handwerkliche Milchverarbeitung e. V. Der „Hexenberg“ der Hirztaler Käserei aus dem Saarland wurde dabei sowohl mit einem Innovationspreis als auch mit dem Qualitätspreis in Bronze ausgezeichnet. Vor fünf Jahren hatte die Dorf- und Schaukäserei Hirztaler die Produktion aufgenommen. Hergestellt werden diverse Weich-, Schnitt-



**Geschäftsführerin Petra Fries (links) und Produktionsleiterin Silvia Fleck sind stolz auf ihren ausgezeichneten Hexenberg-Käse**

und Hartkäse sowie saisonale Käsesorten. Dabei hat sich die kleine Manufaktur aus dem Illinger Ortsteil Hirzweiler/Saar der handwerklichen Tradition verpflichtet.

Arla Foods

### Mit „Good Growth 2020“ in die Zukunft

Die europäische Molkereigenossenschaft Arla Foods hat jetzt ihre neue Zukunftsstrategie „Good Growth 2020“ vorgestellt. Diese stellt laut Arla keine radikale Richtungsänderung dar. Man wolle sich in der Strategie 2020 noch mehr auf ein organisches Wachstum und den Ausbau der Marken durch Innovationen konzentrieren.

Dabei will Arla Foods in acht Molkeprodukt-Kategorien hervorstechen und sich auf sechs größere Marktregionen konzentrieren. Bei den acht priorisierten Produktkategorien handelt es sich um Butter und Mischstreichfette, Streichkäse, Käsespezialitäten, Milchgetränke und Joghurt, Milch & Milchpulver, Mozzarella und Zutaten. In diesen acht Kategorien strebt Arla primär mit seinen drei globalen Marken nach weiterem Wachstum: Arla, Lurpak und Castello.

Arla erwartet, dass in den kommenden fünf Jahren etwa die Hälfte des Wachstums durch hinzugewonnene Marktanteile außerhalb der EU erzielt werde. Die andere Hälfte des Wachstums werde in der EU realisiert, wo man in wichtigen Kategorien wachsen und einen Mehrwert durch Innovationen schaffen will.

Seit 2007 ist das Milchvolumen von Arla von acht auf 14 Milliarden Kilogramm gestiegen. Dieses Wachstum ist sowohl auf Fusionen als auch auf organisches Wachstum der Milcherzeugung von Arlas Genossenschaftsmitgliedern zurückzuführen. Der Anstieg war unter anderem durch den Wegfall der EU-Milchquoten im April des letzten Jahres möglich geworden. Laut Prognosen werden die Arla-Landwirte ihre Produktion bis zum Jahr 2020 um weitere 2,5 Milliarden Kilogramm steigern.

**Marktübergreifend in 8 Kategorien auszeichnen**

Der Molkerei-Champion, der Gesundheit und natürlich Gutes in die Welt bringt		Champion des guten Essens	
Königin der Käsespezialitäten			
MILCH & MILCHPULVER	MILCHGETRÄNKE	BUTTER & MISCHSTREICHFETTE	MOZZARELLA
STREICHKÄSE	JOGHURT	KÄSESPEZIALITÄTEN	ZUTATEN
NATÜRLICH GUTES		INSPIRATION & GENUSS VON LEBENSMITTELN	

**Arla Foods wird seine Aktivitäten im Rahmen von „Good Growth 2020“ auf acht prioritäre Produktgruppen fokussieren**



Higher Level



# MIT VOLLER KRAFT RAUS AUS DEM KÄSE-ALLTAG!



DIE FREIHEIT ZU GENIESSEN

Einzigartig impulsstark spricht die Schweizer Premiummarke **SWIZZROCKER**® vor allem Konsumenten an, die sich die Freiheit nehmen, Genuss auf ihre Weise zu erleben: als schmackhaft-kraftvolle Auszeit vom üblichen Käse-Alltag.

- handgefertigt mit bester Schweizer Rohmilch
- mindestens 4 Monate naturgereift und gepflegt
- frei von Gentechnik, Zusatzstoffen, Gluten und Laktose (unter 0,1, g / 100 g gemäß BMELV)

**Kraftvolle Thekenpromotion von Feb. – März 2016**



Im Aktionszeitraum sind dem **SWIZZROCKER**® Laibkarton 1 Thekendisplay mit 40 Gewinnkarten sowie 18 Prepack-Sticker (ø 70 mm) beige packt. Solange der Vorrat reicht.



## Kultige Gewinne:

1 sattes Kilo **SWIZZROCKER**® inkl. Ledergürtel mit Edelstahlschnalle im **SWIZZROCKER**® Look. 55 x für Konsumenten und 20 x fürs Verkaufspersonal.



Beispielhafte Gewinnabbildung

[WWW.SWIZZROCKER.CH](http://WWW.SWIZZROCKER.CH)

Switzerland Cheese Marketing GmbH, Baldham, Tel. 0 81 06 / 89 87 0, [info@schweizerkaese.de](mailto:info@schweizerkaese.de)



Schweiz. Natürlich.

**Käse aus der Schweiz.**

[www.schweizerkaese.de](http://www.schweizerkaese.de)





AUSBILDUNG  
WEITERBILDUNG  
WISSENSTRANSFER  
INNOVATION  
KNOW-HOW  
SERVICE

AUSBILDUNG ZUM  
DIPLOM-KÄSESOMMELIER  
KÄSEFACHBERATER



Anmeldung und Informationen  
unter [www.noe.wifi.at](http://www.noe.wifi.at)



[www.heiderbeck.com](http://www.heiderbeck.com)

**IFS-Standards stellen u.a. sicher, dass zertifizierte Unternehmen vereinbarte Spezifikationen zwischen Industrie und Handel einhalten**



Heiderbeck

### IFS-Zertifikate für das Lager in Olching

Beim Neubau des Frische- und Logistiklagers von Heiderbeck in Olching (siehe Milch-Marketing 11/15) wurden bereits die Anforderungen der beiden bedeutenden Standards „IFS Broker“ und „IFS Logistik“ bei der Planung mit einbezogen. Jetzt, nach abgeschlossener Zertifizierung, wurden dem Handelsunternehmen die beiden Zertifikate ausgehändigt. Der IFS (International Featured Standard), Nachfolger des ehemaligen „International Food Standard“, den der deutsche und französische Einzelhandel bereits 2003 entwickelt hatten, dient der einheitlichen Überprüfung der Lebensmittelsicherheit und des Qualitätsniveaus der Produzenten. Ziel ist die Reduzierung des Aufwands durch die Vielzahl an Audits im Bereich der Qualitätssicherung sowohl bei Lieferanten als auch bei den Handelsunternehmen. Der „IFS Broker“ gilt für Unternehmen, die hauptsächlich Handel betreiben, also Waren einkaufen, diese Produkte direkt weiterliefern, aber nicht zwangsläufig mit den Waren in Berührung kommen. Der „IFS Logistics“ dagegen deckt alle logistischen Aktivitäten wie Transport, Lagerung, Vertrieb sowie die Be- und Entladebereiche z. B. für Lebensmittel ab.

World Cheese Award 2015

### Käsegipfel in Birmingham

Mit knapp 3.000 eingereichten Käsen aus über 30 Nationen war der diesjährige „World Cheese Award“ erneut ein Glanzlicht für den internationalen Käsehandel. Ausgestellt und geprüft wurden die Käse wieder im NEC, dem National Exhibition Centre in Birmingham. Eine Jury aus 250 absoluten Käseexperten aus aller Welt prüfte die Käse und vergab nach einem Punktesystem die Auszeichnungen: Bronze, Silber Gold und Super Gold standen den Juroren zur Auswahl. Bemerkenswert: Mehr als 60 Käsesorten erhielten die maximale Auszeichnung „Super Gold“. Die Kategorie Super-Gold ist eine Art Meisterklasse. Diese Auszeichnung erlangen nur Käse, die zuvor schon Gold erhalten haben. Österreich holte gleich dreimal Super Gold. Und zwar für den Alma Vorarlberger Bergkäse, mindestens 12 Monate gereift von der Rupp

AG, den Schlierbacher Organic Selection Weinkäse von Concept Fresh sowie den „Erzherzog Johann Rotwein“ von der Allmenland-Stollenkäserei.

Ebenfalls Super Gold erhielt ein Gruyère AOP, eingereicht von der Crema SA von Mühlenen, der insgesamt 69 von 80 möglichen Punkte für sich verbuchen konnte. Infos über alle Preisträger des Jahres 2015 gibt es im Internet unter <https://gff.co.uk>. In diesem Jahr findet der World Cheese Award im spanischen San Sebastian statt.



**Rund 2.700 Käse aus dreißig Ländern stellen sich einer internationalen Fachjury. Mit den World Cheese Awards (WCA) werden die besten Käseprodukte ausgezeichnet. Dieser weltweit wohl größte Käsewettbewerb fand kürzlich wieder mit Rekordbeteiligung in Birmingham statt.**



# Steiermark

## NATUR TRIFFT GENUSS

© Österreich Werbung | Markowitsch

Heimat aus-  
gezeichnete Qualität



- ✓ 100 Prozent biologische Zutaten
- ✓ ausgezeichnete Produktqualität
- ✓ transparente Herkunft der Rohstoffe
- ✓ Kontrolle von unabhängigen Stellen

### STEIERMARK – GENUSSLAND MIT VIELFÄLTIGER TRADITION

Die Steiermark gilt als besonderes Genussland, mit vielfältigem, traditionellem Handwerk. Im Hügelland des Südens und auf den Berghängen in der oberen Steiermark weiden Kühe, Schafe und Ziegen auf saftigen Wiesen. Aus der gewonnenen Milch werden wahre Köstlichkeiten gezaubert. Die ideale Ergänzung zu diesen Gaumenfreuden ist der steirische Wein.

Vom cremigen Frischkäse bis zum würzigen Hartkäse finden Käseliebhaber zahlreiche Gustostückerl, viele davon in Bioqualität. Zu den besonderen Spezialitäten zählen international mehrfach ausgezeichnete Weichkäse und steirische Bergkäse. In der Obersteiermark wird frische Alpenmilch zu erlesenem Weichkäsegenuss ver-

edelt. Die Geschmacksnuancen dieser gereiften Käsespezialitäten reichen von mild bis würzig-kraftig. Die Vielfalt umfasst feinsten **Camembert**, **edle Blauschimmel-**, **Doppelschimmel-** und **Rotkulturkäse**.

Der steirische Bergkäse ist ein Hartkäse mit erbsen-großer Rundlochung, hergestellt aus silofreier Heumilch. Diese besondere Köstlichkeit besitzt einen schnittfesten Teig mit typisch schöner Gelbfärbung. Geschmacklich ist er würzig-kraftig und hinterlässt ein zartschmelzendes Gaumenerlebnis, das in Erinnerung bleibt. Die Reifezeit dieses von Natur aus laktosefreien Qualitätsprodukts beträgt mindestens zwölf Wochen.

Mit Sicherheit auf die richtigen Produkte setzen – Lebensmittel mit dem AMA-Gütesiegel!

Wir unterstützen Sie gerne mit Dekorationsmaterial und Broschüren.

Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH | [www.ama.info.at](http://www.ama.info.at) | [margret.zeiler@ama.gv.at](mailto:margret.zeiler@ama.gv.at)





Comté

## Natur hoch drei

Comté, der Käseklassiker aus dem französischen Jura-Massiv, präsentiert sich als durch und durch natürliches Rohmilchprodukt, dem nur die Natur die erforderliche Ruhe zum Reifen gibt. Ob vier oder zwölf Monate lang oder vielleicht sogar noch länger.

FrieslandCampina Germany

## Fast kein Fett, aber viel Geschmack

Optiwell will die Verbraucher auf den Geschmack des neuen Optiwell Der Cremige bringen. Denn der liegt mit viel Protein und wenig Fett voll im Trend. „Jetzt probieren!“ und feststellen, dass auch (fast) fettfreie Milchprodukte mit Geschmack aufwarten können.



Omira

## Unbeschwerter Genuss

Trotz Laktoseintoleranz unbeschwert genießen, lautet die Botschaft. Und wer sich die Mühe macht, einmal genauer hinzuschauen, erkennt auch, dass das MinusL-Sortiment längst nicht nur aus Milchprodukten besteht, sondern zum Beispiel auch aus leckeren Süßwaren. Aber man muss das Motiv schon sehr intensiv studieren.

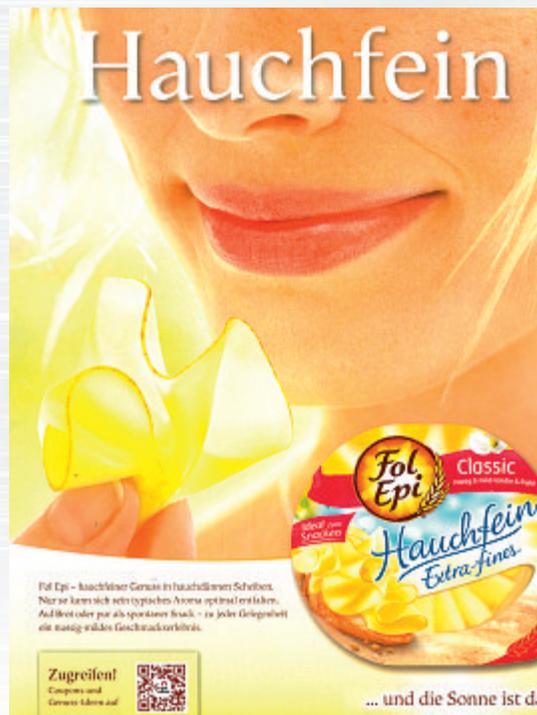


Grana Padano

## Italienisches Meisterstück

Das Consorzio Tutela Grana Padano schwärmt in den höchsten Tönen von seinem "italienischen Meisterstück"

Grana Padano, der heute noch mit derselben Leidenschaft hergestellt wird wie vor fast 1.000 Jahren. Natürlich aus Milch aus der Region im Herzen der Po-Ebene in Norditalien.



Savencia Fromage & Dairy

## Hauchfeiner Genuss

Lust auf Genuss von Fol Epi Hauchfein macht Savencia Fromage & Dairy. Und wer sich die hauchdünnen Scheiben angeeignet lässt, für den geht die Sonne auf, verspricht der Hersteller. Ein schönes Versprechen in der dunklen Jahreszeit.

## Mehr Genuss durch Verzicht

Warum alle Schweizer Käse natürlichen Genuss versprechen, erklärt die Switzerland Cheese Marketing GmbH u. a. mit einer kleinen Warenkunde. Wichtig bei der Herstellung ist laut SCM der Verzicht. Nämlich auf Zusatz-, Farb- und Konservierungsstoffe sowie Gentechnik. Nicht aber auf beste Milch, bei der den Schweizern keiner etwas vormachen kann.

**Wir haben ein Zeichen für Käse gesetzt.**

**Aus Liebe zum natürlichen Genuss.**

In der Schweiz wird fast jeder Käse auf höchsten und reinhaltenden Laborstandards herstellt. Deshalb können die Käsehersteller bei Fast Food auch noch Obstsalate oder Obstsalate anbieten.

**Keine Zusatzstoffe**

Zusätzliche Zusatzstoffe wie Konservierungsstoffe oder Farbstoffe sind bei Schweizer Käse nicht erlaubt. Auch keine gentechnisch veränderten Organismen (GVO) sind in Schweizer Käse erlaubt.

**Keine Gentechnik**

Die Schweizer Käsehersteller verzichten auf gentechnisch veränderte Organismen (GVO) bei der Herstellung ihrer Käse.

**Keine Konservierungsstoffe**

Die Schweizer Käsehersteller verzichten auf Konservierungsstoffe bei der Herstellung ihrer Käse.

**Keine Farbstoffe**

Die Schweizer Käsehersteller verzichten auf Farbstoffe bei der Herstellung ihrer Käse.

**Keine Gentechnik**

Die Schweizer Käsehersteller verzichten auf gentechnisch veränderte Organismen (GVO) bei der Herstellung ihrer Käse.

**Käse aus der Schweiz.**

**mmmh... Menü**

**Bunte Paprikaschubler**

**Pasta mit Zitronen-Chili-Creme und Garnelen**

**Exquisa**

**Der Schmelzer**

**mmmh... Menü**

**Exquisa**

**Der Schmelzer**

Karwendel-Werke

## Gewinnerrezepte mit Geling-Garantie

In der Zeitschrift meine Familie & ich veröffentlichten die Karwendel-Werke Gewinner-Rezepte, wie zum Beispiel Pasta mit Zitronen-Chili-Creme und Garnelen (und natürlich mit Exquisa-Frischkäse). Die Rezepte sind von meine Familie & ich sogar auf ihre Geling-Garantie hin getestet worden.

FrieslandCampina Germany

## Laktosefreies Dressing

Für ein geselliges Beisammensein bietet sich ein leckerer Nudelsalat als kulinarisches Highlight geradezu an. Für das Dressing sollte man aber den laktosefreien Joghurt von Landliebe verwenden, empfiehlt FrieslandCampina. Denn Gäste mit Laktoseintoleranz werden es dem Gastgeber danken.

Dairy Fine Food

## Gewinnspiel statt Rezepte

Nach der über Jahre erfolgten Präsentation von – zur jeweiligen Jahreszeit passenden – Rezepten mit Butaris

**ZUM BRATEN, BACKEN, KOCHEN & FRITTIEREN!**

**5x1 KITCHENAID KÜCHENMASCHINE**

**Butaris**

**FEIERLICH BEIM NATÜRLICHEN BUTTERKASSEL**

**MIT VIELMEHR 4-3-1**

hat Dairy Fine Food jetzt einmal etwas anderes gemacht, nämlich ein Gewinnspiel veranstaltet. Für alle diejenigen, die noch keine KitchenAid-Küchenmaschine im Schrank stehen haben.

Leicht und lecker - laktosefrei für jeden Tag

## Schlemmen leicht gemacht

Wenn die Tage wieder kürzer werden, ist es Zeit für gemütliche Abende mit Familie und Freunden. Machen Sie Ihren Gästen eine kulinarische Freude mit einem leckeren Nudelsalat. Einfach-Nudeln leicht und mit frischem Tomaten, aromatischem Käse und dem köstlichen Dressing aus diesem Rezept zu einem feinen Nudelsalat anrichten. Er eignet sich als Beilage zu Fisch, Fleisch oder pur – ganz wie Sie mögen.

**Tipp:** Der Käse wird zum Abschmecken, wenn Sie ihn mit dem laktosefreien Joghurt vom Landliebe anrichten. Zwei Gläser, die wegen eines Laktoseintoleranten kalten Milchsaft benötigen, werden so besser dauern und das Essen ganz besonders genießen.

## Nudelsalat mit Gemüse

**ZUTATEN FÜR 4-6 PERSONEN:**

- 250g Nudeln, 200g Tomaten, 200g Salatgurke, 1 rote Zwiebel, 100g frisch gepresster Zitronensaft, 100g gemildertes saures Pflanzöl, 100g Landliebe Laktosefrei Joghurt (2,8% Fett) und 100g Landliebe Käse (1,2% Fett) oder 100g Landliebe Joghurt (2,8% Fett) oder 100g Landliebe Käse (1,2% Fett)

**ZUBEREITUNG:**

1. Leichte gekochten Nudeln in einem großen Topf aufkochen. Die Nudeln ca. 8 bis 10 Minuten oder nach Packungsanweisung garen, bis sie bissfest sind. Abgießen, gut abtropfen und abkühlen lassen. 2. Die Gemüsearten waschen und waschen. Die Gurke schälen und in dünne Stäbchen schneiden. Die Zwiebel schälen und fein würfeln. 3. Den Zitronensaft mit 2 Esslöffeln Pflanzenöl, Salz, Pfeffer, Knoblauch, Zitronen- und Essig in einer Schüssel geben und vermischen. 4. Nudeln und Gemüse abgießen, gut unterheben und die Schüssel mit Frischhaltefolie abdecken. 4 bis 5 Stunden im Kühlschrank stehen lassen. 5. Bei dem Servieren dem Nudelsalat noch kurz durchheben, mit kleinem Meeresbrotchen garnieren und kalt servieren.



**Alpenhain**

**Liebe geht durch den Ofen.**

**Back-Camembert**

Alpenhain

## Heiße Liebe ohne Schnickschnack

Liebe geht durch den Ofen, meint Alpenhain mit dieser Präsentation seiner Ofen-Schmankerl. Mit klarem Bekenntnis zur Authentizität: „Ohne Zusatzstoffe, 0 % Schnickschnack, 100 % Geschmack.“

# EIN LANGER WEG ...

an / Vegetarisch



„Aufgrund hoher Fettgehalte und auffallend langer Zutatenlisten stehen viele Verbraucher den veganen Käse-Alternativen noch ausgesprochen skeptisch gegenüber.“ Julia Büch ist Food & Drink-Analystin mit Fokus auf Deutschland bei Mintel. Sie ist darauf spezialisiert, eine Reihe von Nahrungsmittel- und Getränke-kategorien im deutschen Markt zu analysieren, für Mintels deutschsprachige Kunden maßgeschneiderte Analysen zu Produktinnovationen durchzuführen und Kundensupport zur Verfügung zu stellen. Weitere Informationen unter [www.de.mintel.com](http://www.de.mintel.com).

Vegane Alternativen zu traditionellen Käsen sind auch in Deutschland auf dem Vormarsch. Zumindest werden sie von vielen Medien als trendige Produkte wahrgenommen, die auf eine immer größer werdende Nachfrage stoßen. Aber ganz so einfach ist das wiederum auch nicht.

Ein Beitrag von Julia Büch vom Marktforschungsunternehmen Mintel in London zu Chancen und Herausforderungen für veganen „Käse“ in Deutschland.

In Deutschland leben ca. sieben Mio. Vegetarier (acht Prozent der Bevölkerung) und etwa eine Mio. Veganer, die auf den Konsum sämtlicher tierischer Lebensmittel verzichten. Während „Hard Core-Veganismus“ nach wie vor noch eine Nische darstellt, sprechen vegane Lebensmittel aber auch eine Klientel außerhalb der eigentlichen Zielgruppe an und sorgen für eine Ernährungsrevolution in Deutschland.

Vegane Lebensmittel gelten in zunehmendem Maße als die ultimative Lifestyle-Antwort auf diverse ethische und gesundheitliche Fragestellungen. Sie finden Zuspruch bei Verbrauchern, denen nicht nur das Tierwohl ein Anliegen ist, sondern auch eine nachhaltige Lebensmittelproduktion, aber insbesondere auch bei Verbrauchern, die ein besonderes Interesse an Free from-Alternativen haben.

Der Trend Veganismus manifestiert sich insbesondere in Deutschlands Großstädten, vornehmlich in Berlin, wo eine wachsende Anzahl innovativer Restaurantbetriebe pflanzenbasierte Alternativen sowohl im Bereich Fast Food als auch in der gehobenen Küche anbieten. Selbst auf dem Oktoberfest in München, seit 200 Jahren ein Synonym für massenhaften Bier- und Fleischkonsum, sind mittlerweile vegane Alternativen erhältlich. Vegane Einzelhandelsgeschäfte schießen wie Pilze aus dem Boden und in Deutschland wurde mit Veganz sogar die erste vegane Supermarktkette Europas gegründet. Vegane Lebensmittel – inklusive Fleisch- und Käse-Ersatzprodukte – findet man mittlerweile auch zunehmend im klassischen Lebensmittel-Einzelhandel.

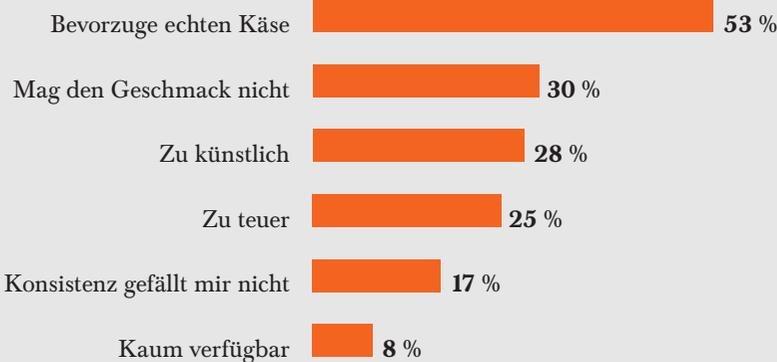
Die Supermärkte in Deutschland bieten ein zwar noch begrenztes, aber wachsendes Sortiment milchfreier „Käse“ an, die den populären Käsesorten wie Edamer oder Mozzarella zumindest optisch stark ähneln. Diese Käse-Alternativen werden meistens auf Basis von Sojabohnen, aber auch aus Reis, Nüssen, Erbsen, Hefeextrakten und gehärteten pflanzlichen Fetten hergestellt.

Die Anzahl der Launches solcher Produkte ist in Deutschland zwar noch recht übersichtlich, doch deutlich größer als im übrigen Europa. Ganze 40 Prozent aller Launches von veganem „Käse“ zwischen 2012 und 2014 wurden in Deutschland registriert, vor Spanien (17 Prozent), Großbritannien (17 Prozent) und Finnland (7 Prozent). Der Wachstumsmarkt ist bisher dominiert von einheimischen Spezialisten wie Wilmersburger, Lord of Tofu, Veggie Filata, Grano Vita oder Importprodukten von Vegusto No-Muh oder Soyana-Marken.

### Verbraucher sind noch mehrheitlich skeptisch

Während das Geschehen auf dem wachsenden Markt der milchfreien „Käse“ von Spezialherstellern dominiert wird, ist die Entwicklung im Bereich des veganen „Fleisches“ schon etwas weiter fortgeschritten. Auch etablierte Unternehmen aus dem Fleischsektor nutzen bereits das riesige Marktpotenzial außerhalb ihrer ursprünglichen Betätigungsfelder. Das Unternehmen Rügenwalder Mühle zum Beispiel, das eine führende Position als Fleischverarbeiter in Deutschland innehat, hat im Dezember 2014 ein erstes Sortiment vegetarischer Wurstprodukte auf den Markt gebracht. Rügenwalder geht dabei davon aus, dass es mit seinen fleischfreien – inkl. veganen – Angeboten bis zum Jahr 2020

## DARUM KAUFEN ICH KEINEN VEGANEN „KÄSE“



Basis: 885 Internetnutzer über 16 Jahre

Quelle: Mintel

mindestens ein Drittel seines Umsatzes bestreiten wird. Und auch Hersteller von Fertiggerichten wie Frosta tragen der steigenden Verbrauchernachfrage nach fleischfreien Lebensmitteln Rechnung und bauen ihr Portfolio entsprechend aus.

Während sich der Markt der fleischfreien Produkte sehr dynamisch entwickelt, steht der Sektor der veganen „Käse“ dagegen vor ungleich größeren Herausforderungen, insbesondere, was Geschmack und Qualität der Produkte anbetrifft. Laut einer Befragung aus dem Jahr 2014 gaben acht Prozent der Verbraucher an, dass sie veganen „Käse“ kaufen/essen. Das ist schon eine ziemlich respektable Größenordnung, wenn man betrachtet, dass laut Schätzungen lediglich ein Prozent der Bevölkerung streng vegan lebt. Die Mehrheit der Verbraucher ist nach wie vor skeptisch. Nach den Gründen gefragt, warum sie keinen veganen „Käse“ essen, gaben mehr als die Hälfte an, dass sie echten Käse bevorzugten. Andere Bedenken waren der Geschmack und die fehlende Natürlichkeit.

Die Hersteller setzen bei der Produktion bestimmte Geschmacksstoffe und Substanzen ein, um auf diese Weise hinsichtlich Mundgefühl und Geschmack möglichst nah an die Käse-Originale heranzukommen. Und sie lancieren Produkte mit weniger Zusatz- und Konservierungsstoffen. Aber da Veganismus nach wie vor mit den Aspekten Gesundheit und Natürlichkeit assoziiert wird, wirken sich der hohe Gehalt an pflanzlichen Fetten und auffällig lange Zutatenlisten so mancher Produkte negativ auf das Image der veganen „Käse“ aus. Hohe Fettgehalte, Stabilisatoren, Konservierungs-, Aroma- und Farbstoffe widersprechen der Vorstellung von den Better for your life-Lösungen und reduzieren die Vorteile veganer „Käse“ allein auf das Argument des Tierwohls. Insofern haben die Hersteller mit entsprechenden Produkten noch einen langen Weg vor sich, sich hinsichtlich des natürlichen Qualitätsimages auf Augenhöhe zu den konventionellen Käse-Originalen emporzuarbeiten.

**Veganer Keese mit Tomaten und Kräutern von Grano Vita in Radolfzell ist laktose-, gluten- und hefefrei und kann kalt oder heiß auf Brot verzehrt werden**



Frei von fast allem – „schmeckt aber wie Käse“. Das ist die Botschaft von Veggie Filata von Axel Brinkhaus (Gut von Holstein) in Bad Bramstedt.



**VeggieBelle No. 01 von der Tofumanufaktur Christian Nagel in Ellerbek ist eine vegane Zubereitung nach Hirtenart und wird wie Käse gereift**



Die Wilmersburger Käse-Alternativen von Clasoft sind vegetarisch, laktosefrei und deshalb auch vegan



# Neustart der Marke Allgäuland

Arla Foods

Arla Foods bietet seit Jahresbeginn 2016 die Regionalmarke Allgäuland wieder im Einzelhandel an, um, wie es heißt, dem Trend „Regional“ Rechnung zu tragen.

Unter der bereits vor allem im Süden Deutschlands bekannten Marke werden zunächst Bergbauern-Butter aus frischem Rahm und haltbare Bergbauern-Milch in den Fettstufen 1,5 Prozent und 3,5 Prozent eingeführt. Außerdem soll das Sortiment in Kürze um eine frische Bergbauern-Milch ergänzt werden.

Die Milch aller Allgäulandprodukte stammt von kleinen Höfen im Alpengebiet, die auf mindestens 800 Metern Höhe Milch produzieren. Die Kühe verbringen den Sommer auf der Alm und werden vorwiegend mit Gras und Heu gefüttert. Die Bergbauern-Produkte sind außerdem gentechnikfrei, was auch durch das Siegel des Verbandes Lebensmittel ohne Gentechnik e.V. (VLOG), das auf allen Produkten angebracht ist, bestätigt wird. Auch der traditionsreiche und bekannte Bergbauernkopf kommt prominent auf den Verpackungen zum Einsatz und soll den Konsumenten Orientierung beim Kauf bieten.

Die unverbindlichen Preisempfehlungen des Herstellers liegen für die Bergbauern-Butter bei 1,69 Euro pro 250-g-Packung, bei der haltbaren Bergbauern Milch bei 0,95 Euro pro 1 L-Packung 1,5 % Fett und bei 1,05 Euro pro 1 L-Packung 3,5 % Fett. Die Markteinführung wird zunächst durch klassische Pressearbeit unterstützt, um die Marke Allgäuland sowohl in den Fach- und Publikumsmedien sowie bei den Verbrauchern bekannt zu machen.

**Kontakt:** [info.de@arlafoods.com](mailto:info.de@arlafoods.com)

Ökologische Molkereien Allgäu

## Österreichischer Weichkäse mit Olivenaroma

Die Ökologischen Molkereien Allgäu bringen mit Edler Weisser einen Weichkäse aus Österreich auf den Markt, dessen Teig mit schwarzen Oliven verfeinert ist. Der Käse



hat eine leicht säuerliche Note und weist das typische Olivenaroma auf. Er hat einen Fettgehalt von mindestens 50 Prozent i. Tr. und wird als 1-kg-Laib angeboten. **Kontakt:** [info@oema.de](mailto:info@oema.de)

Käse Wolf

## Schnittkäse mit Steinpilzen und Kartoffeln

Käseaffineur Käse Wolf präsentiert zwei neue Schnittkäse mit besonderen Zutaten. Das ist zum einen der Glückspilz Steinpilzkäse, der mit Steinpilzstückchen im Teig verfeinert ist. Er reift zehn bis zwölf Wochen lang und entwickelt in dieser Zeit seinen mild-cremigen Geschmack mit dezentem Steinpilzaroma. Beim Kartoffelheld zum anderen sorgen feine Kartoffelstückchen für das besondere Aroma dieses acht bis zwölf Wochen lang gereiften Käses. Beide Käse werden in der Schweiz hergestellt, haben einen Fettgehalt von mindestens 53 Prozent i. Tr. und werden als 4-kg-Laibe angeboten. **Kontakt:** [verkauf@kaese-wolf.de](mailto:verkauf@kaese-wolf.de)



Alpro

## Drei neue Dessert-Moments

Alpro erweitert das Angebot der Linie Alpro Dessert Moments um die drei neuen Sorten Haselnuss-Schoko, Kokosnuss und Mandel. Die Produkte haben einen Fettgehalt von 2,3 Prozent und werden auf rein pflanzlicher Basis hergestellt. Sie werden im Viererpack (4 x 125 g) angeboten und kosten (UVP) 2,79 Euro. Bis Mai 2016 sind sie exklusiv bei Rewe erhältlich. **Kontakt:** [www.alpro.com](http://www.alpro.com)



# ASIAGO DOP BEFLÜGELT IHREN ABSATZ

Registrieren Sie sich jetzt für  
unsere Promotionsmaßnahmen  
rund um die Käsespezialität  
aus Norditalien

Ihre Kunden werden begeistert sein, denn Asiago ist ein echter Qualitätsgarant! Das rot-gelbe DOP\*-Siegel verbürgt seine Herkunft aus dem Nordosten Italiens, wo die Käsespezialität bereits seit mehr als tausend Jahren hergestellt wird. Kleine und mittelgroße Molkereien produzieren dort auch heute noch nach alter Handwerkskunst und mit größter Sorgfalt. Ob frischer, cremig-zarter **Asiago Fresco** oder würziger **Asiago Stagionato** in drei unterschiedlichen Reifegraden – Wir haben für jeden Geschmack das richtige Angebot.

## BESTELLEN SIE JETZT KOSTENLOS:

- 🕒 Dekorationsmaterial für Ihre Theke
- 📖 Informations- und Rezeptbroschüren für Ihre Kunden
- 🎓 Schulungsmaterial für Ihr Personal

## MÖCHTEN AUCH SIE IHREN KUNDEN ASIAGO ANBIETEN? DANN KONTAKTIEREN SIE UNS!

### Ihre Ansprechpartnerin:

Oriane Remond, 0211 49808-26  
oriane.remond@sopexa.com



**ASIAGO**  
ITALIENISCHER KÄSE MIT GESCHÜTZTER  
URSPRUNGSBEZEICHNUNG

Switzerland Cheese Marketing GmbH

## Swizzrocker statt AlpenTilsiter

Die neue Schweizer Premium-Käsemarke Swizzrocker, die bereits seit Februar des letzten Jahres in vielen deutschen Käsetheken Platz gefunden hat, ersetzt ab 2016 den Schweizer AlpenTilsiter, teilt die Switzerland Cheese Marketing GmbH in Baldham mit. Dazu heißt es weiter: „Der innovative Swizzrocker besetzt eine neue Nische im Käsemarkt. Er verbindet Premiumqualität mit einem neuen Lebensgefühl, das für eine wachsende Anzahl von Verbrauchern immer wichtiger wird: sich eine Auszeit vom Alltag zu gönnen. Swizzrocker spricht auch jüngere Käsekonsumenten an, die sich die Freiheit nehmen, Genuss auf ihre Weise zu erleben.“

Bereits in der Konzeptionsphase war für die Sortenorganisation Tilsiter Switzerland klar, mittelfristig einen unverwechselbaren Nachfolger für den Schweizer AlpenTilsiter zu finden. Vor allem zwei Gründe waren ausschlaggebend für diesen Schritt: Zum einen die neue Alp- und Bergkäseverordnung der Schweiz, deren Bestimmungen AlpenTilsiter nicht erfüllt hätte. Zum anderen soll der neue Markenname Swizzrocker eine klare Distanz zu anderen Tilsiterprodukten in Deutschland schaffen, die sich laut der SCM preislich und qualitativ deutlich vom Schweizer Premium-Tilsiter unterscheiden. In diesem Zusammenhang weist die SCM auch darauf hin, dass der Swizzrocker 2015 mit einer Goldmedaille der Deutschen Landwirtschafts-Gesellschaft ausgezeichnet wurde. Er erhielt im Test 98,8 von 100 möglichen Punkten.



„Unsere Kräuterbutter ist aufgrund ihrer besonderen geschmacklichen Eigenschaften vielfältig einsetzbar und damit auch jetzt in den Wintermonaten gefragt“, meint Gé Sluijs

# Kräuterbutter für Feinschmecker

Der niederländische Hersteller Natuurhoeve lässt mit einer besonderen Kräuterbutter auch in den Wintermonaten aufhorchen

„Verfeinern ist einer unserer Ansprüche“, sagt Gé Sluijs. Der Vertriebsmanager der Lekkerkerker-Gruppe im niederländischen Lopik schwärmt von der hochwertigen Kräuterbutter, die unter seiner Regie und unter dem Markenlabel Natuurhoeve nicht nur in Holland erfolgreich das Butterangebot bereichert.

Natuurhoeve ist zusammen mit den Marken Kasifood und Lebo Kaas ein Teil der Lekkerkerker-Gruppe, einem Familienunternehmen, das seit 40 Jahren Käse und andere Molkereiprodukte herstellt. Seit vielen Jahren schon arbeitet man dort mit eigenen Bauern zusammen, die mit großer Sorgfalt die Milchwirtschaft betreiben und sehr nachhaltig ausgerichtet ist. In Deutschland ist man mit der Kräuterbutter seit 2012 vertreten. Die in wiederverschließbaren 150-g-Transparentbechern angebotene holländische Butterspezialität zeichne sich vor allem durch ihren hohen Butteranteil von 88 Prozent und die frischen Kräuter aus, erklärt Sluijs. Die auffällig hohe Qualität und ihr natürlicher Buttergeschmack mache sie zudem zu einem Ganzjahresartikel. Das spiegelt sich deutlich in der Verwendung in den Haushalten wider. Denn die Gourmetbutter aus Holland hat nicht nur zur Grillsaison

in den Sommermonaten Saison, sondern wird gerade jetzt in den Wintermonaten ebenso stark nachgefragt. Warum? „Weil unsere Kräuterbutter so hervorragend Fisch, Fleisch, Gemüse, Pizzen oder Pastagerichte und Soßen kulinarisch verfeinert“, argumentiert Gé Sluijs.

Für den deutschen Markt, auf dem im zurückliegenden Jahr immerhin rund 250.000 Einheiten der original holländischen Kräuterbutter abgesetzt wurden, hat die niederländische Molkerei jetzt das Großhandelsunternehmen Ruwisch & Zuck in Hannover für den Vertrieb gewinnen können. Infos über [www.ruwischzuck.de](http://www.ruwischzuck.de)



Holländische Kräuterbutter im wiederverschließbaren Transparentbecher sorgt auch im deutschen Butterangebot für Aufmerksamkeit



NÖM

## Exotische „Geschmacksexplosionen“

Im Sortiment NÖM to go, das Anfang des letzten Jahres an den Start ging, bietet NÖM drei weitere Joghurt drinks mit Powerfrüchten an. Dabei handelt es sich um die Sorten Granatapfel Grüntee, Heidelbeere Acai und Ananas Goji, die in 250-ml-Flaschen angeboten werden. Ebenfalls unter dem To-go-Label gibt es jetzt die neuen Joghurtsorten in den Geschmacksrichtungen Erdbeeren & Beerenmüsli sowie Vanille & Schokomüsli im 165-g-Becher. Den Produkten ist ein Löffel beige packt, so dass sie auch unterwegs bequem verzehrt werden können.

„Eine „wahre Geschmacksexplosion“ verspricht NÖM mit den beiden exotischen Sorten Pfirsich-Mango und Mango im Sortiment Nöm mix. Und passend zur kalten Jahreszeit gibt es in dieser Range auch die Limited Edition Mandarine-Mandel, alle im 180-g-Becher.

Ebenfalls winterlich geht es im Sortiment fru fru zu, das jetzt mit den Geschmacksrichtungen Winterspaß Orange-Zimt, Maroni und Heidelbeere abgerundet wird. Die „Spaßjoghurts“ werden im 200-g-Becher angeboten. *Kontakt: office@noem.at*

Molkerei Weihenstephan

## Frühlingsfrische Rahmjoghurts

Die Molkerei Weihenstephan bringt mit den beiden Saisonsorten „Apfel-Mirabelle“ und „Schwarze Johannisbeere“ ein neues Rahmjoghurt-Duo „für Frühlingsfrische im Kühlregal“ auf den Markt. Beide Sorten werden nur mit natürlichen Aromen verfeinert. Sie werden im 150-g-Destobecker für 0,69 Euro (UVP) angeboten. *Kontakt: info@molkerei-weihenstephan.de*



Wijngaard Kaas

## Mehr verkaufen mit pffiffigen Verpackungen



Der niederländische Käsehersteller Wijngaard Kaas stellt ein neues Verpackungskonzept für seine lang (ein bis drei Jahre) gereiften Gouda-Varianten der Marke Reypenaar vor. Dabei handelt es sich um wiederverschließbare Papiertüten, die mit einem Sichtfenster versehen sind. Darüber hinaus macht Wijngaard Kaas vor, wie man mit Käse in entsprechenden Verpackungen Zusatzumsätze generieren kann. So gibt es zum Beispiel ein Geschenkset mit einem Keil Reypenaar, das aber zusätzlich noch eine Käsereibe enthält. Weitere Informationen unter [www.reypenaar.com](http://www.reypenaar.com) und direkt über den Außendienst unter [rvanniersen@wijngaardkaas.nl](mailto:rvanniersen@wijngaardkaas.nl).

Molkerei Weihenstephan

## Rahmjoghurt mit Marille

Seit Anfang des Jahres bietet die Molkerei Weihenstephan im Sortiment Rahmjoghurt die neue Sorte Marille an. Herrlich cremiger Rahmjoghurt verschmilzt hier mit dem aromatischen Geschmack erlesener Marillen, so der Hersteller. Die neue Sorte wird nur mit natürlichen Aromen verfeinert. Sie ist im 150-g-Destobecker für 0,69 Euro

(UVP) erhältlich. *Kontakt: info@molkerei-weihenstephan.de*



# ZMB JAHRBUCH MILCH 2015

>> Entwicklungen in der Milchwirtschaft zeigt das **ZMB Jahrbuch Milch 2015** auf. Statistiken zu Milchprodukten, Verarbeitung, Verbrauch und Außenhandel belegen die Dynamik der weltweiten Nachfrage. Preisdaten ergänzen das Zahlenwerk. Es verschafft einen Überblick über die Märkte in Deutschland, der EU und relevanten Drittländern.

>> Kommentare und Graphiken veranschaulichen kompakt das Datenmaterial.

>> Das ZMB Jahrbuch ist unentbehrlich für alle, die sich mit dem Milchmarkt beschäftigen.

>> Bestellen Sie bequem im Internet unter



[www.moproweb.de/zmb2015](http://www.moproweb.de/zmb2015) oder mit Hilfe des QR-Codes für 98 Euro (inkl. MwSt. und Versand) pro Stück.



B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG

mopro  
web.de

molkerei  
industrie

INTERNATIONAL  
DAIRY  
MAGAZINE

Milch-  
Marketing

KÄSE-  
THEKE

immer ein Genuss!  
KÄSEWEB

**Cheddar gibt es seit über 800 Jahren. Dennoch ist er in Deutschland ein echter Newcomer. Marktführer Kerrygold sieht sich mit seinen Original Irischen Cheddarsorten in verschiedenen Reifestufen auch bei uns auf Erfolgskurs.**



## Natur mit viel Charakter

Viel Natürlichkeit und noch mehr Charakter sind die Geheimnisse des Cheddars aus Irland. Marktführer Kerrygold ist mit seinen drei Sorten recht erfolgreich sowohl in der Theke als auch im Kühlregal vertreten.

Irlands Käsespezialitäten erobern mehr und mehr die deutschen Haushalte. Vor wenigen Jahren noch kaum im Einzelhandel vertreten, sind die Käse von der Grünen Insel inzwischen ein fester Bestandteil des SB- und Thekenangebots. Produkte der Marke Kerrygold, dem derzeitigen Marktführer in Deutschland mit seinem Original Irischen Cheddar, werden ausschließlich aus irischer Weidemilch hergestellt. Das ausgeglichene Klima an der Küste im Südwesten Irlands wird bekanntlich vom Golfstrom geprägt. Es sorgt damit für milde Winter und angenehm kühle Sommer – eine Ausgewogenheit, die der Natur gut tut. Auf satten, gehaltvollen Weiden grasen irische Kühe fast ganzjährig an der frischen Atlantikluft. Sie liefern mit ihrer Milch die Basis für nachhaltige, geschmackreiche Käsespezialitäten.

In Deutschland sieht sich Ornua (vormals Irish Dairy Board) unter seinem Markenlabel Kerrygold mit seinen drei verschiedenen Varianten gut aufgestellt. Cheddar „würzig“ (vier Monate gereift), „herzhaft“ (sechs Monate gereift) und Cheddar „Vintage“, ein sehr kräftiger und gehaltvoller Käse, der 12 Monate Reifezeit hinter sich hat, sind im SB-Kühlregal ein fester Bestandteil des Angebots. Alle drei Geschmacksrichtungen gibt es in den Formaten Scheiben, Stücke und Gerieben. Für die Käse-Bedienungsabteilungen stehen Thekenblöcke zu einem und 2,5 kg zur Verfügung. *Weitere Infos unter [www.kerrygold.de](http://www.kerrygold.de)*

Ehrmann

## Junges Gemüse und leckere Früchtchen

„Junges Gemüse und leckere Früchtchen für frischen Umsatz“ verspricht das Molkereiuunternehmen Ehrmann zum Launch der neuen Joghurtlinie Almighurt Frucht & Gemüse. Das Besondere an diesem Konzept – laut Ehrmann die fruchtigste Art, Gemüse zu genießen, ist die Kombination von Früchten und Gemüse zu vollkommen neuen Geschmackserlebnissen. Erhältlich sind die Sorten Orange-Karotte, Apfel-Rote Bete, Kirsche-Tomate und Erdbeere-Paprika.

Die Joghurts werden in 150-g-Bechern angeboten und kosten (UVP) 0,55 Euro. *Kontakt: [info@ehrmann.de](mailto:info@ehrmann.de)*



Molkerei Söbbeke

## Zuwachs bei den Deutschen Obstbauern



Die Biomolkerei Söbbeke erweitert das Fruchtjoghurt-Sortiment „deutsche Obstbauern“ um die beiden Sorten Johannisbeere und Pflaume, die wie der Klassiker Erdbeere ab sofort auch im 500-g-Pfandglas erhältlich sind. Die „deutschen Obstbauern“ sind sowohl im Naturkostfachhandel als auch im gut sortierten Einzelhandel

erhältlich und kosten (UVP) 0,79 Euro pro 150-g-Becher sowie 1,99 Euro pro 500-g-Pfandglas. *Kontakt: [vertrieb@soebbeke.de](mailto:vertrieb@soebbeke.de)*

Danone

## Actimel mit Granatapfel

Danone Deutschland erweitert das Sortiment der probiotischen Drinks unter der Marke Actimel um die Sorte Granatapfel.

Für noch mehr Power zu einem gesunden Start in den Tag. Die neue Sorte kommt als Actimel Guidos Power Granate in den Handel, mit – wie bei allen Actimelsorten - Stardesigner Guido Maria Kretschmer als Markenbotschafter.



Kaasmakerij Henri Willig

## Kuhmilchkäse mit Colageschmack



Der niederländische Käsehersteller Kaasmakerij Henri Willig präsentiert im Sortiment Polderkaas die fünf neuen Sorten Kuhkäse Colageschmack, Kuhkäse Champagnergeschmack, Blanc Ziegenkäse Honiggeschmack, Baby Kuhkäse Kokos und Baby Kuhkäse Rotes Pesto. Dabei stellt der Hersteller gerade den Polderkaas mit Colageschmack als etwas ganz Besonderes heraus. Denn der Colageschmack verleihe diesem frischen und cremigen Käse einen süßen Geschmack mit einem leichten Unterton von Vanille und Karamell. Der Käse ist vier bis sechs Wochen lang natürlich gereift und unbegrenzt verfügbar. *Kontakt: [info@henriwillig.nl](mailto:info@henriwillig.nl)*

# VERLIEREN SIE NICHT DEN ÜBERBLICK

Auf zwei Postern sehen Sie alle deutschen Molkereistandorte inkl. der dazugehörigen Betriebsstättennummern.



## Molkereistandorte in Deutschland 2014



## Verarbeitungsstandorte für Milch und Milchprodukte

Land	Verarbeitungsstandort	Betriebsstättennummer	Produktionskapazität (t/d)	Produktionskapazität (t/Jahr)	Produktionskapazität (t/Jahr)	Produktionskapazität (t/Jahr)
Baden-Württemberg (BW)	Albstadt-Langenau	01 111	100	36500	36500	36500
	Albstadt-Langenau	01 112	100	36500	36500	36500
	Albstadt-Langenau	01 113	100	36500	36500	36500
	Albstadt-Langenau	01 114	100	36500	36500	36500
	Albstadt-Langenau	01 115	100	36500	36500	36500
	Albstadt-Langenau	01 116	100	36500	36500	36500
	Albstadt-Langenau	01 117	100	36500	36500	36500
	Albstadt-Langenau	01 118	100	36500	36500	36500
	Albstadt-Langenau	01 119	100	36500	36500	36500
	Albstadt-Langenau	01 120	100	36500	36500	36500

**Set nur 39 Euro\***  
 Neue Größe:  
 Beide Poster in DIN A1

Bestellen Sie bequem im Internet unter [www.moproweb.de/poster](http://www.moproweb.de/poster) oder mit Hilfe des QR-Codes



Ja, ich möchte ..... Set(s) „Poster Molkereistandorte“ für 39 Euro/Set bestellen.

Name: \_\_\_\_\_ Telefon: \_\_\_\_\_  
 Firma: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_  
 Straße: \_\_\_\_\_ E-Mail: \_\_\_\_\_  
 PLZ/Ort: \_\_\_\_\_ Unterschrift: \_\_\_\_\_

**BITTE PER FAX, E-MAIL ODER POST AN:**

B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG  
 Verlagsniederlassung Bad Breisig  
 Postfach 1363  
 53492 Bad Breisig  
 Tel.: 0 26 33/45 40-0  
 Fax: 0 26 33/45 40-99  
 info@blmedien.de





Eine der „Perlen“ im Angebot:  
Der Wildblumenkäse ist das  
umsatzstärkste Produkt  
im Baldauf-Sortiment.

Premium: Die Hartkäse  
von den Hochalpen reifen zwölf  
Monate lang.

# Die „Perlen“ im Fokus

Mit neuem Führungsteam, dem Fokus auf die traditionellen Werte sowie Investitionen in den Standort Lindenberg stellt sich Baldauf Käse für die Zukunft neu auf.

Der Name Baldauf steht für eine lange Allgäuer Käsetradition. Das 1862 von Martin Baldauf gegründete Unternehmen ist nach eigenen Angaben die älteste familiengeführte Käserei Deutschlands und war der erste Vermarkter des Allgäuer Emmentalers in der Region. Bereits vor dem ersten Weltkrieg wurde in mehr als 20 Dorfsennereien die Milch von etwa 500 Bauern zu Baldauf-Emmentaler verarbeitet. Damit waren die Gebrüder Baldauf zu dieser Zeit einer der größten Produzenten von Emmentaler in Deutschland.

Im Laufe der Jahre ist nicht nur das Sortiment gewachsen, sondern auch die Zahl der Mitbewerber sowie die Anforderungen an ein modernes Käse-Unternehmen. Von den damals 20 Dorfsennereien sind mit Hopfen, Gestratz und Grünenbach drei Sennereien geblieben, in denen noch heute nach alter Tradition

Käse handwerklich hergestellt wird. Vor rund vier Jahren stellte sich die Familie Baldauf die Frage, wie man die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft stellen sollte. Da ein Verkauf nicht in Frage kam, entschloss man sich, durchzustarten. Mit Georg Baldauf, der bis zu diesem Zeitpunkt in der Flugzeugindustrie tätig war und ab jetzt die Geschicke des Familienunternehmens mitgestaltet. Insgesamt wurde ein zweistelliger Mio-Betrag in den Standort in Lindenberg investiert. Es entstanden ein neues Verwaltungsgebäude, Flächen für die Veredelung der Käse, Logistikflächen und ein neues Reifelager mit Platz für 30.000 Laibe Schnittkäse.

## Neue Mannschaft mit ehrgeizigen Zielen

Es wurde aber nicht nur in Gebäude und Anlagen investiert, sondern auch in eine

neue Mannschaft. Mit Waldemar Reichert, der zuvor bei der österreichischen Berglandmilch für die Marken Schäringer und Tirol Milch in Deutschland verantwortlich war, verpflichtete Georg Baldauf einen erfahrenen Experten für die Bereiche Marketing und Vertrieb. Reichert kündigte bereits an, ein eigenes Team aufzubauen, mit dem die verschiedenen Kanäle im deutschen Handel zielgerecht bearbeitet werden sollen. Neben der Herkunft und Tradition sollen dabei vor allem die Natürlichkeit und die Qualität der Käse noch mehr in den Mittelpunkt gerückt werden.

Um die Eigenständigkeit der Produkte stärker zu betonen, wurde auch beschlossen, zukünftig wieder mit eigenen Kulturen in der Käseproduktion zu arbeiten. „Das Herstellen von Kulturen war früher in allen Käsereien üblich. Dieses Wissen droht verloren zu gehen, da die Käsereien nur noch bei den großen Kulturenherstel-

lern einkaufen. Das erleichtert zwar die Arbeit, sorgt aber auch für eine Vereinheitlichung des Geschmacks“, erklärt Georg Baldauf die Strategie.

### Spezialisierung der Standorte

Zur Verbesserung der Produktqualität und zur Vereinfachung des Handlings der unterschiedlichen Milchsorten wie Rohmilch und Biomilch werden sich die drei Sennereien auf je eine Produktlinie konzentrieren. Das heißt, dass in Gestratz nur konventionelle Schnittkäse, in Hopfen Rohmilch-Hartkäse und in Grünenbach ausschließlich Biokäse hergestellt werden.

Derzeit liefern 44 Allgäuer Bergbauern die Milch für die Sennereien, die täglich abgeholt und verarbeitet wird. Dabei setzen die Milchbetriebe vor allem auf das Braunvieh, das zwar weniger Milch als andere Rassen liefert, dafür aber einen gehaltvolleren Rohstoff mit mehr Fett und Eiweiß. Rund zwölf Mio. Liter Milch werden jährlich von den drei Sennereien verarbeitet. Seit Firmenbeginn wird bei Baldauf ausschließlich Heumilchkäse produziert, Hartkäse traditionell aus Rohmilch und Schnittkäse derzeit aus pasteurisierter Milch. Ziel ist es, die Käse in den nächsten Jahren weitgehend aus Rohmilch herzustellen.

Bei der Umsetzung diese Strategien stehen alle Produkte im Fokus. „Hervorgehoben werden bei der Vermarktung außerdem die kleinen Perlen des Sortiments“, wie Waldemar Reichert sie bezeichnet. Ein Beispiel für eine der „Perlen“ ist der Wildblumenkäse, der zu den umsatzstärksten Produkten im Baldauf-Sortiment zählt.

**Handarbeit: In den Sennereien werden die Käse noch von Arbeitern in die Formen gefüllt.**



**Mensch statt Maschine: Hier entscheidet der Käsemeister und nicht die Technik, wann der Bruch die perfekte Konsistenz hat**



**Die Baldauf-Käse werden noch immer von Hand mit Wildblumen und Kräutern veredelt.**

**Roboter Roberta sorgt für die ideale Pflege der Käse im neuen Reifelager**



Der essbare Mantel aus verschiedenen Wildblumen macht ihn zu einem geschmacklichen und optischen Highlight in der Theke. Dieser Käse war nach Angaben

des Unternehmens der erste seiner Art und soll zukünftig als das Allgäuer Original ausgelobt werden.

Seit rund 25 Jahren vertreibt Baldauf außerdem Käse von der Hochalpe. Das Unternehmen zählt 22 Hochalpen zu seinen Partnern, die während des rund 100 Tage dauernden Alpsommers Bergkäse herstellen, der dann in Goßholz zwölf Monate lang gereift wird. „Diese hochwertigen Hartkäse werden in Zukunft unser Premiumprodukt sein und entsprechend in den Fokus gerückt werden“, erklärt Waldemar Reichert. Georg Baldauf plant darüber hinaus, auch dem Sortiment ein weiteres Stück Tradition zurückzugeben. „Der Allgäuer Emmentaler war der Grundstein des Unternehmens. Daher planen wir, diesen wieder in unsere Produktion aufzunehmen.“ Das dafür notwendige Lager für die Großlochreifung ist bereits in Arbeit. Geplant ist, einen Allgäuer Emmentaler in Premiumqualität und kleinen Stückzahlen herzustellen.



**Mit traditionellen Werten und Premiumqualität möchten Georg Baldauf (links) und Waldemar Reichert das Unternehmen in die Zukunft führen**



# Die Trends im Kühlregal

Das Jahr 2015 war durch eine insgesamt gedrückte Stimmung in der Milchwirtschaft gekennzeichnet. Doch auf der Herstellerseite sorgten interessante Neuheiten seit langem einmal wieder für frische Impulse in den Sortimenten

**F**ast kein anderes Thema fasziniert die Menschen in allen Lebensbereichen so wie aktuelle Trends. Wahrscheinlich auch, weil die Erforschung von Trends eine vermeintliche Möglichkeit darstellt, zukünftige Entwicklungen auf den Märkten prognostizieren zu können.

Trends sind jedenfalls überall das Thema Nummer eins, aber darüber, was eigentlich ein Trend ist, gehen die Ansichten zum Teil recht weit auseinander. Immer beliebter in der so genannten Trend- und Zukunftsforschung werden Verbraucherbefragungen, mit deren Ergebnissen man auch in der Milchwirtschaft pausenlos konfrontiert wird. Sehr viel handfester geht es da schon bei der Erhebung von Verkaufszahlen (Nielsen, GfK) zu, anhand deren festgestellt werden kann, was die Verbraucher denn nun tatsächlich kaufen und wie

sich die Verbrauchervorlieben in der Vergangenheit verändert haben.

Eine weitere Orientierungshilfe kann darüber hinaus eine Analyse der in einem bestimmten Zeitraum auf den Markt gebrachten wichtigsten und interessantesten Neuprodukte sein. Sind sie doch zumindest ein Indiz dafür, was die Unternehmen selbst für erfolgversprechend und zukunftssträftig halten. Dass sie damit auch nicht immer richtig liegen, zeigt allerdings schon die allseits bekannte hohe Flopprate. Einen Überblick über die auf dem deutschen Milchmarkt im letzten Jahr lancierten Neuprodukte kann man sich – wie immer im Januar – übrigens in dieser Ausgabe von Milch-Marketing ab Seite 28 verschaffen.

Welche der dort aufgeführten Neuheiten aber waren charakteristisch für das Geschehen in den verschiedenen Wa-

rengruppen der weißen und der gelben Linie? Welche neuen Produkte fielen aus dem Rahmen des Üblichen und konnten eventuell sogar für nachhaltige Akzente und wieder mehr Interesse der Verbraucher bei Käse, Quark & Co. sorgen? Oder andersherum gefragt: Von welchen der in der jüngeren Vergangenheit noch hoch im Kurs stehenden „Trends“ hat man, zumindest im Zusammenhang mit dem Launch neuer Produkte, nichts mehr gehört?

## Laktosefreiheit

Wohl kein anderes Thema stand im letzten Jahr so stark im Fokus wie das Thema Laktosefreiheit. Obwohl es die ersten Produkte dieser Art bereits seit etwa 15 Jahren gibt. Damals von vielen noch mehr oder weniger belächelt – und zumindest aus heutiger Sicht eindeutig unterschätzt – hat sich „Laktosefrei“ tatsächlich zu einem Lifestyle-Phänomen entwickelt.

Sicher dürfte sein, dass der Einstieg von Weltkonzernen wie Arla Foods und FrieslandCampina das Thema Laktosefrei weiter befeuern wird. Positiv daran ist auf jeden Fall auch, dass die großen Markenhersteller jetzt erkennen, dass sie das Feld nicht den Discountern überlassen sollten, die laktosefreie Milchprodukte, insbesondere Trinkmilch, bereits flächendeckend in ihren Sortimenten führen. Weniger spektakulär als der Einstieg der beiden Milchgiganten in dieses Segment, aber ebenfalls ein Indiz für das steigende Interesse an laktosefreien Produkten, wa-

Im Bereich Butter/Fette war 2015 – anders als in den Vorjahren – weniger durch die Lancierung von Mischstreichfetten als der Präsentation neuer Varianten und Formate, überwiegend mit Premiumanspruch, gekennzeichnet



Fast kein Fett, aber viel Eiweiß: eine ganz neue Produktgeneration setzt jetzt in der weißen Linie frische Akzente.



Der Einstieg von FrieslandCampina Germany und Arla Foods hat im letzten Jahr das Thema „Laktosefrei“ wieder groß ins Gespräch gebracht

ren zahlreiche weitere – unspektakuläre – Launches, mit denen zahlreiche Hersteller ihre angestammten Sortimente abrundeten. Zum Beispiel mit laktosefreiem körnigem Frischkäse, (Büffel-) Mozzarella, Mascarpone und von Frucht- und Naturjoghurts (inkl. Bio) ohne Laktose.

### Butter/Mischfette

Aufmerken lässt in diesem Zusammenhang außerdem, dass auch die Hersteller aus dem Bereich der pflanzlichen Fette ganz offensichtlich die Zeichen der Zeit erkannt haben. Nämlich diejenigen von ihnen, die sich mit modernen Versionen ihrer Markenklassiker schon seit vielen Jahren im Wettbewerbsumfeld zum Beispiel von Sahneprodukten tummeln. Stand da bisher vor allem das Argument „Cholesterinfrei“ als Abgrenzungskriterium gegenüber Milchprodukten im Fokus, wird jetzt auffällig oft und immer öfter das Argument „Laktosefreiheit“ angeführt.

Interessant auch die Entwicklung im Bereich Butter/Mischfette. Machten hier in der jüngeren Vergangenheit vor allem die innovativen, streichfähigen Mischfette mit einem immer breiter werdenden Angebot und sehr dynamischer Absatzentwicklung von sich reden, standen im letzten Jahr in erster Linie neue Butterkreationen ganz oben auf der Liste der Neuprodukte. Und zwar nicht im Standard-250-g-Ziegel, sondern mit eigenständigen, kleineren

Formaten und auffälligen Verpackungsdesigns. Der Fokus bei diesen Produkten lag eindeutig auf dem Premiumanspruch und einer deutlich verbesserten Wertschöpfung für Hersteller und Handel.

### Quark/Skyr

Positiv zu erwähnen ist auch die Anzahl und die Qualität der Neuerscheinungen im Segment Quark. Ein schwächelndes Segment, in dem ein Jahr zuvor in punkto Neuheiten nur außerordentlich wenig zu verzeichnen war. Und zwar so wenig, dass bei der Milch-Marketing-Leserwahl zu den Produkten des Jahres 2013/2014 die Kategorie Quark überhaupt nicht zur Wahl stand. Mangels zur Verfügung stehender Kandidaten. Dabei dominierten im letzten Jahr unter den Neuvorstellungen ganz klar die fettreduzierten Varianten mit einer großen Null vor dem Komma.

„Fettarm“ scheint bei Quark zu funktionieren, zumindest sehen die Hersteller hier Chancen, mit neuen Varianten beim Verbraucher zu punkten. Wobei man an dieser Stelle den Bogen schlagen kann zum Thema „Viel Eiweiß“. Hier zeichnet sich seit Ende des abgelaufenen Jahres eine vielversprechende Entwicklung ab. Denn nach dem Launch der ersten Skyr-Variante durch Arla Foods haben bereits weitere Hersteller Produkte vorgestellt, die nicht nur mit dem Vorteil „Fettarm“ sondern gleichzeitig auch mit

dem Argument „Proteinreich“ die Konsumenten überzeugen sollen. Sozusagen eine Neuinterpretation des Themas Fitness/Lightprodukte mit einer ganz neuen Generation von in der Warengruppe Quark angesiedelten Produkten. Eine spannende Geschichte, aber es bleibt abzuwarten, wie sich dieses noch sehr junge „Pflänzchen“ weiterentwickelt.

### Gentechnikfreiheit

Sehr ruhig geworden ist es dagegen beim Thema „Gentechnikfreiheit“. Nachdem bereits im Jahr 2008 eine erste Trinkmilch ohne Gentechnik – mit großem medialen Echo – vorgestellt worden war, haben einige Hersteller mit entsprechenden Produkten nachgelegt. Dabei handelt es sich im Wesentlichen um Basisprodukte, bei denen es vergleichsweise einfach ist, die wenigen Zutaten als gentechnikfrei zu zertifizieren. Bei höher veredelten Produkten, beispielsweise mit Fruchtzutaten, Stabilisatoren und Zucker, wird das Ganze dann schon sehr schnell sehr viel aufwändiger. Entsprechende Konzepte hat es zwar auch schon gegeben, diese sind aber recht schnell wieder von der Bildfläche verschwunden. Und auch heute lancieren Molkereien punktuell Innovationen aus gentechnikfreier Milch. Dieses Argument steht aber längst nicht mehr im Fokus und ist den Herstellern dann auch oft nur eine Randnotiz wert.

# ABSTIMMEN +



**Einsendeschluss 31. Januar 2016**

Auch in diesem Jahr bittet die Redaktion von Milch-Marketing ihre Leser wieder, sich an der traditionellen Wahl der Produkte des Jahres zu beteiligen.

Dazu stellen wir Ihnen auf den folgenden Seiten noch einmal die neuen Produkte und Sortimente vor, über die von Januar bis Dezember 2015 in Milch-Marketing berichtet wurde. Mit dabei sind auch die Relaunches bereits etablierter Produkte. Limited Editions spielten auch im letzten Jahr wieder eine herausragende Rolle und sorgten für viel Abwechslung in den Kühlregalen, bleiben aber aufgrund ihrer in der Regel nur kurzen Verweilzeit in den Regalen des Handels bei der Leserwahl grundsätzlich außen vor. Saisonprodukte, die aufgrund ihres großen Erfolges den Sprung ins Standardangebot geschafft haben, nehmen natürlich an diesem Wettbewerb teil.

Dazu unsere große Bitte: Unterstützen Sie uns dabei, die aus Ihrer Sicht Besten der Besten aus der Gesamtheit der Neuproduktvorstellungen 2015 zu ermitteln und geben Sie Ihre Stimme. Das kostet zwar erfahrungsgemäß etwas Zeit. Aber Sie verschaffen sich mit der Prüfung der Kandidaten gleichzeitig einen umfassenden Überblick über das, was sich auf dem Markt „tut“.

Und so geht es: Übertragen Sie die Nummer Ihrer persönlichen Favoriten in den beiliegenden Stimmzettel. Und schicken Sie diesen entweder per Fax oder frankiertem Brief an die Redaktion von Milch-Marketing, Postfach 1363, 53492 Bad Breisig. Der Stimmzettel kann auch im Internet unter [moproweb.de/pdj2016](http://moproweb.de/pdj2016) ausgefüllt und von dort abgeschickt werden. Einsendeschluss ist der 31. Januar 2016.

Die Gewinner der ersten, zweiten und dritten Plätze in jeder Kategorie werden dann in der März-Ausgabe von Milch-Marketing noch einmal auffällig präsentiert.

Alle eingehenden Stimmzettel nehmen an der Verlosung von einem Mini-Goldbarren à 5 Gramm und drei Mini-Goldbarren à 2,5 Gramm teil.

Verlag und Redaktion bedanken sich im Voraus schon einmal ganz herzlich fürs Mitmachen.

Produkt  
des Jahres  
2015/2016  
Milch-M

# GOLD GEWINNEN

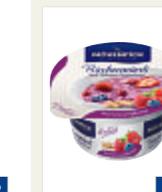
A close-up photograph of a woman's face, partially obscured by a large splash of white milk. She has brown hair and green eyes, looking directly at the camera. The background is a solid blue color, and the milk splash is dynamic, with many droplets flying through the air.

**G**ut 270 Neuprodukte befinden sich dieses Mal in der Nominierung, etwas mehr als vor einem Jahr. Allein die Anzahl der Neuheiten sagt natürlich noch nichts über deren Qualität und Erfolgsaussichten im Markt aus. Aber im Vergleich zu den Vorjahren fallen 2015/2016 schon deutlich mehr Kandidaten aus dem Rahmen des Üblichen und haben tatsächlich innovative Akzente in den Angeboten des LEH, vornehmlich im SB-Kühlregal, gesorgt oder werden das noch tun.

Was aber sagen nun die Beteiligten im Handel dazu? Gefragt sind dabei nicht nur die wenigen Entscheider in den Zentralen, sondern auch und gerade die Menschen an der Basis, die tagtäglich im Kontakt mit ihren Kunden stehen. Also die große Mehrheit der Leser der Fachzeitschrift Milch-Marketing! Von den Verantwortlichen für das SB-Kühlregal und die Bedienungstheken über die Marktleiter der filialisierten und inhabergeführten Geschäfte bis hin zu den Facheinkäufern der gelben und weißen Linie sowie den Handelsmanagern aus dem nationalen und regionalen Vertrieb.



Joghurt

 <p><b>A01</b> Ehrmann Almighurt praktisch und lecker</p>	 <p><b>A02</b> Lactalis Nestlé Frischeprodukte Nestlé Lion</p>	 <p><b>A03</b> Lactalis Nestlé Frischeprodukte Nestlé Smarties</p>	 <p><b>A04</b> FrieslandCampina Landliebe laktosefrei</p>
 <p><b>A05</b> Sachsenmilch Unser Milder</p>	 <p><b>A06</b> Sachsenmilch Unser Klassischer</p>	 <p><b>A07</b> Herzgut Landmolkerei Jovia mit wenig Zucker</p>	 <p><b>A08</b> Bauer Seraphos Joghurt Griechischer Art</p>
 <p><b>A09</b> Bauer Mövenpick Birchermüesli Beeren- symphonie</p>	 <p><b>A10</b> Zott Stichefeste Joghurts</p>	 <p><b>A11</b> Bauer Der Laktosefreie Pfrirsich-Maracuja, Heidelbeere- Cassis</p>	
 <p><b>A12</b> Routhier Weber Greco Tzatziki</p>	 <p><b>A13</b> Bauer Der kleine Bauer Naturjoghurt im Viererpack</p>	 <p><b>A14</b> Milchwerke Schwaben Landjoghurt 500 g</p>	 <p><b>A15</b> Milchwerke Schwaben Sahnejoghurt griechischer Art 500 g</p>
 <p><b>A16</b> Emmi Deutschland Onken Vollkorn-Pflaume</p>	 <p><b>A17</b> Bauer Der große Bauer XL 2. Sortierung</p>	 <p><b>A18</b> Molkerei Müller Schlemmer- Joghurt Erdbeere- Stracciatella</p>	
 <p><b>A19</b> Molkerei Müller Joghurt mit der Ecke griechischer Art</p>	 <p><b>A20</b> Molkerei Müller Froop Best of</p>	 <p><b>A21</b> Ehrmann Almighurt Almighurt des Jahres</p>	 <p><b>A22</b> Herzgut Landmolkerei Omeghurt</p>
 <p><b>A23</b> Danone Activia Fusion</p>	 <p><b>A24</b> Molkerei Müller Schlemmerjo- ghurt Aprikose, Kiwi, Schwarze Johannisbeere</p>	 <p><b>A25</b> Lactalis Nestlé Frischeprodukte Mix-in Choco Crossies</p>	
 <p><b>A26</b> Bauer Der große Bauer pürierte Früchte Himbeere Rhabarber</p>	 <p><b>A27</b> Molkerei Weihenstephan Frischer Joghurt laktosefrei</p>	 <p><b>A28</b> Berglandmilch Schäringer Knuspertraum</p>	 <p><b>A29</b> Schwarzwald- milch LAC Brombeere, Orange</p>
 <p><b>A30</b> Emmi Deutschland Onken Vollkorn- Apfel-Birne</p>	 <p><b>A31</b> Bayerische Milchindustrie Frankenland Frankabuntis</p>	 <p><b>A32</b> Molkerei Müller Joghurt mit der Ecke griechischer Art Haselnuss- krokant</p>	



**A33**  
Bauer  
Premium



**A34**  
Bärenmarke  
Vertriebs-  
gesellschaft  
Lünebest Joghurt  
à la Kompott



**A35**  
MW Berchtes-  
gadener Land  
Fettarmer  
Frühstücks-  
joghurt



**A36**  
Ehrmann  
Almighurt  
Sommer-Hits



**A37**  
Bauer  
Biene Maja  
Vanille



**A38**  
Omira  
MinusL-Joghurt  
griechischer Art

Desserts



**B01**  
Bauer  
Der kleine  
Pudding  
Schoko



**B02**  
Dr. Oetker  
Paula  
Grießpudding



**B03**  
Zum Dorfkrug  
Schokoladen-  
Pudding



**B04**  
Ehrmann  
Grand Dessert  
Milchreis mit  
Sahnetopping



**B05**  
Molkerei Müller  
Grießpudding  
im Zweikammer-  
becher



**B06**  
Sachsenmilch  
Unsere Rote  
Grütze



**B07**  
Dr. Oetker  
Marmorette  
Milchkafee



**B08**  
Deutsches  
Milchkontor  
Ravensberger/  
Milram Grieß-  
dessert



**B09**  
Berglandmilch  
Schäringer  
Nachspeis Traum



**B10**  
Uplegger Food  
Company  
Panna & Dolce  
Exklusiv



**B11**  
Ehrmann  
Monster Backe  
Grießpudding



**B12**  
Ehrmann  
Toffee Traum



**B13**  
Lactalis Nestlé  
Frischeprodukte  
Nesquik Go!



**B14**  
Lactalis Nestlé  
Frischeprodukte  
Die Weisse



**B15**  
Molkerei Müller  
Milchreis à la  
Kompott  
Erdbeere,  
Kirsche



**B16**  
Ehrmann  
Obstgarten  
Raffinesse



**B17**  
Emmi  
Bontà Divina  
Profiteroles  
Limone



**B18**  
Emmi  
Bontà Divina  
Verpackungs-  
relaunch



**B19**  
FrieslandCamp-  
pina  
Landliebe  
Laktosefrei  
Pudding



**B20**  
Zott  
Monte Balance



**B21**  
Ehrmann  
Grand Dessert  
Schoko Mohn-  
Marzipan



**B22**  
Feinkost Merl  
Feiner Genuss



**B23**  
Omira  
MinusL  
Grießpudding



**C01**  
Deutsches  
Milchkontor  
Milram  
Grillgemüse-  
Quark



**C02**  
Heideblume  
Molkerei  
Müsli To Go



**C03**  
Molkerei  
Weihenstephan  
Fruchtquark  
0,2%



**C04**  
Deutsches  
Milchkontor  
Milram  
Speisequark  
20% Fett i. Tr.

Quark/Skyr

# PRODUKTE DES JAHRES 2015/2016



C05

**Deutsches  
Milchkontor**  
Milram  
Magerquark  
0,3% Fett i. Tr.



C06

**Arla Foods**  
Arla Skyr



C07

**Molkerei  
Weihenstephan**  
Fruchtquark  
Spanische  
Orange



C08

**FrieslandCam-  
pina**  
Optiwell  
Der Cremige



C09

**Karwendel-  
Werke**  
Exquisa  
QuarkGenuss  
Relaunch



C10

**Schwarzwald-  
milch**  
LAC  
Brombeere



C11

**Heideblume  
Molkerei**  
Mein Q  
Quarkcreme



C12

**Karwendel-  
Werke**  
Exquisa  
Der Cremige-  
Feine



C13

**Bayerische  
Milchindustrie**  
Frankenland  
Küchenquark



C14

**Hochland**  
Gervais  
Designrelaunch



D01

**FrieslandCam-  
pina**  
Landliebe  
Laktosefrei  
Milch



D02

**Deutsches  
Milchkontor**  
Milram  
Buttermilchdrink  
Orange-Mango



D03

**Berglandmilch**  
Lattella  
Wunschsorte  
Kirsche



D04

**Molkerei  
Weihenstephan**  
H-Milch  
0,5 Liter



D05

**Arla Foods**  
Frischmilch  
laktosefrei



D06

**Bayerische  
Milchindustrie**  
Tirestella  
Milk & Coffee  
Relaunch



D07

**Emmi  
Deutschland**  
Caffè Latte  
Mr. Big-Becher  
370 ml



D08

**Omira**  
MinusL  
Frischmilch  
Relaunch



D09

**Routhier Weber**  
Greco Schafs-  
Buttermilch



D10

**Molkerei Müller**  
Fruchtbutter-  
milch Mango



D11

**Arla Foods**  
Haltbare  
Weidemilch



D12

**Deutsches  
Milchkontor**  
Milram Kefir  
Pflirsich



D13

**Zott**  
Caffreze



D14

**Emmi  
Deutschland**  
Choco Latte  
Relaunch



D15

**FrieslandCam-  
pina**  
Landliebe  
Laktosefrei  
Drinks



E01

**Ruhrkäse  
GmbH**  
Grubentaler



E02

**Käse Wolf**  
Vacherin  
Fribourgeois  
Cremo Rustic



E03

**Gmundner  
Milch**  
Traunseer  
extra würzig



E04

**Fromi**  
Sapin Noir  
Affinage  
d'Excellence



E05

**Emmi  
Deutschland**  
Kuhschweizer



E06

**Kaasmakerij  
Henri Willig**  
Ziegenkäse  
Champagner



E07

**Kaasmakerij Henri Willig**  
Ziegenkäse  
Lavendel



E08

**Lustenberger + Dürst**  
Chateau  
Heitenried



E09

**Fromi**  
Villa Verde



E10

**Fromi**  
Villa Wasabi



E11

**Fromi**  
Villa Nella



E12

**Maitre Fromager**  
Esquirrou  
Schafsmilchkäse



E13

**Fromi**  
Vacherousse



E14

**Fromi**  
Chèvre Noir



E15

**Fromi**  
Chèvre Bleue



E16

**Münnich Fromage**  
Camembert  
Calvados



E17

**Münnich Fromage**  
Normanville



E18

**FrieslandCampina**  
Holland Master



E19

**Hamburger Käselager**  
Lönnberga



E20

**Bergmilch Südtirol**  
Meraner  
Weinkäse



E21

**Vandersterre Groep**  
Landana  
500 Tage



E22

**Vandersterre Groep**  
Landana  
Kürbiskern



E23

**Käse Wolf**  
Kristall-Bergkäse



E24

**Cono Kaasmakers**  
Beeenster  
Käsesnack



E25

**Walker**  
Sennart



E26

**Lustenberger + Dürst**  
Arvenkäse



E27

**Bauer**  
Diplomat im  
Bärlauch- und im  
Pfeffermantel



E28

**Heiderbeck**  
Zitronen-  
Pfeffer-Käse



E29

**Heiderbeck**  
Kürbisbeißer



E30

**Heiderbeck**  
BBQ-Käse



E31

**Heiderbeck**  
Pecorino  
Classico



E32

**Heiderbeck**  
Pecorino  
Monte Poro



E33

**Heiderbeck**  
Pecorino  
Stagionato



E34

**Bauer**  
Innerle Grüner  
Pfeffer, Kümmel



E35

**Berglandmilch**  
Urtyroler



E36

**Vandersterre Groep**  
Prima Donna  
Leggero  
Relaunch

**Hart- & Schnittkäse SB**



F01

**Gmundner Milch**  
Traunseer  
extra würzig



F02

**Heinrichsthaler Milchwerke**  
Heinrichsthaler  
Käse-Ecken



F03

**Ornuu**  
Kerrygold  
Cheddar  
Scheiben



F04

**Ornuu**  
Kerrygold  
Cheddar  
Stücke

# PRODUKTE DES JAHRES 2015/2016



F05

**Vandersterre Groep**  
Landana  
Scheiben



F06

**Heiderbeck**  
Ambrosi  
Parmigiano  
Reggiano im  
Becher



F07

**Bel Deutschland**  
Leerdammer  
Feine Scheiben



F08

**Wijngaard Kaas**  
Snackbecher-  
Kollektion



F09

**Berglandmilch**  
Tiroler Klassiker  
in Scheiben



F10

**Hochwald Foods**  
Römer



F11

**Hochwald Foods**  
Schmuggler



F12

**Berglandmilch**  
Weinbaron



F13

**Jermi Käsewerk**  
Mont Blanc  
Käsesnacks



F14

**Emmi Deutschland**  
Der scharfe Maxx  
Scheiben



F15

**Hochland**  
Grünländer  
Cremig



F16

**Hochland**  
Grünländer  
Feine Käseplatte



F17

**Molkerei Rucker**  
Mildlander  
Familienkäse



F18

**Berglandmilch**  
Amadeus  
Scheiben



F19

**Vandersterre Groep**  
Prima Donna  
Maturo Scheiben



F20

**Vandersterre Groep**  
Prima Donna  
Maturo Stück



F21

**Bergader Privatkäserei**  
Almkäse  
Käseraspel



F22

**Bergader Privatkäserei**  
Almkäse extra  
feine Scheiben



**Weichkäse**  
(inkl. Weiß/Sauermilchkäse/  
Pasta Filata)



G01

**Käserei Loose**  
Handkäse Minis



G02

**Direct France**  
Rigotte de  
Condrieu



G03

**Edelweiß**  
Chavroux  
Drei Pfeffer



G04

**Bergader Privatkäserei**  
Bergbauern  
feinwürzig cremig



G05

**Bergader Privatkäserei**  
Bergbauern  
mild cremig



G06

**Käserei Loose**  
Quäse-salatfein



G07

**Zott**  
Zottarella mit  
Peperoncini



G08

**Poelmeyer-Gruppe**  
Harzinger Minis  
mit Kümmel



G09

**Fromi**  
Tomme  
à la farce  
Poivrons



G10

**Arla Foods**  
Castello Blue  
Scheiben



G11

**Savencia**  
Saint Albroy  
L'Intense



G12

**Heiderbeck**  
Büffelmozzarella  
ohne Laktose



G13

**Ruwich & Zuck**  
Olivng  
Mediterran



G14

**Rotkäppchen Peter Jülich**  
Rotkäppchen  
Relaunch



G15

**Odenwälder Käsekeller**  
Ziegenzauber  
natur



G16

**Hochwald Foods**  
Ramontino



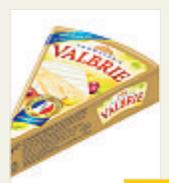
G17

**Bauer**  
Knirps Rundlaib  
500 g



G18

**Berader**  
**Privatkäserei**  
Cremig-milder  
Almkäse



G19

**Hochland**  
Valbrie Relaunch



G20

**Käseri**  
**Champignon**  
Striegistaler  
Zwerge  
Großformat



G21

**Bergader**  
**Privatkäserei**  
Bavaria blu  
Der Würzige



G22

**Maitre**  
**Fromager**  
Au Bouchon



G23

**Feinkäserei**  
**Capriz**  
Ginepro



G24

**Fromi**  
Belle d'Argental



G25

**Fromi**  
Carré d'Argental



G26

**Fromi**  
Chèvre Blanche  
d'Argental



G27

**Fromi**  
Bufflone  
d'Argental



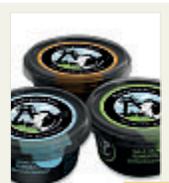
G28

**Fromi**  
Double Truffe  
d'Argental



G29

**Fromi**  
Delice d'Argental  
au Truffes



H01

**Ruhrkäse**  
**GmbH**  
Ruhrpöttchen



H02

**Karwendel-**  
**Werke**  
Miree Pikante  
Kräuter



H03

**Fromi**  
Valencay  
AOP Affinage  
d'Excellence



H04

**Petri Feinkost**  
Petrella mit viel  
frischen Kräutern



H05

**Karwendel-**  
**Werke**  
Exquisa Gegrilltes  
Gemüse



H06

**Edelweiß**  
Bresso  
Traditionelle  
Cranberry &  
Pfeffer



H07

**Arla Foods**  
Buko des Jahres  
Basilikum



H08

**Karwendel-**  
**Werke**  
Exquisa-Scheiben  
Relaunch



H09

**Karwendel-**  
**Werke**  
Exquisa Körniger  
Frischkäse  
Relaunch



H10

**Edelweiß**  
Bresso des Jahres  
Méditerranée



H11

**Mondelez**  
**Deutschland**  
Philadelphia  
Luftig & Lecker



H12

**Hochland**  
Almette Balance



H13

**Hochland**  
Gervais  
Hüttenkäse  
Kräuter, Tomate  
& Basilikum



H14

**Karwendel-**  
**Werke**  
Körniger  
Frischkäse  
laktosefrei



H15

**Edelweiß**  
Chavroux  
mit Basilikum



H16

**Bayernland**  
Konditor-Creme



H17

**Petri Feinkost**  
Primello Törtchen



H18

**Berglandmilch**  
Landfrischkäse  
Liptauer Art



H19

**Rotkäppchen**  
**Peter Jülich**  
Frischer  
Landrahm  
Relaunch



i01

**Käseri**  
**Champignon**  
Rougette  
Marinierter  
Grillkäse



**i02**

**Hochland**  
Patros für  
Grill & Ofen



**i03**

**Hochland**  
Käse-Griller



**i04**

**Alpenhain**  
Grill-Schmankerl



**i05**

**Berglandmilch**  
Brat- und  
Grillkäse



**i06**

**Trüffelmanu-  
faktor Göschle**  
Trüffel-Grillkäse



**i07**

**Emmi  
Deutschland**  
Fondü



**i08**

**Emmi  
Deutschland**  
Raclette  
Röstzwiebeln



**i09**

**Berglandmilch**  
Toastkäse-  
Scheiben XL



**i10**

**Jermi Käsewerk**  
Käsetaler



**i11**

**Käseerei  
Champignon**  
Roulette  
Ofenkäse Bunter-  
Pfeffer-Mix



**i12**

**Rotkäppchen  
Peter Jülich**  
Grill & Pfanne  
Relaunch



**BUTTER  
& FETTE**



**J01**

**Meggle**  
Gesalzene  
Portionsbutter



**J02**

**Ornuu**  
Kerrygold  
Pasta-Butter



**J03**

**Hoche Butter**  
Buvita Mischfett



**J04**

**Meggle**  
Butter-  
spezialitäten  
Relaunch



**J05**

**Natuurhoeve**  
Kräuterbutter



**J06**

**Herzgut  
Landmolkerei**  
Steinpilz-Butter



**J07**

**Arla Foods**  
Gourmet-Butter  
im Glas



**J08**

**Herzgut  
Landmolkerei**  
Herzgut  
Kräuterbutter  
Relaunch



**J09**

**Lactalis**  
Beurre Président



**J10**

**Meggle**  
Alpenzart  
mit Joghurt



**J11**

**Meggle**  
Premiumbutter  
80 g



**J12**

**Ornuu**  
Kerrygold  
Süßrahmbutter



**J13**

**Deutsches  
Milchkontor**  
ImmerZart  
Mischfett



**BIO-  
PRODUKTE**



**K01**

**Molkerei  
Söbbeke**  
Bio-Käseaufschnitt



**K02**

**Molkerei  
Söbbeke**  
Bio-Bergkäse



**K03**

**Kaasmakerij  
Henri Willig**  
Hooidammer  
Bio-Gouda



**K04**

**Concept  
fresh**  
Schlierbacher  
Bio Selection



**K05**

**Molkerei  
Söbbeke**  
Bio-Sauermilch



**K06**

**Molkerei  
Söbbeke**  
Genießer-Joghurt



**K07**

**Molkerei  
Söbbeke**  
Fruchtojoghurt-  
Mousse



**K08**  
Baldauf  
Allgäuer  
Zigerklee-Käse



**K09**  
Ökologische  
Molkereien  
Allgäu  
SchabzigerHerz



**K10**  
Fromi  
Cato Basilic Bio



**K11**  
Andechser  
Molkerei Scheitz  
Fruchtquark  
Vanille



**K12**  
Andechser  
Molkerei Scheitz  
Fruchtquark  
Zitrone



**K13**  
Andechser  
Molkerei Scheitz  
Bio-Kefir Him-  
beere



**K14**  
Andechser  
Molkerei Scheitz  
Ziegenjoghurt  
natur



**K15**  
Andechser  
Molkerei Scheitz  
Erfrischungsdrink  
Orange



**K16**  
Schwarzwald-  
milch  
Max-Milchdrinks



**K17**  
Schwarzwald-  
milch  
Joghurt auf Frucht



**K18**  
Schwarzwald-  
milch  
Bio-Bergkäse



**K19**  
Bastiaansen  
Hanfkäse



**K20**  
Bastiaansen  
Ziegenbrie



**K21**  
Molkerei  
Söbbeke  
Joghurt-Genuss  
laktosefrei



**K22**  
Molkerei  
Biedermann  
Panna Cotta  
Himbeere



**K23**  
MW Berchtes-  
gadener Land  
Bio-Alpenmilch  
1/4-Liter



**K24**  
Andechser  
Molkerei Scheitz  
Trinkjoghurt  
Heidelbeere-  
Cassis



**K25**  
Andechser  
Molkerei Scheitz  
Käsewürfel



**K26**  
Andechser  
Molkerei Scheitz  
Bergkäse  
Scheiben



**K27**  
Andechser  
Molkerei Scheitz  
Die Kleinen



**K28**  
Kärtnermilch  
Wiesenmilch-Käse



**K29**  
Hamburger  
Käselager  
Bio Fiete



**K30**  
Heiderbeck  
Pfefferbeißer



**K31**  
Heiderbeck  
Blauer Enzian



**K32**  
Andechser  
Molkerei Scheitz  
Bio-Ofenkäse



**K33**  
Andechser  
Molkerei Scheitz  
Bio-Cremejoghurt



**K34**  
Fromi  
L'Ortolan Bio



**K35**  
Schwarzwald-  
milch  
Bioland  
Heidelbeere-  
Holunder, Mango



**K36**  
Molkerei  
Biedermann  
Schafquark



**K37**  
Vandersterre  
Groep  
Landana Organic  
Laib



**K38**  
Molkerei  
Söbbeke  
Wilder Bernd  
Relaunch



**K39**  
Andechser  
Molkerei Scheitz  
Bio-Joghurt nach  
griechischer Art



**L01**  
Homann  
Creme-Quartett

# Neuauflage

# „Käsetechnologie“



**SOFORT  
LIEFERBAR**

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

Historie sowie der Klärung grundlegender Begriffe der Käsetechnologie. Es wird die Herstellung zahlreicher Käsesorten detailliert erklärt. Darauf aufbauend werden die Chemie und Physik der Milchhaltsstoffe behandelt. Es folgen das umfangreiche Kapitel Labkäse, einschließlich der benötigten Hilfsstoffe, Frisch-, Sauermilch-, Koch-, Schmelz-, Molkenkäse und Molkenerzeugnisse, sowie Käse aus Büffel-, Schafs-, Ziegen-, Yak-, Kamel- und Rentiermilch. Die Beschreibung vieler Käsefehler, deren Ursachen und Maßnahmen zur Vermeidung werden dargestellt. 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.

## PRODUKTE DES JAHRES 2015/2016



L02

**Uplegger Food Company**  
Sabra  
Kichererbsen-Mus



L03

**Homann**  
Brottaufstrich mit  
Schinkenwurst &  
frischer Gurke



L04

**Edelweiß**  
Brunch Paprika &  
Grüne Chili



L05

**Schwarzwaldmilch**  
Schwarzwald-  
creme



L06

**Popp Feinkost**  
Streichduett



L07

**Homann**  
Auf-Brot-Salate



L08

**Direct France**  
Crème de Brie



L09

**Edelweiß**  
Milkana  
Sorte des Jahres  
Champignon



L10

**Privatkäserei Rupp**  
Feinster Streich  
Bergkäse, Rahm



L11

**Bayernland**  
Schmelzkäse-Trio



B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG

Josef Kammerlehner, Käsetechnologie, Ausgabe 2015, 971 Seiten,  
ISBN: 13-978-3-928709-20-0; 115,00 Euro (inkl. MwSt. und Versand Inland).  
Bezug über: B&L Mediengesellschaft mbH & Co.KG, Max-Volmer-Str. 28,  
40724 Hilden, fachbuch@blmedien.de oder auf moproweb.de/ktn

Molkerei Weihenstephan

## Weißblau im Herz'n auf Wintertour

Die Molkerei Weihenstephan setzt die erfolgreiche „Weißblau im Herz'n“-Tour fort und will die Marke nun auch während der kalten Jahreszeit zu einem Erlebnis machen. Bereits mehr als 85.000 Bayern haben im letzten Jahr die „Weißblau im Herz'n“-Tour besucht, die seit April 2015 in 25 bayerischen Städten und Gemeinden Halt gemacht hat. Damit noch mehr Menschen die weißblaue Welt von Weihenstephan erleben können, tourt die Molkerei nun zum ersten Mal auch



**In diesem Jahr geht „Weißblau im Herz'n“ erstmals auch im Winter auf Promotiontour**

im Winter durch den Freistaat. Im Rahmen der Wintertour will die Traditionsmolkerei mit Produktverkostungen, Gewinnspielen sowie einem Programm für die jüngsten Besucher wieder außergewöhnliche Akzente setzen.

In den Wintermonaten werden nun das weißblaue Tour-Mobil und die Weihenstephan-Erlebniswelt bei spektakulären Events in bayerischen Städten und Gemeinden Flagge zeigen. Nachdem am 6. Januar 2016 Weihenstephan beim Hornschlittenrennen in Garmisch-Partenkirchen mit einem eigenen weißblauen Rennteam sowie einem handgefertigten Hornschlitten an den Start gegangen war, durften sich die Besucher der Wintertour bei Erlangen on Ice auf echte „Eiskunst“ freuen. Außerdem macht die „Weißblau im Herz'n“-Wintertour am 30. und 31. Januar Halt bei der Chiemgau Team Trophy. Dort verwöhnt Weihenstephan die Langlauf-Teams auf ihrem Genusslauf von Inzell nach Reit im Winkel mit ihren Produkten.

Auch im Winter will Weihenstephan weiterhin wissen, warum die Bayern weißblau im Herz'n sind. Dieser Moment wird in der Weihenstephan-Fotobox festgehalten. Unter allen Teilnehmern wird zum Ende der Tour ein Helikopterflug inklusive weißblauem Picknick verlost.



**Im Anschluss an die Thekenpromotion startet die SCM die Printkampagne „Ein Stück vom Glück“**

**Der Swizzrocker, Nachfolger des traditionellen AlpenTilsiters, wird jetzt verstärkt einem breiten Publikum präsentiert, sowohl mit Gewinnspielen am POS als auch auf Foodmessen wie der Grünen Woche**



Switzerland Cheese Marketing GmbH

## Thekenaktionen für Le Gruyère und Swizzrocker

Die Switzerland Cheese Marketing GmbH (SCM) unterstützt jetzt wieder den Abverkauf von Le Gruyère AOP an den Käse-Bedienungstheken. Dazu hat die SCM ein Paket geschnürt, das einen Thekenaufsteller mit 50 Gewinnspiel-Teilnahmekarten inklusive zweier neuer Rezepte sowie 20 Prepacking-Etiketten enthält. Bei einem Gewinnspiel werden drei GoPro HERO4-Actionkameras sowie 33 Käseglocken inkl. Gruyère AOP unter den Konsumenten verlost. Aber auch das Fachpersonal hat die Möglichkeit, eine von drei dieser Käseglocken zu gewinnen. Die Aktion läuft noch bis Ende Februar.

Im Anschluss daran soll eine Printkampagne (März bis Mai) unter dem Motto „Ein Stück vom Glück“ die Verbraucher zum Kauf von Le Gruyère AOP animieren. Dabei inszenieren neue, emotionale Anzeigenmotive Le Gruyère AOP als einzigartigen Genuss, der einen glücklichen,

gemeinsam erlebten Moment erst wirklich perfekt macht.

Des Weiteren setzt die SCM den würzigen – mindestens vier Monate lang gereiften – Schnittkäse namens Swizzrocker, der jetzt den traditionellen AlpenTilsiter ablöst, auffällig in Szene. Das entsprechende Promotionpaket enthält 40 Gewinnkarten sowie 18 Prepacking-Sticker und liegt bis März jedem Laibkarton bei. Konsumenten haben bei einem Gewinnspiel die Chance, 55 Mal ein Kilogramm Swizzrocker und jeweils einen Ledergürtel mit Edeldstahlschnalle im Swizzrocker-Look zu gewinnen. Zur Motivation des Bedienungspersonals warten auf dieses 20 der kultigen Swizzrocker-Gewinne. Für zusätzliche Aufmerksamkeit sorgen – nach der Anuga im letzten Jahr – weitere Auftritte auf mehreren Gourmetmessen sowie ein eigener Stand auf der Grünen Woche in Berlin, auf dem sich der Swizzrocker einem breiten Publikum präsentiert.

Heinrichsthaler Milchwerke

## Käse-Abos per Internet

Die Heinrichsthaler Milchwerke haben ihren Internet-Auftritt ([www.heinrichsthaler.de](http://www.heinrichsthaler.de)) aufgefrischt und dort auch einen neuen Online-Shop integriert. Hier kann man nun nach Lust und Laune shoppen – auch zu Zeiten, wenn einem danach ist oder der vergessene Einkaufszettel wieder einfällt, so das Unternehmen. Außerdem stellt Heinrichsthaler auch noch das Käse-Abo „3KäseHoch“ vor. Dort kann man seine Lieblingsorte(n) von Heinrichsthaler bestellen und nach Hause liefern lassen. Oder mit diesem Service auch einer lieben Person etwas Gutes tun, empfiehlt Heinrichsthaler. Darüber hinaus wird auf der Seite eine Promotion veranstaltet, bei der den Teilnehmern zehn fröhliche Frühstückssets und einige der Käse-Abos als Gewinn winken. Dazu muss man nur die Gewinnspielfrage richtig beantworten.

**Heinrichsthaler hat seine Homepage überarbeitet, bietet dort jetzt u. a. auch ein Käse-Abo an und verlost zehn fröhliche Frühstückssets**





# DIE BESTEN KÄSE ÖSTERREICHS

Österreich kürte seine besten Käse in zehn Kategorien mit dem Käsekaiser 2016. Auch der beliebteste österreichische Käse in Deutschland wurde ausgezeichnet.

Die Agrarmarkt Austria Marketing GmbH (AMA) hatte wieder – zur nunmehr 19. – Käsekaiser-Gala geladen und alles, was Rang und Namen in der österreichischen Käsebranche hat, war dieser Einladung nach Wien gefolgt. Die Burg Perchtoldsdorf bot den passenden Rahmen für die Verleihung der goldenen Käsekaiser-Statuen. 185 Käse waren in diesem Jahr zur Begutachtung eingereicht worden, darunter 27 Innovationen. Bereits diese Zahlen belegen, wie begehrt die Auszeichnung für die österreichischen Hersteller ist. Eine

80-köpfige Jury, bestehend aus Käsesommeliers, Fachjournalisten, Produzenten und Vertretern des Handels, ermittelte die besten fünf Käse in jeder der insgesamt zehn Kategorien. Ein national und international besetztes, unabhängiges Gremium kürte aus dieser Auswahl die Besten der Besten. „Es ist uns eine Ehre, alljährlich die Käsekaiser für die Spitzenleistungen der Käsekultur vergeben zu dürfen. Die vielen Einreichungen und die gekürten Käse sind Beweis für die traditionelle und gleichzeitig lebendige Käsekultur in unserem Land“, er-

klärte Michael Blass, Geschäftsführer der AMA-Marketing.

Die begehrten Statuen wurden in den folgenden Kategorien verliehen: Frischkäse, Weichkäse, Schnittkäse mild-fein – in dieser Kategorie wurden aufgrund der Expertenwertung erstmalig zwei Käsekaiser vergeben – Schnittkäse g'schmackig, Schnittkäse würzig-kraftig, Hartkäse, Bio-Käse, Käsespezialitäten und -traditionen sowie Innovation. Außerdem wurde der beliebteste österreichische Käse in Deutschland gekrönt

# Kärntnermilch Auszeichnungen Doppelt hält besser!



Der edel-milde Schnittkäse aus der Drautaler Traditionskäseerei.

Nur die Rohmilch, die den weltweit strengsten Qualitätskriterien entspricht, wird für die Kärntnermilch Käsespezialitäten verwendet. Hergestellt mit höchster Sorgfalt und nach traditioneller Methode.

Ausgezeichnet mit dem World Cheese Award 2016 Bronze.

Ausgezeichnet mit dem World Cheese Award 2016 Bronze.

## Bio-Wiesenmilch Almkäse ausgezeichneter Natur-Genuss!

- \* Wir sind alle ein Teil des Ganzen
- \* Beste Rohmilch
- \* Artenvielfalt schützen und fördern
- \* Tiere artgerecht behandeln
- \* Genuss hochwertiger Lebensmittel

Der Käse-Kaiser 2016 ging in der Kategorie „Bio-Käse“ an den würzig-kraftigen Bio-Wiesenmilch Almkäse der Kärntnermilch. Die begehrte Auszeichnung ist eine Anerkennung der herausragenden Qualität und des hervorragenden Geschmacks. Bio-Wiesenmilch ist ein Garant für die höchste Bio-Qualität aus der Region.



[www.biowiesenmilch.at](http://www.biowiesenmilch.at)

[www.kaerntnermilch.at](http://www.kaerntnermilch.at)



„Die weltbeste Rohmilch!“

Zum beliebtesten österreichischen Käse in Deutschland wurde der zehn Monate gereifte Vorarlberger Bergkäse gekürt. Im Bild v. li.: Harald Weidacher (Obmann Käsesommelier-Verein), Minister André Rupprechter, Käsekönigin Rosa Kohler, Luzius Gassner (Verkaufsleiter Vorarlberg Milch), Raimund Wachter (Geschäftsführer Vorarlberg Milch), Michael Blass (Geschäftsführer AMA Marketing).



– eine Auszeichnung, die für die exportorientierte Käsebranche einen besonderen Stellenwert genießt. In diesem Jahr durften Raimund Wachter und Luzius Gassner von der Vorarlberg Milch diesen Preis für ihren zehn Monate gereiften Vorarlberger Bergkäse entgegennehmen.

„Kulinarische Spezialitäten aus Österreich sind in ganz Europa für ihre Qualität bekannt. Wichtig ist, dass heimische Produkte auch in den Regionen selbst die verdiente Wertschätzung finden. Regionaler Konsum ist nicht nur

ein Genuss, er stärkt unsere Landwirtschaft und schont durch kürzere Transportwege die Umwelt. Das möchte ich fest in den Köpfen der Menschen verankern, darauf machen wir mit Initiativen wie „Schau drauf“ aufmerksam. Auf unseren Käse können wir dabei besonders stolz sein. Bei so vielen hervorragenden Produzentinnen und Produzenten ist

die Kür zum Käsekaiser natürlich eine besondere Auszeichnung“, erklärte Bundesminister André Rupprechter bei der Preisverleihung.

Die Käsekaiser-Gala bietet auch den stimmungsvollen Rahmen für die Ehrung verdienter Persönlichkeiten, die sich durch ihr Engagement für die Käsekultur Österreichs auszeichnen. Als Kä-



**Zum obligatorischen Gruppenbild versammelten sich die mit dem Käse-Kaiser ausgezeichneten Vertreter der Hersteller und des Lebensmittel-Einzelhandels**

# Käse" 2x Käsekaiser

für Ländle Mostkäse und Vorarlberger Bergkäse



**Vorarlberger Bergkäse - 10 Monate gereift**  
Kategorie: beliebtester österr. Käse in Deutschland

Der elfenbeinfarbige Teig, der zur Rinde hin immer dunkler wird, verweist auf die lange Reifezeit und ist sortentypisch für Bergkäse. Im Duft werden satte Aromen wie Dörrobst und Erdnuss durch Noten von reifer Maracuja und Zitrusfrüchten aufgefrischt. Anklänge von Rahm und Malz führen eine süßliche Assoziation herbei. Aromatisch beginnt der Geschmackseindruck: Malz und dunkles Karamell verströmen einen ruhigen und zugleich noblen Eindruck.

**Ländle Mostkäse**  
Kategorie: Schnittkäse g'schmackig

Der Ländle Mostkäse ist eine elegante Interpretation des Themas Most. Er besticht durch seinen strohgelben Teig und verbreitet einen fein würzigen Duft nach Rahm, Malz und zart apfeligen Noten. Kompakt, geschmeidig und mürb gefällt der Käse am Gaumen. Harmonisch fügen sich Rahm, röstige Komponenten und ein eleganter Zitrustouch hinzu.

Infos: Vorarlberg Milch eGen • Nofler Straße 62 • A-6800 Feldkirch • [www.vmilch.at](http://www.vmilch.at)



VORARLBERGMILCH



## DIE SIEGER AUF EINEN BLICK

<b>Kategorie:</b>	<b>Frischkäse</b>
<b>Produkt:</b>	<b>Schärdinger Landfrischkäse Natur</b>
<b>Hersteller:</b>	<b>Berglandmilch eGen</b>
<b>Kategorie:</b>	<b>Weichkäse</b>
<b>Produkt:</b>	<b>Berggold1886 fein &amp; würzig</b>
<b>Hersteller:</b>	<b>Geschwister Bantel GmbH</b>
<b>Kategorie:</b>	<b>Schnittkäse mild-fein</b>
<b>Produkt:</b>	<b>Drautaler / Schärdinger Bergbaron</b>
<b>Hersteller:</b>	<b>Kärntnermilch reg. Gen.m.b.H / Berglandmilch eGen</b>
<b>Kategorie:</b>	<b>Schnittkäse g'schmackig</b>
<b>Produkt:</b>	<b>Ländle Mostkäse</b>
<b>Hersteller:</b>	<b>Vorarlberg Milch eGen</b>
<b>Kategorie:</b>	<b>Schnittkäse würzig-kräftig</b>
<b>Produkt:</b>	<b>Der Echte Schnifner Laurentius extra pikant</b>
<b>Hersteller:</b>	<b>Sennerei Schnifis und Umgebung reg. Gen.m.b.H</b>
<b>Kategorie:</b>	<b>Hartkäse</b>
<b>Produkt:</b>	<b>Erzherzog Johann</b>
<b>Hersteller:</b>	<b>Obersteirische Molkerei eGen</b>
<b>Kategorie:</b>	<b>Bio-Käse</b>
<b>Produkt:</b>	<b>Bio Wiesenmilch Almkäse</b>
<b>Hersteller:</b>	<b>Kärntnermilch reg. Gen.m.b.H</b>
<b>Kategorie:</b>	<b>Käsespezialitäten und -traditionen</b>
<b>Produkt:</b>	<b>Schlierbacher Bio Schaffrischkäse Natur</b>
<b>Hersteller:</b>	<b>Concept Fresh VertriebsgmbH</b>
<b>Kategorie:</b>	<b>Innovationen</b>
<b>Produkt:</b>	<b>Tirol Milch Urtyroler</b>
<b>Hersteller:</b>	<b>Tirol Milch</b>
<b>Kategorie:</b>	<b>Beliebtester österreichischer Käse in Deutschland</b>
<b>Produkt:</b>	<b>Vorarlberger Bergkäse 10 Monate</b>
<b>Hersteller:</b>	<b>Vorarlberg Milch eGen</b>

sesommelier des Jahres wurde Friedrich Philipp, Fachvorstand der Tourismusschule Villach, gekürt. Philipp war vor mehr als zwanzig Jahren einer der Ideengeber für die Käsekennerausbildung der AMA, die er maßgeblich mitgestaltete und bis heute engagiert mitträgt. Der Käsesommelier setzt ganz besonders auf die Ausbildung von Jugendlichen und ist ein leidenschaftlicher Botschafter regionaler Spezialitäten. Käse ist sein liebstes Lebensmittel im Unterricht. „Wenn er Käse im Unterricht vermitteln darf, leuchten seine Augen“, begründete Harald Weidacher, Obmann des Käsesommelier-Verbandes, die Entscheidung.

## DIE SCHÖNSTEN KÄSEVITRINEN DES HANDELS

bis 600 qm: Nah&Frisch, Michaela Moser - 8862 Stadl an der Mur 118

von 601 bis 1.600 qm: Eurospar Kronhalde in Bregenz - Kennelbacher Straße 1, 6900 Bregenz

über 1.600 qm: Merkur am Hohen Markt - Hoher Markt 12, 1010 Wien



# TIROLER KÄSE- VIELFALT

KÄSEKAISER 2016  
WORLD CHEESE  
AWARDS GOLD  
2015-16

**Urtyrooler**  
12 MONATE GEREIFT

**Tiroler Adler**  
PREMIUM-ALPENREIFE  
9 MONATE GEREIFT

**Felsenkeller**  
Tiroler Käse  
7 MONATE GEREIFT

WORLD CHEESE  
AWARDS SILBER  
2015-16

**Alpzirler**  
cremig  
6 MONATE GEREIFT



**34 Fachkräfte aus den Bedienungsabteilungen der Edeka Südwest und Oliver Gahmann (oberes Foto, ganz rechts), Leiter Außendienst Emmi Deutschland), haben kürzlich der Kaltbach-Höhle von Emmi in der Nähe von Luzern einen informativen Besuch abgestattet. Dort erfuhren sie alles Wissenswerte rund um Kaltbach-Käse, und Käsetrainer Heinz erklärte ihnen auch, wie man Kaltbach-Käse fachgerecht aufschneidet und attraktiv verpackt.**



**Kaltbach.** Um das Besondere der Emmi Kaltbach-Käse kennenzulernen, machten sich Anfang Dezember 34 Fachkräfte der Bedienungsabteilungen aus der Edeka-Region Südwest auf den Weg in die Schweiz. Vor Ort erklärte Käsetrainer Heinz Wüthrich der Reisegruppe die Vorzüge Schweizer Sorten und warum Käse aus der Alpenrepublik etwas teurer sind. Zudem zeigte er, wie man die Kaltbach-Käse fachgerecht aufschneidet und verpackt. Anschließend ging es zusammen mit Käsemeister Anton Huber in die Kaltbach-Höhle, in der sich die Teilnehmer der Reise ein Bild davon machen konnten, wie die Käse in der Sandsteinhöhle reifen und gepflegt werden.

**Kopenhagen.** Die Molkereigenossenschaft Arla Foods wurde jetzt für ihren Erfolg auf dem deutschen Markt durch die Deutsch-Dänische Handelskammer mit dem Wirtschaftspreis 2015 ausgezeichnet. Im feierlichen Rahmen nahm Tim Ørting Jørgensen, Geschäftsführer Arla Foods CCE, den Preis Ende November in Kopenhagen entgegen. „Wir sind stolz und freuen uns sehr, den diesjährigen Deutsch-Dänischen Wirtschaftspreis gewonnen zu haben. Hinter uns liegt eine intensive Reise, die dazu geführt hat, dass wir in den letzten Jahren eine führende Position auf dem deutschen Markt eingenommen haben. Diese Auszeichnung ist daher eine schöne Anerkennung für unsere Arbeit und zugleich Motivation, dass wir unser Geschäft weiterentwickeln und unsere Ergebnisse verbessern“, betonte Tim Ørting Jørgensen.

**Auf der Feinschmeckermesse Food & Life konnten die Besucher ausgiebig Käse probieren. Auch die Andechser Molkerei Scheitz nutzte die Gelegenheit, auf der Messe ihre Produkte einem breiten Publikum vorzustellen. Im Bild (v. l.): die Bayerische Milchprinzessin Eva-Maria Bäuml sowie die Andechser-Werbedamen Erika Lengauer und Astrid Jahnke.**



**(v. links): Jens-Peter Saul, Präsident der Deutsch-Dänischen Handelskammer, überreicht Tim Ørting Jørgensen den Deutsch-Dänischen Wirtschaftspreis 2015.**





**Zehn stolze Käsesommeliers, Teilnehmer des zweiten bayerischen WIFI-Lehrgangs, stellten sich nach der Prüfung selbstbewusst dem Fotografen**

**Olching.** Weitere zehn Absolventen des WIFI-Lehrgangs zum Diplom-Käsesommelier dürfen sich ab sofort zum elitären Kreise der Käsesommeliers zählen. Die Ausbildung, die ein Schulungsangebot des WIFI Niederösterreich ist, wurde in Kooperation mit dem Käsefachvermarkter Heiderbeck in Olching auch in Bayern durchgeführt. Eine Jury aus namhaften Referenten prüfte und bewertete das erlernte Wissen der Teilnehmer und übergab im feierlichen Rahmen die international anerkannten WIFI-Diplome und Zeugnisse an die zehn frischgebackenen Diplom-Käsesommeliers. Fortan dürfen sie den Titel „Diplomierter Käsesommelier“ tragen. Das nächste Seminar in Bayern findet im Frühjahr 2016 vom 6. bis 13. März (Getränkekunde am 21. und 22. Februar 2016) in Olching statt. Informationen dazu gibt's im Netz unter [www.heiderbeck.com](http://www.heiderbeck.com).



**München.** Mehr Besucher, mehr Aussteller und zusätzliche Programm-Highlights – die Feinschmeckermesse Food & Life hatte Ende November 2015 wieder zu einer besonderen Geschmacksreise nach München eingeladen. Insgesamt kamen mehr als 130.000 Besucher zum Messeduo Heim+Handwerk/Food & Life, um die Spezialitäten der mehr als 250 Aussteller aus 14 Ländern zu probieren und zu kaufen.

Dabei tischten nicht nur u. a. Winzer, Brauer und Chocolatiers außergewöhnliche Köstlichkeiten auf, sondern auch Hofkäseereien und bekannte Molkereiunternehmen. Mit von der Partie waren da zum Beispiel die Andechser Molkerei Scheitz, die Bergader Privatkäserei, die Schönegger Käse-Alm, die Trüffelmanufaktur Göschle und die Switzerland Cheese Marketing GmbH. Die nächste Food & Life findet vom 23. bis zum 27. November 2016 statt.



**Die Diskussionsrunde (v. l.): Michael Wiener, Olaf Tschimpke, Prof. Dr. Günther Bachmann, Marion Sollbach, Dr. Wolfgang Ingold und Moderatorin Judith Rakers.**

**Judith Rakers und Michael Wiener führten durch das Programm.**



**Berlin.** Anlässlich des 25-jährigen Bestehens des Grünen Punkts kamen in Berlin 150 Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Politik, Verwaltung und Gesellschaft zusammen. Neben einem Rückblick auf die Leistungen des dualen Systems zur Erfassung und Verwertung von Verkaufsverpackungen für Umwelt, Wirtschaft und Verbraucher stand auch die Weiterentwicklung der Kreislaufwirtschaft im Fokus der Veranstaltung.

Michael Wiener, CEO der Duales System Holding, richtete in seiner Eröffnungsrede den Blick auch nach vorn. Angesichts globaler Herausforderungen wie Klimawandel, Vermüllung der Meere und endlicher Ressourcen sei die Entwicklung hin zu einer umfassenden Kreislaufwirtschaft alternativlos.

In einer Talkrunde diskutierten Dr. Günther Bachmann (Rat für Nachhaltige Entwicklung), Dr. Wolfgang Ingold (Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie), Marion Sollbach (Handelsverband Deutschland) und Olaf Tschimpke (NABU) gemeinsam mit Michael Wiener und Moderatorin Judith Rakers über Chancen und Herausforderungen der Kreislaufwirtschaft.

Als „Game Changer“, so eine Erkenntnis der Runde, habe der Grüne Punkt einen entscheidenden Bewusstseinswandel hervorgerufen: Abfall werde nicht mehr als Müll gesehen, sondern als wichtige Rohstoffquelle. Deutschland sei deshalb auch kein rohstoffarmes, sondern ein rohstoffreiches Land, folgerte Prof. Bachmann. Verwendete Ressourcen müssten nur im Kreislauf geführt werden. Daraus entwickelte Olaf Tschimpke eine Vision: „In 25 Jahren ist der Grüne Punkt das Rohstoffunternehmen.“

# Aktuell auf unserem Jobportal

- ✓ **BMI sucht:**  
Elektroniker für Betriebstechnik (m/w)  
Elektroniker für Automatisierungstechnik (m/w)  
Schichtführer (m/w)
- ✓ **International erfolgreiches Familienunternehmen sucht:**  
Leiter Supply Chain Mgt. (m/w)
- ✓ **Hochschule Fulda:**  
Professur (W2) im Fachgebiet Lebensmitteltechnologie zu besetzen

Weitere Informationen finden Sie unter [www.moprojob.de](http://www.moprojob.de)



Foto: © Minerva Studio - Fotolia.com

# mopro job.de

## FIRMEN UND MARKEN IN DIESER AUSGABE

### Unternehmen

**A**grarmarkt Austria .... 6/38  
Alpenhain.....13  
Alpro .....16  
Andechser Molkerei  
Scheitz ..... 44  
Arla Foods ..... 8/16/24/44  
Axel Brinkhaus  
GmbH & Co. KG.....15  
**B**aldauf Käse ..... 22  
Berglandmilch ..... 42  
**C**lasoft .....15  
Comité Interprofessionel  
du Comté.....12  
Concept Fresh..... 10/42  
Conorzio  
Grana Padano .....12  
Cremo SA  
von Mühlent ..... 10  
**D**airy Fine Food .....13  
Danone ..... 20  
Duales System Holding ... 45  
**E**deka Südwest..... 44  
EHI Retail Institute ..... 6  
Ehrmann ..... 20  
Emmi..... 44  
**F**ood & Life ..... 45  
FrieslandCampina  
Germany ..... 12/13/24  
**G**eschwister Bantel ..... 42  
Grano Vita .....15

Gut von Holstein.....15  
**H**eiderbeck..... 10/45  
Heinrichsthaler  
Milchwerke..... 37  
Hirztaler Käserei..... 8  
**K**aasmakerij  
Henri Willig ..... 20  
Kärntnermilch ..... 42  
Karwendel-Werke .....13  
Käse Wolf .....16  
**L**ekkerkerker-Gruppe ... 18  
**M**intel.....14  
Molkerei Söbbeke ..... 20  
Molkerei  
Weihenstephan..... 19/37  
**N**ÖM .....19  
**O**bersteirische  
Molkerei ..... 42  
Ökologische  
Molkereien Allgäu .....16  
Omira .....12  
Ornuva ..... 20  
**R**upp AG.....10  
**S**avencia Fromage  
& Dairy .....12  
Sennerei Schnifis  
und Umgebung ..... 42  
Switzerland  
Cheese Marketing  
GmbH ..... 13/18/37  
**T**irol Milch..... 42

Tofumanufaktur  
Christian Nagel .....15  
**V**orarlberg Milch..... 42  
**W**IFI ..... 45  
Wijngaard Kaas.....19  
World Cheese Award..... 10

### Marken

**A**ctimel ..... 20  
Allgäuland .....16  
Alma ..... 10  
Almighurt..... 20  
AlpenTilsiter ..... 18  
Arla Gourmet-Butter ..... 25  
Arla Skyr..... 25  
Arla..... 8  
**B**erggold1886..... 42  
Butaris .....13  
**C**astello..... 8  
Comté.....12  
**D**er echte Schnifner  
Laurentius ..... 42  
Deutsche Obstbauern..... 20  
Drautaler ..... 42  
**E**dler Weisser .....16  
Erzherzog Johann..... 42  
Exquisa.....13  
**F**ol Epi.....12  
Fru fru.....19

**G**lückspilz .....16  
Grana Padano .....12  
Grüner Punkt..... 45  
Gruyère AOP ..... 10  
**H**exenberg-Käse ..... 8  
**K**altbach..... 44  
Kartoffelheld .....16  
Kasifood ..... 18  
Kerrygold.....20/25  
**L**ändle ..... 42  
Landliebe ..... 13/25  
Le Gruyère ..... 37  
Lebo ..... 18  
Lurpak ..... 8  
**M**inusL .....12  
**N**ÖM mix .....19  
**N**ÖM to go .....19  
**O**ptiwell ..... 12/25  
**P**olderkaas ..... 20  
Präsident..... 25  
**R**eypenaar .....19  
**S**chärdinger.....41  
Schlierbacher Bio ..... 42  
Schlierbacher Organic  
Selection ..... 10  
Swizzrocker ..... 18/37  
**U**rtyroler..... 42  
**V**eggi Filata ..... 15  
VeggiBelle No. 01 .....15  
Vorarlberger Bergkäse ... 42  
**W**ilmersburger.....15

## IMPRESSUM

ISSN 0176-5124

### Verlag:

B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG  
(Hilden), Verlagsniederlassung Bad Breisig,  
Zehnerstr. 22b, 53498 Bad Breisig  
Postfach 13 63, 53492 Bad Breisig  
Tel.: 02633/45 40-0,  
Fax: 02633/45 40-99  
E-Mail: [info@blmedien.de](mailto:info@blmedien.de)  
Homepage: [www.moproweb.de](http://www.moproweb.de)

### Herausgeber:

Hans Wortelkamp (-14)

### Objektleiter:

Burkhard Endemann (-16)

### Redaktionsleitung:

Frank Wegerich (-15)

### Redaktion:

Hans Wortelkamp (-14)  
Thorsten Witteriede (-20)  
Ulrike Schmitz (02 21/4 21 03 43)

### Redaktionssekretariat:

Stephanie Kusber (0 26 33/45 40-0)

### Grafikdesign:

Jeannette Knab (-18)

### Beratung Drucktechnik:

Stefan Seul (-17)

### Anzeigenverkauf/Anzeigenkoordination:

Stefan Seul (-17),  
Carola Seiwert (-11)

### Abonnentenbetreuung

#### und Leserservice:

B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG,  
Verlagsniederlassung München,  
Ridlerstraße 37, Rückgebäude, 3. Stock,  
80339 München,  
Fax: 0 89/3 70 60-111

### Ansprechpartner:

Frau Basak Aktas (verantwortlich),  
Tel.: 0 89/3 70 60-270, Fax: 0 89/  
3 70 60-111, E-Mail: [b.aktas@blmedien.de](mailto:b.aktas@blmedien.de)

Herr Patrick Dornacher,  
Tel.: 0 89/3 70 60-271,  
E-Mail: [p.dornacher@blmedien.de](mailto:p.dornacher@blmedien.de)

Die Fachzeitschrift **Milch-Marketing**  
erscheint jeweils zu Beginn des Monats.

Jahresbezugspreis: Inland 65,00 € inkl. MwSt.,  
Ausland 89,00 €; Einzelpreis 6,00 € inkl. MwSt.

### Bankverbindung:

Commerzbank AG, Hilden  
IBAN DE58 3004 0000 0652 2007 00,  
BIC: COBADE33XXX  
Gläubiger-ID: DE 13ZZZ00000326043

### Erfüllungsort und Gerichtsstand:

Bad Breisig

### Titelfoto: Ornuva

**Beilage:** Dieser Ausgabe liegt ein  
Prospekt der Conference Group zum  
Deutschen Molkereikongress sowie der  
Stimmzettel „Produkt des Jahres“ bei.

**Druck:** Druck+Logistik,  
Schlavenhorst 10, 46395 Bocholt  
Gedruckt auf chlorfreiem Papier.

Wirtschaftlich beteiligt i. S. § 9 Abs. 4 LMG  
Rh.-Pf.: B&L MedienGesellschaft mbH & Co.  
KG, Max-Volmer-Straße 28, 40724 Hilden.  
Geschäftsführer: Harry Lietzenmayer



Angeschlossen der Informations-  
gemeinschaft zur Feststellung der  
Verbreitung von Werbeträgern (IVWW)  
– Sicherung der Auflagenwahrheit

## Verzeichnis von Dienstleistern für POS-Marketing und Absatz/Verkauf von Molkereiprodukten

### KÄSE-SCHNEIDGERÄTE THEKENZUBEHÖR



**ISKO GmbH**  
Waldteichstraße 89  
46149 Oberhausen  
E-Mail: isko@isko-online.de

### INTERNATIONALE KÄSESPEZIALITÄTEN

Die Schweizer Käsespezialisten  
Unsere Neuheit: „die rote Hexe“

### BODENSEEKÄSE + SCHWEIZ

**Bodensee Käse AG**  
Rislén  
CH-9512 Rossrüti  
Tel. +41 71 911 13 26  
Fax +41 71 911 62 49  
info@bodensee-kaese.ch  
www.bodensee-kaese.ch



**HKL Hamburger Käselager GmbH**  
Hermann-Wüsthof-Ring 11  
21035 Hamburg  
Tel.: +49 (0) 40/75 24 75-0  
Fax: +49 (0) 40/75 24 75-75  
info@kaeselager.de  
www.kaeselager.de



Internationale und  
regionale Spezialitäten  
**Albert Barufe GmbH**  
– der Spezialist für Käse  
Hans-Sachs-Str.11,  
D-40721 Hilden  
Tel.: +49 (0) 2103/94 30 - 0  
Fax: +49 (0) 2103/310 60  
E-Mail: info@kaesebarufe.de  
www.kaesebarufe.de



**Carl Fr. Scheer GmbH + Co. KG**  
„Wir sprechen viele Sprachen“  
Industriegebiet Sand 1  
D-77731 Willstätt-Sand  
Tel.: +49 (0) 78 52/4 20  
Fax: +49 (0) 78 52/4 22 62  
E-Mail: info@kaesescheer.de  
www.kaesescheer.de

### HEIDERBECK

**Heiderbeck GmbH**  
Gewerbering 4  
82140 Olching  
Tel.: +49 (0) 8142/44567-0  
Fax: +49 (0) 8142/44567-211  
info@heiderbeck.com  
www.heiderbeck.com



**Ruwisch & Zuck**  
Die Käsespezialisten  
GmbH & Co. KG  
Hägenstraße 11  
30559 Hannover  
Tel.: 05 11/5 86 75-0  
Fax: 05 11/5 86 75-10  
info@ruwischzuck.de  
www.ruwischzuck.de

### SCHULUNGEN/SEMINARE



**European Cheese Center**  
Hägenstraße 13  
30559 Hannover  
Tel.: 05 11/5 86 66 26  
Fax: 05 11/5 86 66 36  
info@cheesecenter.de  
www.cheesecenter.de

### FACHPORTALE



### FleischNet.de

Onlinemagazin rund  
um Fleisch und Wurst

neues Design • neue Inhalte • neue Möglichkeiten

NEU GIERIG?

KAESEWEB.DE  
immer ein Genuss!

### TAGUNGEN/KONFERENZEN



Einchecken an der Supermarkt-  
kasse? Sitzen im Einkaufswa-  
gen? Tagen in der Dosenküche?  
Schlafen im exklusiven Themen-  
Zimmer?

Genau das ist bei uns möglich –  
in Europas erstem Supermarkt-  
Themenhotel, dem food hotel  
Neuwied.

Langendorfer Straße 155  
56564 Neuwied/Rhein  
Tel. +49 (0) 2631 82 52 0  
Fax +49 (0) 2631 82 52 444  
E-Mail: info@food-hotel.de  
www.food-hotel.de

### VERTRIEB



\*\*Flächendeckende Betreuung des LEH\*\*regionales Key Account\*\*Neukunden-Akquisition\*\*  
Schwerpunktaktionen\*\*Wettbewerbsbeobachtungen\*\*Produkteinführungen\*\*Distributionserhebungen\*\*

Wir fördern Ihre Produkte in Nord- & Ostdeutschland

Acos GmbH Handelsvertretung  
Frerich Asmus: 0171 / 888 0171  
Schwinkenrade 11  
23623 Ahrensböck  
Tel.: 0 45 05 / 57 00-0  
Fax.: 0 45 05 / 57 00-57  
eMail: info@acosgmbh.de  
www.acosgmbh.de



Käse Lehmann Handels-GmbH  
Erik Lehmann: 0163 / 437 6040  
Am Wachauer Wäldchen 20  
04416 Markkleeberg  
Tel.: 0 34 29 7 / 16 88-0  
Fax.: 0 34 29 7 / 16 88-32  
eMail: hv.vertrieb@kaese-lehmann.com  
www.kaese-lehmann.com

Sie wollen  
auch in der  
Kontaktbörse  
stehen?

Informationen unter:  
infobb@blmedien.de oder  
Tel.: 0 26 33/45 40-11,  
Stichwort „Kontaktbörse“

### KOMMUNIKATION



### POS-PROMOTION/ MERCHANDISING



**Scherf und Lahring**  
Distribution und  
Dienstleistung GmbH  
Hans-Böckler-Straße 17  
30851 Langenhagen  
Tel.: 05 11/7 85 13 03  
Fax: 05 11/7 85 13 18  
E-Mail: info@scherf-lahring.de

SEIT 1908

®

# ANDECHSER NATUR

Nur 0,2 % Fett

Rückverfolgbar  
bis zum Bio-Bauern

Vollmundiger Genuss

Im praktischen  
4 x 100g Cluster

Wertvolle Bio-Milch



## Viel Protein und wenig Fett

Bioland



Andechser Molkerei Scheitz · Biomilchstraße 1 · D-82346 Andechs  
Tel. +49 (0) 81 52 / 379-0 · [www.andechser-natur.de](http://www.andechser-natur.de)