

Milch- Marketing

Januar 2017

1

www.moproweb.de

PRODUKTE • MÄRKTE • TRENDS • KONZEPTE

Auch beim Käse ist
alles in Butter.

Kerrygold: Deutschlands Cheddar Nr. 1*.



Das Gold der Grünen Insel

*Quelle: IRI LEH+DM Total, Käse, MAT Okt. 2016



Standorte für Milch
Milchprodukte

Land	Region	Unternehmen	Produkte
Deutschland	Bayern	Alpenmilch	Alpenmilch, Alpenmilchprodukte
		Alpenmilch	Alpenmilch, Alpenmilchprodukte
Deutschland	Baden-Württemberg	Alpenmilch	Alpenmilch, Alpenmilchprodukte
		Alpenmilch	Alpenmilch, Alpenmilchprodukte



**& NEU
aktuell**

molkerei industrie

SPEZIAL

BRANCHENÜBERSICHT
MILCH 2016

- Rankings (Umsatz und Milchverarbeitung) deutscher Hersteller
- Kurzportraits der wichtigen Unternehmen in Deutschland
- Ranking der TOP 30 der milchverarbeitenden Unternehmen weltweit
- Betriebsstätten und Ansprechpartner inkl. Adressen
- Marken und Sortimente
- Aktuelle Portraits der Molkereien in Österreich, der Schweiz, Frankreich, Belgien, den Niederlanden, Dänemark, Tschechien, UK und Irland
- Poster (DIN A1) und Broschüre
im Set zum Preis inkl. MwSt. und Versand: 245 Euro

Bestellen Sie bequem im Internet unter www.moproweb.de/mis2016
oder bei B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG, Leser-Service
Zehnerstraße 22b, 53498 Bad Breisig
Telefon: 0 26 33/45 40-0, Fax: 0 26 33/45 40-99

München. Die Landesvereinigung der Bayerischen Milchwirtschaft (LVBM) hat in München ein Pilotprojekt in führenden Studios der Fitnesskette „Fitness First“ gestartet. Unter dem Motto „Fit mit Milch. Bewusst und gesund leben“ wurde das Standkonzept zunächst in drei Studios der Kette getestet. Laut LVBM mit Erfolg: Insgesamt circa 1.800 Sportinteressierte konnten sich an drei Abenden mit Informationen und eiweißreichen Milchsnacks versorgen und mit Fitnessexperten der Landesvereinigung ins Gespräch kommen. Praktisches Wissen lieferte u.a. ein Fitness-Flyer: Neben allgemeinen Tipps für z. B. Kraft- und Ausdauertraining zeigt er, wie das proteinhaltige Powerpaket – die Milch – den Trainingserfolg unterstützt. Weitere Verbraucherveranstaltungen im urbanen Raum sind bereits in Planung. ■



„Fit mit Milch“ – das Team der Landesvereinigung vermittelt Sportlern im Fitnesscenter die Vorteile von Milchprodukten im Rahmen ihres Trainingsplans.

Foto: LVBM

Radeberg. Die Heinrichthaler Milchwerke hatten im letzten Jahr wieder zum „Heinrichthaler Käsebrötchen-Award“ aufgerufen. Das Backhaus Café Liese aus Bestwig (Nordrhein-Westfalen) ist dabei als Gewinner gekürt worden. Mit der fachlich ansprechenden und innovativen Rezeptidee des „Bierkäse-Baguette“ konnte Bäckermeister Jörg Liese die Jury überzeugen. Damit gewinnt die engagierte handwerkliche Bäckerei aus dem Sauerland nach 2013 zum zweiten Mal diese begehrte Branchenauszeichnung. Neben der gläsernen Award-Trophäe und der Urkunde erhält der Sieger ein Preisgeld von 1.000 Euro sowie 20.000 Käsebrötchen-Award-Brötchentüten für den Verkauf. ■



Mit dem Bierkäse-Baguette konnte Bäckermeister Jörg Liese die Jury überzeugen und den ersten Preis gewinnen.



Der Schwingerkönig 2016, Matthias Glarner (l), ist neuer Markenbotschafter der Geska AG. Rechts im Bild Hermann Luchsinger, Inhaber und Geschäftsführer der Geska AG.

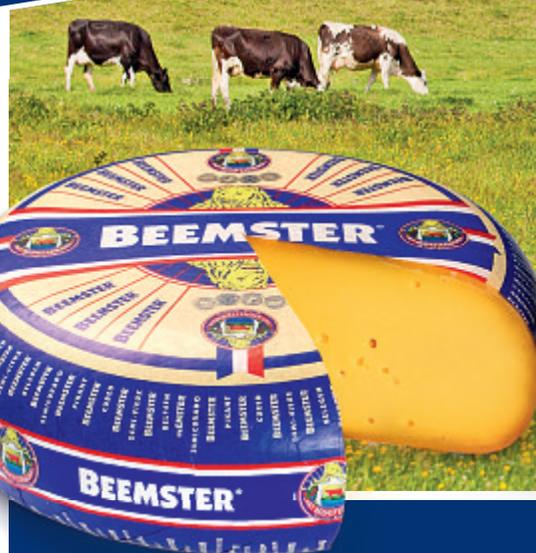
Glarus/Schweiz. „Glarner für Glarner.“ Das ist die Botschaft, mit der der Glarner Schabziger und alle weiteren Produkte der schweizerischen Geska AG, Hersteller u. a. des Traditionsproduktes Schabziger, zu noch mehr Präsenz und Beliebtheit verhelfen soll. Die mehrjährige Partnerschaft mit Matthias Glarner, dem letztjährigen Schwingerkönig, ist aufgrund der Gemeinsamkeiten nicht nur des Namens Glarner, sondern auch in der Sache des Schwingsports und des ältesten Markenproduktes der Schweiz eine sinnvolle und wirksame Botschaftskampagne, teilt die Geska mit. ■



„Ich **LIEBE** Beemster, den leckersten Käse der Welt!“



GRATIS MAGNETE
Ab Anfang Februar gibt es das Beemster Käsemädchen als Magnet-Button



- 4 Monate gereifter echter Noord-Hollandse Gouda
- Aromatisch und vollmundig im Geschmack
- Nur an der Käsebedientheke



Königlicher
Hoflieferant



Aus 100%
Weidemilch



www.beemster.de

Leserwahl der Produkte des Jahres 2016/2017: Alle Neuheiten auf einen Blick.

SEITE 21



Der „Käsekritzler“: Eine neue Idee aus den USA zum kreativen Umgang mit Käse.

SEITE 32



KOMPAKT

- Emmi:** Kaltbach-App für die Käsetheken 6
- Epta:** Neues Kühlregal mit transparenten Türrahmen 6
- ARGE Heumilch:** Neue Broschüre mit Heumilch-Rezepten 7
- Schwarzwaldmilch:** Innovative Umkartons für bessere Sichtbarkeit 7
- Heiderbeck:** Käseurse jetzt auch in Rheinland-Pfalz 7
- Edeka Mohr:** Genusskarten gegen die Vergesslichkeit..... 8
- Rewe:** Milchprodukte werden GVO-frei 8
- SIG Combibloc:** Neuer Karton mit robuster Struktur 8
- Heiderbeck:** Hausmesse jetzt auch im food hotel Neuwied 10
- LVBM:** Frisch gebackene Käsesommeliers in Bayern 10
- Fromi:** Neue Käsekataloge 2016/2017... 10

- Emmi:** Kaltbach wird zum Exportschlagert 11
- Tetra Pak:** Neue Verpackung mit hohem Bio-Anteil..... 11
- Heiderbeck:** Käsespezialitäten für Frühjahr und Sommer 11

ANALYSE

- Mafowerk:** Verbrauchergewohnheiten beim To go-Konsum 12
- IRI:** Aktuelle Entwicklungen auf dem Weichkäsemarkt 30

AKTIONEN

- Privatmolkerei Bauer:** Große Kampagne für Feinste Puddings von Mövenpick 16
- Zott:** Glückscodes-Promotion für Monte 16
- Cono Kaasmakers:** POS-Aktion mit dem Kissing Cheesegirl 17
- Schwarzwaldmilch:** Onpack-Promotions für Trinkmilch 17

- Emmi:** Caffè Latte veranstaltet Montags-Gewinnspiel 17
- Garmo:** Mit Gazi in den Freizeitpark.. 17
- SCM:** Thekenpromotion für Le Gruyère AOP 18
- Lustenberger & Dürst:** Le Superbe verlost Wellness-Wochenenden 18
- Bärenmarke Vertriebsgesellschaft:** Neue Strategie gestartet..... 18
- Karwendel-Werke:** Internet-Gewinnspiel für miree 18

PRODUKTE DES JAHRES

- Leserwahl:** Die Favoriten unter den Mopro-Neuheiten des letzten Jahres 20

TECHNIK

- USA:** Neue „Klebspistole“ für Käsefans..... 32

ÖSTERREICH

- AMA:** Große Gala für die Käsekaiser-Gewinner 34



Ihre MoPro-Expertin bei IRI:

Eva Odenthal

T +49 (0)211.36119.299

F +49 (0)211.36119.462

M +49 (0)151.679.12091

eva.odenthal@IRIworldwide.com

Inhalt

Sind Sie sicher, dass Sie Ihr Potenzial voll ausschöpfen?

Mit unserer einzigartigen Kombination aus aktuellen Marktinformationen, umfassendem Marktverständnis, prädiktiver Analytik, vorausschauenden Insights und führenden Technologien helfen wir unseren Kunden, erfolgreich zu wachsen.

95 Prozent der Konsumgüterunternehmen der „Fortune 100“ arbeiten bereits mit uns zusammen.



IRI
Growth delivered.

World Cheese Award: Österreichische Teilnehmer recht erfolgreich 40

NEUE PRODUKTE

Berglandmilch: Neue Käse für SB und Bedienung 43

Hamburger Käselager: Schwarzwald-Traube aus dem Rotweinfass 43

Prolupin: Veganer Brotaufstrich mit Lupineneiweiß 43

Molkerei Söbbeke: Winterliche Biojoghurts 43

Privatmolkerei Bauer: Sommerliches Joghurt-Quartett 43

Berglandmilch: Flaumige Desserts mit Fruchtsoße 44

Käse Wolf: Alter Alm-Öhi aus der Schweiz 44

Arla Foods: Saisonale Abwechslung bei Castello-Ringen 44

FrieslandCampina Germany: Magermilchjoghurt mit viel Eiweiß 44

Molkerei Müller: Milchreis auf Amerikatrip 44

Heiderbeck: Pecorini aus der Emilia Romagna 44

Milchwerke Berchtesgadener Land: Laktosefreier Bioquark 44

Berglandmilch: Zuwachs bei den Lattella-Drinks 45

KäseStrasse Bregenzerwald: Pikanter Käse aus Heumilch 45

Molkerei Müller: Sortenwechsel bei den Eckenjoghurts 45

RUBRIKEN

Kontakte 3

Kurznachrichten 6/8

Kampagnen 19

Register 46

Impressum 46

Kontaktbörse 47

www.moproweb.de

Milchpreise klettern wieder nach oben

Die Erzeugerpreise für konventionell erzeugte Milch haben im Herbst des letzten Jahres so stark zugelegt wie seit neun Jahren nicht mehr. Bemerkenswert ist zudem, dass sich der Preisanstieg bis zum Jahresende fortgesetzt hat. In Schleswig-Holstein wurde die Marke von 30 Cent bereits geknackt. Weitere Bundesländer dürften die Marke inzwischen ebenfalls überschritten haben.

Bergader baut Produktion aus

Die Privatkäserei Bergader will ihre Produktion weiter ausbauen. Die Produktbereiche Schnitt- und Weichkäse (u. a. Bavaria blu), hätten sich derart gut entwickelt, dass eine Erweiterung der Produktionsanlagen unausweichlich sei, zitierte die Lebensmittel Zeitung kürzlich Inhaberin Beatrice Kress.

Food Online tut sich schwer

Eine Studie der Managementberatung A.T. Kearney verdeutlicht, dass es für deutsche Lebensmittelhändler ziemlich schwer ist, Verbraucher online zu gewinnen und zu halten. Konkret: Mehr als die Hälfte der befragten Deutschen haben noch nie Lebensmittel online bestellt. 23 Prozent der Online-Shopper waren mit Service und/oder Qualität nicht zufrieden und ein Viertel hat sich sogar wieder ausschließlich dem stationären Handel zugewandt.

Vertriebskooperation von Frischli und Wiesehoff

Die Geschäftsführungen der Frischli Milchwerke GmbH und der Sahnemolkerei H. Wiesehoff GmbH haben beschlossen, den operativen Vertrieb beider milchwirtschaftlicher Unternehmen zusammenzulegen. Um den langfristigen Charakter der Zusammenarbeit zu unterstreichen, erwerben die Frischli Milchwerke gleichzeitig eine Minderheitsbeteiligung an der Sahnemolkerei H. Wiesehoff. Die erforderliche Genehmigung durch das Bundeskartellamt wurde beantragt.

Berchtesgadener Land legt deutlich zu

Die Molkerei Berchtesgadener Land und mit ihm der angeschlossene Frischdienst haben in 2016 einen Umsatz von zusammen 236 Mio. Euro erwirtschaftet. Davon entfielen etwa 217 Mio. Euro auf die Molkerei, was ein Plus von sechs Prozent bedeutet.

Emmi

Die Kaltbach-App

Mit einer App „Kaltbach Professionals“ für Smartphones kann das Verkaufspersonal in den Bedienungstheken künftig den direkten Draht zu diesem höhlengreiften Käse nutzen. Exklusives Highlight der App ist das Treuepunkte-System. Dazu muss das Verkaufspersonal bei der Bestellung lediglich die Produkte einscannen und erhält dafür Punkte gutgeschrieben. Je nach Laib und Sorte können bis zu fünf Punkte auf einmal „verdient“ werden.

Bereits ab 15 gesammelten Punkten gibt es hochwertige Prämien, die exklusiv für den Gebrauch an der Käsetheke

bestimmt sind. Darunter sind Platten aus Schiefer und Echtholz, Etageren, Präsentationshilfen und viele weitere Produkte aus dem Sortiment von Boska Holland. Darüber hinaus bietet die App viele hilfreiche Informationen zu aktuellen Promotions und einen Bestellshop für kostenlose Prepacking-Aufkleber. Für Fragen rund um die Emmi-Produkte steht ebenfalls eine Funktion zur Verfügung, mit der das Verkaufspersonal schnell und unkompliziert Antworten erhält.



Die neue Kaltbach-App steht ab dem 15. Januar in Apples App-Store und Googles Play-Store zum Gratis-Download bereit

Epta

Scheinbar unsichtbar

Auf der Chillventa in Nürnberg hat Kühlmöbelhersteller Epta mit SkyView zum ersten Mal ein Kühlregal mit durchsichtigen Türrahmen vorgestellt. Der Vorteil: Die Waren treten in den Vordergrund, das Kühlmöbel in den Hintergrund. Ein weiterer Vorteil sei, so argumentiert Epta, dass im Vergleich zu den gängigen Türen die rahmenlose Variante vier Prozent mehr Auslagefläche bietet. Gleichzeitig zählt das Möbel weiterhin zu den effizientesten seiner Klasse – es wurde in die höchste En-

ergieffizienzklasse eingestuft. Außerdem überzeuge SkyView auch noch mit sehr guten Isoliereigenschaften.

„Zum ersten Mal haben wir ein Kühlmöbel auf den Markt gebracht, das vollständig ohne Verstrebungen auskommt“, erklärt Joachim Dallinger, Leiter Produktmanagement und Marketing bei Epta Deutschland. „Die Türen scheinen unsichtbar zu sein, dadurch sehen die Kunden im Supermarkt sofort das Wesentliche – die Lebensmittel.“

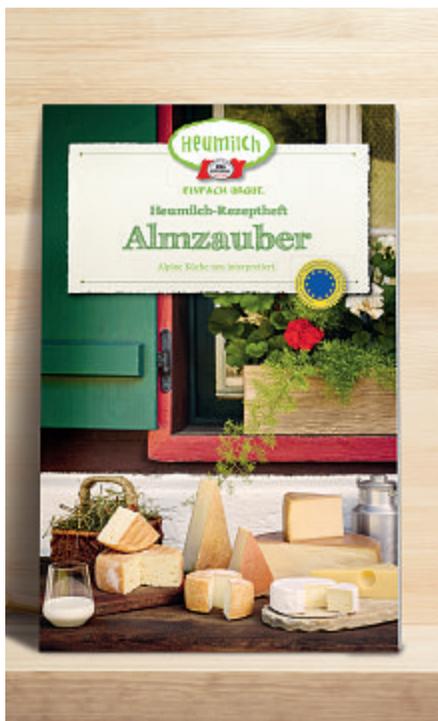


Epta bietet das Kühlregal SkyView jetzt auch mit transparenten Türrahmen und entspiegeltem Glas an

Almzauber daheim

Die Arge Heumilch hat mit Almhütten-Chefkoch Gerald Weiss ein neues Rezeptheft entwickelt, mit dem der typische Almhüttengenuss auch in der heimischen Küche gezaubert werden kann. In „Almzauber – alpine Küche neu interpretiert“ werden Rezepte wie deftige Kaspresknödel, flaumiger Erdäpfelkas oder herzhaftes Käsekräpferln vorgestellt, die man aus einer typischen Almhütte kennt. Milch und Milchprodukte sind auf der Zutatenliste österreichischer Hüttenschmankerln ein fixer Bestandteil.

Geprägt durch die alpine Bergbauernküche finden sich in diesen Speisen neben Zutaten aus der nächsten Umgebung vor allem Käsespezialitäten aus Heumilch wieder. Die Rezepte von Gerald Weiss gelten als Klassiker in der alpinen Küche, wurden von ihm aber raffiniert neu und zeitgemäß interpretiert. So wird zum Beispiel eine typische Käsesuppe durch die Beigabe eines blumig-duftenden Holunderkases zu einem absolut neuen Geschmackserlebnis. Das Rezeptheft kann



Klassiker der alpinen Küche neu aufgelegt. Im Mittelpunkt stehen Heumilchkäse.

kostenlos über die Internetseite www.heumilch.at bestellt werden.

Real-Markthalle in Krefeld

Neues Konzept mit neuem Design

Mit einem komplett neuen Konzept und Branding präsentiert Metro-Tochter Real ihr neues SB-Warenhaus in Krefeld. Die neue „Markthalle Krefeld“ wurde noch im November des letzten Jahres eröffnet und umfasst rund 11.500 qm Verkaufsfläche. Mit einer

ausgebauten Frischwarenabteilung inklusive Gastronomie, einem eigenen Nonfood-Areal und vollständig neuen Sortimentsstrukturen will Real sich deutlich vom ehemals preisorientierten Image entfernen und stattdessen einen Erlebniseinkauf bieten.



Frishwaren im Markthallen-Flair: Die „Manufaktur des guten Geschmacks“ umfasst neben der Obst- und Gemüseabteilung auch eine sehr modern gestaltete Käse-Bediensabteilung. Foto: Real SB-Warenhaus

Neue Kurse auch in Neuwied

Die bewährte Kooperation zwischen der Heiderbeck-Akademie und dem Wirtschaftsförderungsinstitut der Wirtschaftskammer Niederösterreich (WIFI NÖ) ermöglicht es, dass die Ausbildung zum(r) Diplom-Käsesommelier(e) nun auch in Rheinland-Pfalz stattfindet. In Zusammenarbeit mit der „food akademie“, der Bundesfachschule des Lebensmittelhandels, startet die Ausbildung zum Diplom-Käsesommelier nun erstmalig auch dort.



Ab Sommer 2017 können sich Mitarbeiter aus dem Lebensmittelhandel auch in Neuwied zum Dipl.-Käse-Sommelier ausbilden lassen

Die Teilnehmer absolvieren ihre Ausbildung im Blockunterricht, bestehend aus vier Studienblöcken zu je drei Tagen. Das vermittelte Wissen kann so zwischen den Unterrichtsblöcken optimal nachbereitet und gefestigt werden. U. a. werden Einblicke in technologische Verfahren der Käseherstellung und -reifung geboten. Darüber hinaus werden u. a. sensorische Kenntnisse über die Beschaffenheit der Produkte sowie Käse in der Ernährung, Harmoniekunde und Foodpairing vermittelt.

Die Ausbildung beginnt am 31. Juli 2017 mit dem Vorbereitungskurs Getränkekunde Basic. Nach erfolgreich absolvierter Prüfung erhalten die Absolventen ein WIFI-Zeugnis und ein von der Wirtschaft anerkanntes Diplom zur Käsesommeliere bzw. zum Käsesommelier. Die Anmeldung zur Ausbildung in Neuwied ist bereits jetzt möglich unter www.noewifi.at.

www.moproweb.de

Berchtesgadener Land zahlt höchste Milchpreise

Die Milchwerke Berchtesgadener Land konnten 2016 die verarbeitete Milchmenge um nochmals 13 Mio. kg auf über 300 Mio. kg steigern. Trotz der sehr massiven Milchkrise im letzten Jahr hat Berchtesgadener Land national weiterhin die höchsten Milchpreise von 40 Cent brutto an die Bergbauern und über 50 Cent an die Bio-Landwirte gezahlt. Neben den hohen Investitionen in Milchgeld und Kommunikation wurden über 15 Mio. Euro in die Fortentwicklung des einzigen Standortes in Piding investiert.

Meggle expansiv

Die Meggle-Gruppe verzeichnet für das abgelaufene Jahr 2016 einen Umsatz von über 900 Mio. Euro. Davon entfallen rund 600 Mio. Euro auf die Produktion im Stammwerk in Wasserburg. Bei der Produktion stand im letzten Jahr die Inbetriebnahme einer neuen Trocknung für Phosphorlaktose im Mittelpunkt. Ende 2017 soll ein umfangreiches Investitionsprogramm für die Herstellung von Laktose für Baby- und Kindernahrung abgeschlossen werden.

Sodiaal geht neue Wege

Frankreichs größte Molkereigenossenschaft, Sodiaal, führt versuchsweise 3-Jahres-Lieferverträge ein. Sie richten sich in erster Linie an Erzeuger, die mehr liefern wollen. Sie können bis zu 30 Prozent ihrer Milchmenge in der B-Preisstufe unterbringen. Frédéric Chausso von Sodiaal erklärte auf der EDA-Jahrestagung in Nizza, dass sein Unternehmen für einen 3-Jahresvertrag momentan einen B-Milchpreis von 30 Cent kalkuliert.

Gropper engagiert sich

Mitte Oktober 2016 wurde das Bündnis „Wir retten Lebensmittel“ vom Bayerischen Staatsministerium ins Leben gerufen. Mitglied der ersten Stunde ist die Molkerei Gropper aus Bissingen. Inzwischen engagieren sich außer Gropper noch weitere 37 Partner aus Bayern gegen Lebensmittel-Verschwendung. Heinrich Gropper, Inhaber der Molkerei Gropper, erklärte sein Engagement kürzlich mit den Worten: „Wir wollen unseren Beitrag leisten, damit das Thema stärker ins öffentliche Blickfeld rückt.“

Edeka Mohr, Bonn

Genusskarten gegen Vergesslichkeit

Eine interessante Idee, wie man Kunden an der Käsetheke bei der Suche nach einem bestimmten Käse auf die Sprünge helfen kann, hat man bei Edeka Mohr in Bonn mittels einer Genusskarte entwickelt. „An der Käsetheke kommt es häufig vor, dass Kunden einen Käse empfohlen bekommen und von ihm überzeugt sind. Beim nächsten Einkauf möchten sie diesen Käse wieder kaufen, haben aber seinen Namen vergessen“, beschreibt Angelika Niedenhoff, Frischeleiterin bei Edeka Mohr, das Problem. Die Lösung: Das Käsethekenteam hat eine Karte entwickelt, auf der fünf verschiedene Käse aufgelistet werden können. Durch die kleine, handliche Größe passt die Karte in jedes Portemonnaie. Kommt der Kunde beim nächsten Einkauf an die Theke, schaut er auf seine Karte und weiß

sofort, wie seine persönlichen Käse-Favoriten heißen. Die Genusskarte ist in allen Märkten von Edeka Mohr einsetzbar.



Einfach und praktisch: Die Genusskarte zum Wiedererkennen persönlicher Lieblingsorten.

Rewe

Milchprodukte werden GVO-frei

Der Trend zu GVO-freien Lebensmitteln gewinnt im Lebensmittel-Einzelhandel mehr und mehr an Bedeutung. Vor allem bei den Eigenmarken des Handels zeichnet sich ein merklich höherer Zuspruch ab. So berichtet die „LZ-direkt“ in ihrer aktuellen Ausgabe, dass bereits ab Januar 2017 die bundesweiten rund 5.500 Rewe- und Penny-Märkte GVO-freie Frischmilch als Eigenmarke eingeführt haben. Jetzt sollen auch noch gentechnikfreie Käseprodukte, darunter Emmentaler, Gouda und Mozzarella, folgen. Geprüft wird bereits die Verfügbarkeit auch von GVO-freier H-Milch, Sahne, und Quark.

Die Initiative wird als Reaktion auf Lidl gewertet, der bekanntlich seine

Frischmilch-Eigenmarke bundesweit gentechnikfrei anbietet.



Seit Januar 2017 ist Frischmilch unter der Rewe-Eigenmarke gentechnikfrei

SIG Combibloc

Neuer Karton mit robuster Struktur

Mit Combibloc RS hat SIG Combibloc einen neuen Verbund für Kartonverpackungen entwickelt, der für eine weitere Verbesserung der Systemstabilität bei der Verarbeitung sorgt und gleichermaßen zu einer noch besseren Umweltpflege beitragen soll. Der neue Verbund wird mittelfristig den derzeitigen Standardverbund für alle Combibloc- und Combifit-Formate ablösen, in denen Milchprodukte und kohlenstofffreie Softgetränke abgefüllt werden.

Die Verbundstruktur combibloc RS zeichnet sich durch eine neue Materialzusammenstellung aus, die die Eigenschaften des Kartonverbunds optimiert. In den inneren Schichten des Verbunds wird ein anderes Polymer verwendet als im bisherigen Standardverbund. Dieses Polymer macht den Verbund besonders robust bei der Verarbeitung.

Ein weiteres Plus der robusten Struktur, die namensgebend für den neuen Verbund ist: Er erlaubt bei der Verarbeitung höhere Toleranzen in den Maschineneinstellungen. Insbesondere bei der Boden- und Giebelsiegelung. Das bedeutet laut SIG Combibloc unter dem Strich noch weniger Maschinenstillstände und noch geringere Ausschussraten.

Neue Le Gruyère AOP Thekenpromotion

Rechtzeitig gratis Werbemittelpaket ordern, solange der Vorrat reicht.

Aktionszeitraum:
Januar bis Februar 2017



1 Thekenaufsteller



50 Gewinnspiel-Teilnahmekarten



60 Prepacking-Etiketten



Attraktive Gewinne:
3 neue GoPro HERO5 Black Kameras und
33 Le Gruyère AOP Genießerpakete.

Printkampagne März bis Mai 2017

COSMOPOLITAN   essen & trinken  Landlust



Schweiz. Natürlich.



Käse aus der Schweiz.
www.schweizerkaese.de



Heiderbeck

Neue Hausmesse im Rheinland

Ab 2017 wird Fachvermarkter Heiderbeck eine zweite Hausmesse ins Leben rufen. Neben dem bekannten Veranstaltungsort in Puchheim können sich Heiderbeck-Kunden auch am Standort Neuwied im food hotel einen Überblick über das umfangreiche Käsesortiment verschaffen. „Unsere Messe hat sich die Jahre über zum Branchentreff für Facheinkäufer aus dem Lebensmittelhandel, Vertriebsverantwortliche, Verkaufspersonal aus den Käse-Bedienungsabteilungen des Einzelhandels sowie anspruchsvolle Genießer etabliert. Deshalb freuen wir uns sehr, dass wir einen so passenden zweiten Standort für die erste Heiderbeck-Messe in Neuwied am 2.4. und 3.4. gefunden haben. Für uns ist das food hotel, Europas erstes Supermarkt-Themenhotel, der perfekte Ort für unsere Messe“, so Peter Steding, geschäftsführender Gesellschafter von Heiderbeck. Im Rahmen der neuen Messe werden internationale Produzenten, neue Käsespezialitäten und aktuelle Trends für mehr Abwechslung in der Käsetheke präsentiert. Viele spannende Themen und neue Produkte warten auf die geladenen Gäste der Heiderbeck-Messe in Neuwied. Weitere Informationen sind laufend aktuell unter www.heiderbeck.com/messe zu finden.

Landesvereinigung der Bayerischen Milchwirtschaft

Langfristig verankertes Käsewissen

17 Käse-Sommeliers haben jetzt mit Bravour ihre Prüfung auf dem Freisinger Domberg bestanden. Die Landesvereinigung der Bayerischen Milchwirtschaft (LVBM) und der Cluster Ernährung am Kompetenzzentrum für Ernährung (KErn) stellten die Käseexperten schriftlich und mündlich auf die Probe. „Unser Konzept vermittelt an 15 Tagen Wissen rund um Käseherstellung, Käsesorten sowie die ansprechende Präsentation von Käse. Da wir dies über einen Zeitraum von drei Monaten weitergeben, muss das Wissen langfristig verankert werden. Und da heißt es lernen sowie wissbegierig sein und bleiben“, so Josef Stemmer von der LVBM.



Die bayerische Milchkönigin Susanne Polz, Wolfram Schaecke, Leiter des KErn (rechts) und Josef Stemmer, LVBM, gratulierten den 17 Käse-Sommeliers zu ihrem Zertifikat

Foto: LVBM/KErn



Fromi, Kehl

Neuheiten aus Frankreich

„Unsere größte Leidenschaft: Käse!“ So heißt es in einem der vielen neuen Kataloge des Käse-Importeurs Fromi in Kehl. Das spürt man allein schon beim Durchblättern der Seiten. Bei den Neuheiten für das Jahr 2017 zum Beispiel charakterisieren Originalität und Authentizität der meisten der hier vorgestellten Produkte aus beispielsweise

Frankreich, Spanien, Großbritannien, der Schweiz, Schweden, den Niederlanden und sogar aus den USA.

Die Marken Picandou, La Fermière, Argental und Affinage d'Excellence sind Käsespezialitäten, die vorwiegend für den Lebensmittelhandel bestimmt sind. Online zu lesen und auszudrucken ist der Katalog unter <http://www.calameo.com/read/002626739ddd1e87da31f?authid=EhltCGuIwWmE>



Fromi, Kehl

Käse-Hauptkatalog

Hier stehen die berühmten und begehrten französischen Marken aus dem Fromi-Käseportfolio im Mittelpunkt. Dazu zählen z. B. Argental, das sind traditionelle Käsespezialitäten, die meistens eine längere Haltbarkeit aufweisen. Ebenso Affinage d'Excellence. Das sind hochwertige traditionelle Spezialitäten mit viel französischem Käse-Know-how, die alle in modernen

und zeitgemäßen Verpackungen an den Lebensmittel-Einzelhandel abgegeben werden. Dritte Säule sind die etablierten Marken Picandou und Isigny sowie die vielen Käse mit Trüffeln, Käse zum Backen und die Bio-Käse. Dazu gibt es noch ein Auswahl an interessanten kulinarischen Käsebegleitern. Online nachzulesen im Netz unter: <http://www.calameo.com/read/0026267393498313f08f1?authid=P3UQb42mx1cA>

Emmi Schweiz

Exportschlager Kaltbach

Der erst vor vier Jahren lancierte Kaltbach Der Cremig-Würzige schliesst in beeindruckendem Tempo zu den beiden Spitzenreitern Emmentaler AOP und Le Gruyère AOP als beliebteste Schweizer Käse auf. Laut Emmi beläuft sich sein jährliches Mengenwachstum auf fast 50 Prozent und Ende 2016 hat der 100.000. Laib aus der Jahresproduktion (1. Januar bis 1. Dezember 2016) die Kaltbach-Höhle verlassen. Das entspricht einem Gewicht von 400.000 kg.

Bemerkenswert ist darüber hinaus, dass sich Kaltbach Der Cremig-Würzige zu einem echten Exportschlager entwickelt hat. So gehen fast 90 Prozent der jährlichen Produktionsmenge ins Ausland. Besonders beliebt ist dieser Käse in Deutschland, wo mehr als die Hälfte der Produktionsmenge konsumiert wird. Erhältlich ist er auch in den Niederlanden, England, Italien, Österreich, in Nordamerika und sogar auf den Philippinen.



Kaltbach der Cremig-Würzige hat sich zu einem Exportschlager entwickelt, der sich in Deutschland besonders großer Beliebtheit erfreut

Tetra Pak

Neue Verpackung mit hohem Bio-Anteil

Tetra Pak führt eine neue Version der Tetra Brik Aseptic 1000 Edge-Verpackung mit biobasiertem LightCap 30-Verschluss ein. Die Beschichtung und die Verschlusskappe der neuen Verpackung werden aus bio-basiertem Kunststoff hergestellt, dessen Polymere aus Zuckerrohr gewonnen werden. Zusammen mit dem Karton wächst der Anteil an Materialien aus nachwachsenden Rohstoffen in der Verpackung so auf über 80 Prozent. Sie erfüllt damit die Anforderungen der in Belgien ansässigen Akkreditierungsstelle Vinçotte für eine Vier-Sterne-Zertifizierung, die weltweit für die Beurteilung des Anteils von nachwachsenden Rohstoffen in Verpackungsprodukten anerkannt ist.

Eine vom IVL Swedish Environmental Research Institute durchgeführte unabhängige Analyse des Lebenszyklus' hat ergeben, dass die neue Verpackung eine 17 Prozent niedrigere Kohlenstoffbilanz gegenüber einer Standardverpackung aufweist. Ziel von Tetra Pak ist es, alle Verpackungen ausschließlich aus nachwachsenden Rohstoffen herzustellen, die aus nachhaltigem Anbau stammen. Die neue Version der Tetra Brik Aseptic 1000 Edge-Verpackung mit bio-basiertem LightCap 30-Verschluss ist für Kunden weltweit erhältlich. Für den Umstieg auf die neue Version ist keine zusätzliche Investition in vorhandene Maschinen erforderlich.

Tetra Pak bietet die neue Version der Tetra Brik Aseptic 1000 Edge-Verpackung mit biobasiertem LightCap 30-Verschluss jetzt weltweit an



Heiderbeck, Olching

Frühlings-spezialitäten

Vorfreude auf den kommenden Frühling: Passend dazu hat Heiderbeck feine „Frühlings-spezialitäten“ im gleichnamigen Katalog zusammengestellt. In diesem Katalog finden sich ausgewählte Käsevariationen und Spezialitäten sowie bekannte Klassiker, z. B. der Morbier AOP. Aber auch einige Besonderheiten, wie edle Blauschimmelkäse. Dazu

zählt Heiderbeck seinen „Edel Blue“ und den „L’Affiné au Champagne rose“, ein Weichkäse der mit Champagner rosé affinert ist. Ebenfalls im Katalog sind auch wieder kulinarisch passende Käsebegleiter, die dort unter dem Begriff „Cheese Lovers“ aufgeführt sind. Den neuen Frühlingskatalog gibt es in der Onlineversion unter www.heiderbeck.com/fruehlingskatalog



Heiderbeck, Olching

Sommer-spezialitäten

Nach dem Frühling folgt bekanntlich der Sommer. Und auch da hat Heiderbeck schon mal vorsortiert. Im neuen Katalog sind einige feine Sommerspezialitäten für die Käse-Bedienungsabteilungen zusammengestellt. Mit dabei erfrischende italienische Spezialitäten, wie Burratina mit Minze, geräuchert oder mit Schnitt-

lauch. Mascarpone, Mozzarella di Bufala DOP und verschiedene Ricottavarianten. Und auch die Grillsaison kommt nicht zu kurz. Hier versprechen z. B. Xanos Grill Me oder Golosello mit Speck genussvolle Grillabende.

Weitere Informationen zum Sommerkatalog gibt es unter www.heiderbeck.com



Eine Einkaufswelt für Snacks

Mafowerk-Untersuchung zu Verbrauchergewohnheiten beim To go-Konsum.
LEH führend beim Verkauf von Snacks, aber es gibt noch ungenutztes Potenzial.

Convenience ist ein Wachstumsmarkt im Bereich Food und Getränke, der Snackverzehr nimmt stetig zu. Im Lebensmitteleinzelhandel werden dabei häufiger Snacks gekauft als in den klassischen Einkaufsstätten wie Metzgereien, Schnellim-

bissen oder Tankstellen. Aber das Potenzial, das der LEH im Snackmarkt hat, wird bei weitem noch nicht ausgeschöpft. Das ist das Ergebnis der aktuellen Mafowerk-Untersuchung „Shopper Insights Snack-kauf im LEH. Einkaufswelt für Snacks“.

Bei der Befragung kam heraus, dass jeder vierte das derzeitige Snack-Angebot im Lebensmitteleinzelhandel nur für befriedigend oder für verbesserungswürdig hält. Zudem hat fast jeder zweite Befragte zumindest manchmal Probleme, das passende verzehrfertige Snackprodukt zu finden.

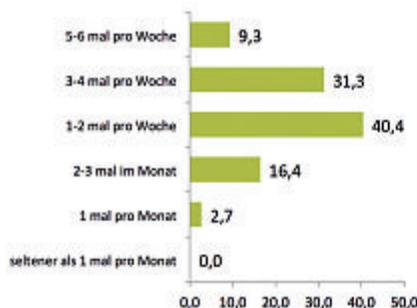
Wie beurteilt der Verbraucher vor diesem Hintergrund eine „Snack-Welt“, also eine eigene Abteilung, in der nur verzehrfertige Snacks aus den verschiedensten Bereichen angeboten werden? Das war eine der entscheidenden Fragen, auf die das Marktforschungsunternehmen Antworten suchte.

Die Ergebnisse der Studie zeigen laut Mafowerk, dass fast neun von zehn der Befragten die Idee einer „Einkaufswelt für Snacks“ interessant oder sogar sehr interessant finden. Snacks an einem Ort zu platzieren erhöhe auch die Kaufbereitschaft und die Attraktivität des Geschäftes für den Kunden. So wäre für jeden dritten Befragten eine solche Einkaufswelt „ganz sicher“ ein Grund, das Geschäft öfter zu besuchen.

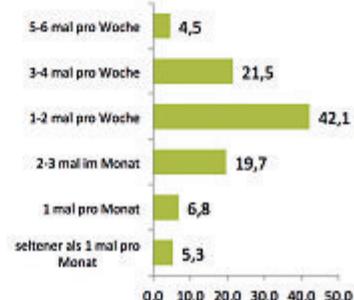
Im LEH werden häufiger Snacks gekauft als in Metzgereien/ Bäckereien/Schnellimbissen oder Tankstellen

■ in Prozent der Befragten

Wie oft kaufen Sie Snacks in Lebensmittelgeschäften?



Wie oft kaufen Sie Snacks in anderen Geschäften (Bäckerei/Schnellimbiss/Metzgerei/Tankstelle usw.)?



Quelle: Mafowerk

ZUR STUDIE

Im Rahmen der Mafowerk-Studie „Snack-kauf im LEH. Einkaufswelt für Snackprodukte“ wurden im August 2016 2.000 Verbraucher zu ihren Einkaufsgewohnheiten beim Kauf von verzehrfertigen Snacks und Getränken befragt. Die Basis bildete eine repräsentative Zielgruppen-Onlinebefragung, unter anderem mit folgenden Themen:

- Was wird an gekühlten und ungekühlten Snacks gekauft?
- Welche Snacks werden von wem gekauft?
- Was wird für Snacks ausgegeben? Im LEH und außerhalb des LEH.
- Was sind die Auf- und Absteiger bei Snacks?
- Wann werden Snacks gekauft (früh/vormittags/mittags/nachmittags/abends)?
- Zu welchen Anlässen werden Snacks gekauft?
- Wie wird das Snackangebot in den einzelnen Accounts bewertet?
- Welche Zielgruppen nutzen das Snackangebot?
- Welche Platzierung bei Snacks wird gewünscht bzw. erwartet?
- Wie beurteilen Verbraucher die Einkaufswelt für Snacks im LEH?

Weitere Informationen zur Studie gibt es bei mafowerk GmbH | Frisches Denken. Effektive Marktforschung; www.mafowerk.de.

Bei den allgemeinen Snacking-Konsumgewohnheiten gewinnt außerdem „Frische“ stark an Bedeutung, so ein weiteres Ergebnis der Mafowerk-Studie: mehr als jeder Zweite kauft inzwischen für unterwegs meist etwas Frisches, wie einen Fresh cut-Salat oder einen Obstbecher. Generell gebe es auch einen deutlichen Trend zu „Healthy Snacks“, was deutlich zu Lasten der Klassiker wie Schokoriegel oder süßen Gebäckstücken gehe.

In der Studie haben die Marktforscher auch vier verschiedene Verbrauchertypen in Bezug auf Einstellungen und Verhaltensweisen beim Kauf und Konsum von Snackprodukten identifiziert. Die Untersuchung liefert damit Handel und Herstellern Fakten zum Snackkauf im LEH und zur Beurteilung der Idee einer Einkaufswelt für Snacks.

Mopro-Snacks aktuell

Alternativen zu Chips und Schokoriegeln

Auch im Bereich Molkereiprodukte können die Verbraucher auf eine reichhaltige Auswahl von Produkten zurückgreifen, die zum Snacken zuhause und unterwegs bestens geeignet sind. Sowohl Produkte aus der gelben als auch aus der weißen Linie. Dazu einige aktuelle Beispiele:



Den nach eigenen Angaben einzigen trinkfertigen Pudding für Kinder hat die österreichische Berglandmilch im letzten Sommer vorgestellt. Mit integriertem Trinkhalm zum Unterwegsverzehr.



„Die schlaue Wahl für unterwegs!“ Auch die Fruchtzwerge von Danone gibt es in einer To go-Version.



Richtig edel präsentieren sich die Käsesnacks des niederländischen Anbieters Wijngaard Kaas



Unter dem Label to go hat das österreichische Molkereiunternehmen NÖM Joghurts mit Müslis im Stülpedeckel vorgestellt. Den Joghurts ist ein Löffel beige packt, so dass sie auch bequem unterwegs verzehrt werden können.

Spaghetti aus Käse ist neben den Mozzarella-Stangen eine weitere Variante der Cheestrings von Kerry Foods. Auf dieses Konzept fahren nachweislich Kinder ganz besonders ab.



Mit Mini Muuh macht Snacken Sinn und Spaß, meint der österreichische Hersteller Rupp. Die Käsestreifen lassen sich spielerisch abziehen und sollen insbesondere die Zielgruppe der Kinder ansprechen.



Mit den Quäse Minis im Snackformat bietet die Käserei Loose „Mini-Kraftpakete“ in der wiederverschließbaren Frischebox an. Mit viel Eiweiß und einem Fettgehalt von fast null ideal (nicht nur) für die Zielgruppe sportlicher Zeitgenossen.



Old Amsterdam®



Old Amsterdam LIGHT*



Endlich ein Leicht-Hartkäse mit vollmundigem Geschmack

- 30% weniger Fett*
- Vollmundiger Geschmack
- Perfekt für gesundheitsbewusste Verbraucher
- Für den Genuss beim Frühstück, Mittagessen und als Snack



ANZEIGE

Die ökologischen Molkereien Allgäu bieten ihren Snack für zwischendurch in zwei Varianten in edler Aufmachung an



Vornehmlich für die Zielgruppe der Kinder hat Bel Deutschland den Kiri Dippi vorgestellt, eine cremige Käsezubereitung inklusive Grissini zum Dippen



Statt Erdnüssen und Chips: weniger zum Verzehr unterwegs und wohl eher für zuhause (vor dem Fernseher) gedacht sind die spanischen Käse-Tapas von Delina.



Diesen Käsesnack wird man im Kühlregal vergeblich suchen: Die Beemster-Käsewürfel werden entsprechend dem Vertriebskonzept des Herstellers Cono Kaasmakers ausschließlich für Prepackingshops im Bedienungsbereich angeboten.



Nicht nur zum kreativen Kochen, sondern auch zum Snacken bieten sich die Käsekrümel von Delina an. In dekorativer Optik in einem transparenten Eimerchen mit Henkel.



Versuche verschiedener Hersteller in der Vergangenheit, Joghurt durch die Applikation eines Löffels „to go“-fähig zu machen, haben nicht die Ergebnisse gebracht, die man sich von den Produkten erhofft hatte.



Ehrmann dagegen setzt auf den Quetschbeutel – mit Erfolg.



Den Leerdammer-Käsesnack gibt es in den beiden Sorten Caractère und Original. Im wiederverschließbaren Becher, den man zum Beispiel auch mit ins Auto nehmen kann.

Mozzarella für die Zielgruppe der Kinder: Edelweiß präsentiert mit der tollen Rolle ein Snackformat, das im Süßwarenbereich schon lange die Verbraucher erfreut, sowohl Kinder als auch Erwachsene.

*30% weniger Fett als Old Amsterdam 48%

Blaues Geschmackswunder

Weichkäse mit edlem Blauschimmel
Kulturen, Reifung, Aroma und Konsistenz



Fotos: Käserei Champignon

Lernen am PC oder an der Waage. Mit lanisto.de, dem
Portal für wissensdurstige Käse-Fachberater/innen.

So lernt man heute:

lanisto.de
Lebensmittelwissen online 

IN KOOPERATION MIT



HEIDERBECK





Goldene Momente

Privatmolkerei Bauer startet Kampagne für Feinste Puddings von Mövenpick

Die Privatmolkerei Bauer startet jetzt mit dem neuen Dessertsortiment Mövenpick Feinster Pudding kommunikativ so richtig durch. Im Mittelpunkt steht dabei ein nationaler TV-Spot, mit dem über 300 Mio. Kontakte generiert werden sollen. Der 15-Sekünder, der in Zusammenarbeit mit der Kreativagentur „Zum goldenen

Hirschen GmbH“ erstellt wurde, wird auf reichweitenstarken Sendern wie u. a. RTL, SAT1, VOX und ARD ausgestrahlt. Die Geschichte: „In einer smarten und humoristischen Pärchenstory wird den Zuschauern ein Gefühl von Gemütlichkeit und verführerischem Genuss vermittelt. Mit den exklusiven Mövenpick-Desserts vergolden wir den Augenblick – und das jederzeit und überall“, so Jens Fischer, Marketingleiter bei Bauer. Insbesondere zur österlichen Schlemmerzeit soll auf diese Weise ein hoher Werbedruck entfacht werden. Ergänzt wird die TV-Offensive durch zielgruppenorientierte PR- und Onlineaktivitäten.

Mit dem Launch von Mövenpick Feinster Pudding wagt die Privatmolkerei nun mit der Marke Mövenpick den nächsten Schritt im Dessertsegment. Mit Blick auf den bisherigen Erfolg mit der Marke, die für hochwertige Produkte nach original Schweizer Rezeptur steht, im Bereich Joghurt (Mövenpick-Feinjoghurt), startet Bauer optimistisch ins Jahr 2017 und sieht ein großes Potenzial auch im Bereich der Fertigdesserts. So zeige auch eine umfangreiche Befragung aus Dezember 2015, dass die Konsumenten von Mövenpick eine besonders hohe Affinität zu Desserts in hochwertiger Qualität hätten und sie sich von der Marke weitere Innovationen wünschten.



Die vier neuen, cremigen Sahnepuddings von Mövenpick gibt es mit edlen Zutaten, wie echter Schweizer Schokolade aus erlesenen Kakaobohnen oder aromatischer Bourbon-Vanille aus Madagaskar – pur oder mit knackigen Schokostückchen für das Extra an Genuss. Die Kreation Schoko- oder Vanillepudding mit Schokostückchen ist laut Bauer nicht nur besonders aromatisch, sondern stellt in dieser Kombination auch eine Neuheit im Kühlregal dar.

Zott

Glückscode-Promotion für Monte

Das Molkereiunternehmen Zott führt jetzt in Deutschland und in Österreich die „Monte Glückscode-Aktion“ durch. Im Aktionszeitraum bis Ende Januar werden über eine vorab verbindlich festgelegte Anzahl Monte-Multipacks (Monte Klassik 6 x 55 g, Monte Balance 6 x 55 g, Monte Grieß 6 x 55 g, Monte Maxi Klassik 4 x 100 g) sowie des Monte Snacks 8 x 29 g einmalige Glückscodes in Form von abziehbaren Aktionsheftchen ausgegeben.

Die Einlösung der Codes erfolgt auf der Website www.monte.com. Unmittelbar nach der Codeeingabe und dem Abschieken wird dem Gewinnspielteilnehmer online mitgeteilt, mit welchem Gewinn der eingegebene Code verbunden ist. Folgende Gewinne werden verteilt: 100 Samsung Galaxy S7 Smartphones, 150 Samsung Gear 360 (Virtual Reality 360° Kamera), 300 Samsung Level On Wireless (Bluetooth Kopfhörer), 800 Samsung Level Boxen mini (Bluetooth Lautsprecherbox) und 2.000 Samsung externe Akkupacks.

Außerdem gibt es Gutscheincodes (über 2 x Eintritt, 1 x zahlen) in folgenden Attraktionen der Merlin Entertainments Group: Legoland Deutschland Resort, Günzburg, Legoland Billund Resort, Dänemark, Legoland Discovery Centre Berlin & Oberhausen, Heide Park Resort, Soltau, Sea Life Berlin, Hannover, Königswinter, Speyer, Konstanz, München, Oberhausen und Timmendorfer Strand, Madame Tussauds Berlin, Wien, Hamburg & Berlin Dungeon. Weitere Details zu der Promotion findet man auf der o. a. Webseite.



Bei der aktuellen Glückscode-Aktion für die Monte-Dessertlinie kann man u. a. diverse Samsung-Produkte gewinnen

Ein Highlight für die Liebe

The Kissing Cheesegirl, das knutschende Käsemädchen, ist das poppige Motiv einer POS-Aktion, mit der die Beemster-Käseerei Cono Kaasmakers im Februar an den Käsetheken ein Highlight für die Liebe setzt. Ob zum Valentinstag, zu Karneval oder einfach für liebevolle Aufmerksamkeit im Käsetheken-Alltag. Eines von vier verschiedenfarbigen Kühlschrankmagneten, auf denen die schmolzmundige Käseblondine im Popart-Design prangt, erhält der Kunde beim Kauf von Beemster als Gratiszugabe. Man hat die Wahl zwischen Knutschküssen in Grün, Blau, Violett und Orange, passend zu diversen Beemster-Sorten. Von ihren Lippen gehaucht, soll der Spruch „Ich liebe Beemster, den leckersten Käse der Welt“, der auf dem POS-Dekorationsmaterial steht, augenzwinkernd verführerisch wirken. Neben Thekenaufstellern stehen schulterhohe Ellipsen, Banner und weiteres Material für auffällige Aufbauten zur Verfügung. Die Aktion läuft



von KW 5 bis KW 11 an Käsebedienstheken für alle Beemster-Sorten.

Käseblondine auf Kühlschrankmagneten: Mit dieser Zugabe-Aktion will Cono Kaasmakers im Februar wieder für Absatzimpulse an den Bedienungstheken sorgen.

Schwarzwaldmilch

Onpack-Promotions für Trinkmilch

Mit zwei starken Partnern hat Schwarzwaldmilch im Winter eine Onpack-Promotion-Serie gestartet. Seit Anfang Dezember bis Mitte März wird auf der Bio-Frischmilch 1,5 % und 3,8 % Fett mit Hilfe einer differenzierenden Verpackung mit geschwungener Seitenfläche ein Gewinnspiel in Kooperation mit dem Europa-Park ausgelobt. Als Hauptpreis winkt ein Erlebnisurlaub in Deutschlands größtem Freizeitpark inklusive Übernachtung und Bio-Frühstücksbuffet für vier Personen. Als zweiten bis zehnten Preis gibt es jeweils ein Europa-Park Familien-Erlebnisticket für vier Personen sowie ein Bio-Genießerpaket von Schwarzwaldmilch.

Zur Absatzsteigerung der Breisgau Qualitätsmarke-Frischmilch 1,5 % Fett und 3,5 % Fett hat Schwarzwaldmilch als offizieller Haupt- und Trikotsponsor des SC Freiburg ebenfalls eine Onpack-Promotion gestartet. Über die entsprechend gestaltete Seitenfläche der Milchverpackung werden insgesamt 100 Original SC Freiburg hummel Trikots verlost. Bei beiden Promotions ist unterhalb des Mindesthaltbarkeitsdatums auf der Falz der Verpackungen ein neunstelliger Gewinncode abgedruckt, den der Teilnehmer zusammen mit dem MHD per E-Mail an gewinnspiel@schwarzwaldmilch.de oder alternativ auf dem Postweg zusendet.



Die Schwarzwaldmilch führt zurzeit zwei Onpack-Promotions – für ihre Bio-Frischmilch sowie für die Frischmilch Breisgau Qualitätsmarke – durch

Emmi

Montags-Gewinnspiel für Caffè Latte

Emmi hat Mitte November ein Gewinnspiel („Herzlich Willkommen zum Glamorous Mondays-Gewinnspiel“) für seine Caffè Latte-Drinks gestartet. Mit diesem Spiel will das Unternehmen bis zum 6. Februar ein bisschen Glitzer in den Wochenstart der Teilnehmer geben und verlost jeden Montag einen exklusiven Yay-Preis. Die Mechanik: Emmi stellt jeden Montag eine Frage rund um die Glamour-Glitzer-Welt und die Gewinnspiel-Teilnehmer wählen noch am gleichen Tag die für sie passende Antwort aus. Wer gewinnt, entscheidet am Ende des jeweiligen Montages das Los. Ende Februar wird unter allen Teilnehmern eine Reise für zwei Personen – inklusive Anreise und sechs Übernachtungen – nach St. Moritz verlost.



Als Hauptpreis des Glamorous-Mondays-Gewinnspiels winkt den Teilnehmern eine Reise nach St. Moritz

Garmo

Mit Gazi in den Freizeitpark

Garmo veranstaltet eine Onpack-Promotion für die Marke Gazi, bei der Käufer der Gazi-Aktionsprodukte Rabatte beim Besuch von Merlin-Freizeitattraktionen erhalten. Dazu muss man lediglich den (die) Coupon(s), die sich auf den Verpackungen befinden, an den Kassen vorlegen. Wer ein Erwachsenenticket kauft, erhält pro Coupon eine kostenlose Kinder-Tageskarte für den selben Tag. Die Coupons gelten in allen acht Sea Life, Heide Park Resort, Legoland Discovery Centre Berlin und Oberhausen, Legoland Deutschland Resort, Madame Tussauds Berlin und Wien, Hamburg und Berlin Dungeon, Gardaland Resort (Italien) sowie Legoland Billund Resort bis zum 30. September.



Käufer von Gazi-Aktionsprodukten erhalten bis Ende September kostenlose Kinder-Eintrittskarten für Merlin-Attraktionen

Switzerland Cheese Marketing GmbH

Thekenpromotion für Le Gruyère AOP

Die Switzerland Cheese Marketing GmbH macht im Rahmen einer Thekenpromotion mit attraktiven Werbemitteln von Januar bis Ende Februar 2017 Lust auf Le Gruyère AOP – „das fruchtig-kraftige Stück vom Glück“. Ein Thekenaufsteller mit 50 Gewinnspiel-Teilnahmekarten inklusive zweier neuer Rezeptideen sowie 60 Prepacking-Etiketten für die vorverpackte Ware sollen für besondere Aufmerksamkeit sorgen. Bei der Gewinnaktion können die Konsumenten drei GoPro Hero5 Black-Kameras



In diesem Frühjahr forciert die Switzerland Cheese Marketing GmbH wieder den Absatz von Le Gruyère AOP an den Käse-Bedienungstheken

sowie 33 Genießerpakete mit jeweils einem kg Le Gruyère AOP in zwei Reifegraden gewinnen. Das Fachpersonal hat über eine Extra-Teilnahmekarte die Chance auf den Gewinn einer GoPro Hero5 Black-Kamera. Der Handel kann das Werbemittelpaket gratis bei der Switzerland Cheese Marketing bestellen – solange der Vorrat reicht.

Außerdem macht die Kampagne „Ein Stück vom Glück“ die Konsumenten von März bis Mai in reichweitenstarken Genuss- und Publikumstiteln auf Le Gruyère AOP aufmerksam. Die neuen Anzeigenmotive setzen das Produkt emotional und genussorientiert in Szene. Die Botschaft: erst mit Le Gruyère AOP wird ein glücklicher, gemeinsamer Moment wirklich perfekt.

Lustenberger & Dürst

Verlosung von Wellness-Wochenenden

Lustenberger & Dürst hat das große LeSuperbe-Gewinnspiel gestartet. Dabei verlost das Unternehmen zwei Luxus-Wellness-Wochenenden im Wert von 1.500 Euro. Auf die Gewinner wartet Entspannung pur im Fünf-Sterne-Superior-Hotel Park Weggis im Herzen der Schweiz. Neben den beiden Hauptpreisen können regelmäßig Sofortpreise gewonnen werden. Teilnehmen kann man unter www.le-superbe.com. Dort muss man lediglich vier Fragen zu seinen persönlichen Einstellungen zu Käse beantworten, seine Kontaktdaten eingeben und das Ganze abschicken. Die Verlosung der Hauptpreise erfolgt am 31. März und am 31. Juli.



Lustenberger & Dürst verlost im Rahmen seines aktuellen Gewinnspiels zwei Luxus-Wellness-Wochenenden in der Schweiz

Bärenmarke Vertriebsgesellschaft

Neue ganzheitliche Strategie

Die Bärenmarke Vertriebsgesellschaft hat zum Jahreswechsel die Umsetzung ihrer neuen, ganzheitlichen Strategie für die Marke Bärenmarke gestartet. Die neue Positionierung setzt auf die ursprünglichen Werte der Bärenmarke, Fürsorge, Geborgenheit, Qualität, aber auch eine gewisse Gelassenheit und Unaufgeregtheit. Zielsetzung ist es laut der Vertriebsgesellschaft, das wertvolle Markengut der Bärenmarke zu erhalten und sich gleichzeitig als Marke zu öffnen, um so neue Verwender zu überzeugen. Auf Basis dieser Positionierung bezieht die Bärenmarke als Begleiter der Entwicklung von Kindern zu Jugendlichen und jungen Erwachsenen Stellung. Außerdem präsentiert sich die Bärenmarke als zeitgemäße, relevante Marke mit breiter Produktkompetenz, die sich weg von der tradierten Kaffeetafel hin auf den Frühstückstisch der Familien positioniert. Diese Botschaft wurde jetzt mit der Ausstrahlung eines 30-Sekünders auf allen reichweitenstarken privaten TV-Sendern sowie starken Online-Plattformen kommuniziert.



Die Bärenmarke Vertriebsgesellschaft setzt bei ihrer neuen Strategie ganz auf die traditionellen Werte der Marke Bärenmarke

Karwendel-Werke

Internet-Gewinnspiel für miree

Die Karwendel-Werke Huber GmbH & Co. KG veranstaltet auf der Website www.miree.de alle zwei Wochen ein neues Gewinnspiel für die französisch positionierte Frischkäse-Marke miree. Wer daran teilnehmen möchte, muss einen Lückensatz auf der Website vervollständigen. Die Teilnahme erfolgt ausschließlich online, und jeder darf an dem einzelnen Gewinnspiel nur einmal teilnehmen.



Bei dem miree-Gewinnspiel werden alle zwei Wochen nützliche Preise, wie z. B. ein Dipschalen-Set, verlost

Ein Gewinnspiel enthält als Preis entweder ein Dipschalen-Set (Dipschale mit Brettchen und Diplöffel) oder einen anderen jeweils ausgelobten Preis. Der Gewinner eines jeden Gewinnspiels wird unter allen Zusendungen, bei denen der Lückensatz korrekt vervollständigt wurde, am Ende desjenigen Monats, in dem das Gewinnspiel beendet wurde, per Zufallsauswahl ermittelt. Die Zusendung des Gewinns erfolgt anschließend per Post innerhalb von vier Wochen.

Einsendeschluss 31. Januar 2017

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 alle neuen Produkte und Sortimente vor, über die von Januar bis Dezember 2016 in Milch-Marketing berichtet wurde. Dazu gehören auch Relaunches bereits etablierter Produkte. Limited Editions spielten auch im letzten Jahr zwar wieder eine herausragende Rolle und sorgten für viel Abwechslung im Kühlregal, bleiben aber aufgrund ihrer nur kurzen Verweilzeit in den Regalen des Handels bei der Leserwahl außen vor. Saisonprodukte, die aufgrund ihres großen Erfolges den Sprung ins Standardangebot geschafft haben, nehmen natürlich an diesem Wettbewerb teil.

gut 240 Neuprodukte kamen bei der Sichtung der Milch-Marketing-Ausgaben des letzten Jahres zusammen. Ein Indiz für die Innovationskraft der Milchbranche, die den Verbrauchern heute eine in diesem Umfang nie dagewesene Auswahl an Molkereiprodukten aus der weißen und der gelben Linie sowie für das SB-Regal und die Bedienungstheken bietet. Bemerkenswert ist in diesem Zusammenhang wieder, wie viele Produkte für den Bereich Käse in Bedienung neu vorgestellt worden sind.

Was aber sagen nun die Beteiligten im Handel dazu? Gefragt sind dabei nicht nur die wenigen Entscheider in den Zentren, sondern auch und gerade die Menschen an der Basis, die tagtäglich im Kontakt mit ihren Kunden stehen. Alle Leser der Fachzeitschrift Milch-Marketing also! 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.

Darum unsere große Bitte: Unterstützen Sie uns dabei, die Besten der Besten aus der Gesamtheit der Neuproduktvorstellungen 2016 zu ermitteln. Geben Sie Ihre Stimme ab und benennen Sie damit die aus Ihrer Sicht erfolgreichsten, erfolgversprechendsten und auch originellsten Produktideen für das SB-Kühlregal und die Käse-Bedienungstheke.

Das ist ganz einfach: 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 www.moproweb.de/pdf2017 ausgefüllt und von dort abgeschickt werden. Einsendeschluss ist der 31. Januar 2017.

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

MITWÄHL



LEN + GEWINNEN



Alle eingehenden Stimmzettel nehmen an der Verlosung eines exklusiven Gasgrills von Broil King® teil. Als zweiter Preis winkt ein Pizzastein-Set Premium plus Pizzaschneider Mezzaluna (Weitere Infos finden Sie auf der Rückseite des Stimmzettels). Verlag und Redaktion bedanken sich im Voraus schon einmal ganz herzlich fürs Mitmachen.



Joghurt

 NÖM To go A01	 NÖM NÖM mix A02	 Molkerei Weihenstephan Rahmjoghurt Marille A03	 Ehrmann Almighurt Frucht & Gemüse A04
---	--	---	--

 Hochwald Foods Elinas Götterfrucht A05	 Privatmolkerei Bauer Der große Bauer Mango-Yuzu A06	 Ornua Kerrygold-Sortiment A07	 Schwarzwaldmilch Weidemilch-Joghurt ohne Gentechnik A08	 Emmi Onken Vollkorn-Erdbeere A09	 Sachsenmilch Unser Joghurt & Wurzener A10	 Privatmolkerei Bauer Mövenpick Verpackungs-relaunch A11
---	--	---	--	--	--	--

 Zott Sahnejoghurt im Golddesign A12	 Privatmolkerei Bauer Mövenpick Samtig & Fruchtig A13	 Ehrmann Almighurt Relaunch A14	 NÖM Das Cremige A15	 Molkerei Müller Joghurt mit der Buttermilch Orange A16	 Berglandmilch Naturjoghurt auf Fruchtsoße A17	 Berglandmilch Jogurella Zweisamkeit A18
---	---	--	--	--	---	---

 Zott Jogolé 49 kcal A19	 Danone FruchtZwerge go! A20	 Fromi La Fermière A21	 Molkerei Müller Joghurt mit der Ecke Müslis A22	 Danone Activia Superfood A23	 Ehrmann Almighurt praktisch und lecker Zitrone, Orange-Mandarine A24	 Ehrmann Almighurt Guten Morgen A25
---	--	---	--	--	---	---

 Molkerei Weihenstephan Mascarpone-Joghurt A26	 Schwarzwaldmilch Jogi Brownie/ Walnuss-Ahorn-sirup A27	 NÖM Joghurt Griechischer Art A28	 Herzgut Landmolkerei Winter-Joghurt A29
---	---	---	---

Desserts

 Ehrmann Monster Backe Schoko mit Knisterperlen B01	 Zott Sahnepudding im Golddesign B02
--	--



B03

Ehrmann
Grand Dessert
mit Top-Cup



B04

Zott
Monte Grieb



B05

Dr. Oetker
Paula-Pudding
mit Stülpedeckel



B06

**Uplegger Food
Company**
GÜ in
Monopackung



B07

**Milchwerke
Schwaben**
Weideglück
Milchpudding



B08

Ehrmann
Grand Dessert
XXL-Genuss



B09

FrieslandCampina
Landliebe
Sahnepudding



B10

Berglandmilch
Trinkpudding
mit Strohalm



B11

Molkerei Müller
Grießpuddings



B12

Fromi
La Fermière
Milchreis



B13

Dr. Oetker
Paula minis
Grießpudding



B14

Hochwald
Elinas
Grießmousse



B15

Sachsenmilch
Unser
Buttermilch-
Dessert Kuchen-
geschmack



B16

Feinkost Merl
Fruchtige
Sahnedesserts



B17

Ehrmann
Grand Dessert
White Choc



B18

**Privatmolkerei
Bauer**
Mövenpick
Feinster Pudding



B19

Berglandmilch
Sahnepudding
mit Fruchtsoße



B20

Fromi
La Fermière
Sahnetöpfchen



B21

Dr. Oetker
Marmorette
Vanille/
Schokomousse



B22

Berglandmilch
Topfennockerl
mit Fruchtsoße



Quark/Skyr



C01

Ehrmann
Obstgarten nach
heimischer Art



C02

Ehrmann
FrüchteTraum
fruchtig-exotisch



C03

DMK
Milram
Kresse-Quark



C04

Emmi
Onken
Halbfett-
Speisequark



C05

Arla Foods
Skyr 450 g



C06

DMK
Milram Feine
Quarkcremes



C07

**Elsdorfer
Molkerei**
Elsdorfer
Gewürzquark



C08

**Elsdorfer
Molkerei**
Splits-Genuss



C09

**Landkäserei
Herzog**
Feiner
Joghurt-Quark



C10

Arla Foods
Skyr Vanille



Milch &
Drinks



D01

Arla Foods
Bergbauern
H-Milch



D02

NÖM
To go



D03

Danone
Actimel
Granatapfel

PRODUKTE DES JAHRES 2016/2017

 <p>D04 Berglandmilch Lattella Laktosefrei</p>	 <p>D05 Berglandmilch Schärdinger Smoojo</p>	 <p>D06 Gabler Saliter Milchdrinks 250 ml</p>	 <p>D07 Schwarzwaldmilch LAC Relaunch</p>	 <p>D08 FrieslandCampina Landliebe Trinkjoghurt</p>	 <p>D09 FrieslandCampina Landliebe Landmilch</p>	 <p>D10 Molkerei Müller Kalinka-Kefir in der Flasche</p>	
 <p>D11 Molkerei Weihenstephan Frucht-Buttermilch in Tetra Top</p>	 <p>D12 Privatmolkerei Bauer Mövenpick Caffè Freddo</p>	 <p>D13 Arla Foods Starbucks Relaunch</p>	 <p>D14 Bayerische Milchindustrie Frankenland Frische Schokoladenmilch</p>	 <p>D15 Molkerei Müller Müllermilch Select Relaunch</p>	 <p>D16 Münsterländische Margarine-Werke Fruchtmilch-Schorle</p>	 <p>D17 Molkerei Müller Fructiv Grapefruit- Dragonfruit, Pflaume-Apfel-Traube</p>	
 <p>D18 Emmi Caffè Latte Strong Macchiato</p>	 <p>D19 Privatmolkerei Bauer Protein-Drink</p>	 <p>D20 Herzgut Landmolkerei Milch im Pure Pak Sense</p>	 <p>D21 Schwarzwaldmilch Bio lactosefrei</p>	 <p>D22 Danone Actimel 0,1 % Erdbeere</p>	 <p>D23 Schwarzwaldmilch Schoki 1 Liter</p>	 <p>D24 NÖM Fru Fru Joghurtdrink</p>	
<p>Sahne & Rahmprodukte</p>	 <p>E01 Edelweiss Brunch Engel und Teufel</p>	 <p>E02 Meggler Dip&Top</p>	 <p>E03 Bayerische Milchindustrie Frankenland Frische Schlagsahne</p>	 <p>E04 Bayerische Milchindustrie Frankenland Schmand</p>	 <p>E05 Milchwerke Berchtesgadener Land Feinster Schlagrahm</p>	 <p>E06 Rotkäppchen Peter Jülich Der Grüne Altenburger Relaunch</p>	
	 <p>E07 Molkerei Weihenstephan Konditorsahne mit Mascarpone</p>	 <p>E08 Schwarzwaldmilch Tresana Vier Pfeffer/ Meerrettich</p>	 <p>GELBE LINIE</p>		<p>Hart- & Schnittkäse Theke</p>	 <p>F01 Sortenorganisation Tilsiter Swizzrocker</p>	 <p>F02 Käse Wolf GlücksPilz</p>



F03

Käse Wolf
Kartoffel Held



F04

Kaasmakerij Henri Willig
Polderkaas Cola



F05

Kaasmakerij Henri Willig
Polderkaas
Champagner



F06

Kaasmakerij Henri Willig
Polderkaas
Ziegenkäse-
Honig



F07

Kaasmakerij Henri Willig
Polderkaas Baby
Kuhkäse Kokos



F08

Kaasmakerij Henri Willig
Polderkaas Baby
Kuhkäse Rotes
Pesto



F09

Odenwälder Käsekeller
Drachenkäse



F10

Di Gennaro
Nel Fieno
Maggengo



F11

Di Gennaro
Ocelli al Malto
D'Oro e Whiskey



F12

Bergmilch Südtirol
Kaminwurzeln-
Käse



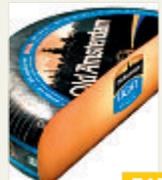
F13

Jäckle Käse
Steirer Almliebe



F14

Norrmejerier
Västerbottensost



F15

Westland
Old Amsterdam
Light



F16

Albert Barufe
Crucolina



F17

SalzburgMilch
Heujuwel



F18

Carl Fr. Scheer
Blau de Bufala



F19

Carl Fr. Scheer
Queso de Luna



F20

Pinzgau Milch
Almsenner-
Sortiment



F21

Carl. Fr. Scheer
Roter Teufel



F22

Westland
Old Amsterdam
Old White



F23

Maitre Fromager
Sommer-
sprossen-Käse



F24

Emmi
Kaltbach
Le Chèvre
Ziegenkäse



F25

Käse Wolf
Kraxler-Käse



F26

Hamburger Käselager
Finnjusti
Brandy-Nuss



F27

Hamburger Käselager
rädli



F28

Maitre Fromager
Waldzauber



F29

Lustenberger & Dürst
Le Superbe
Raclette



F30

Käserebellen
Kaffeerebell



F31

Käserebellen
Räucherrebell



F32

Fromi
Brebis Noire
d'Argental



F33

Fromi
Cheddar
d'Argental



F34

Heiderbeck
Espresso Barista



F35

Heiderbeck
Rosemarie



F36

DMK
Drei-Pfeffer-Käse



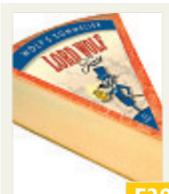
F37

Berglandmilch
Weinzirler



F38

Käse Wolf
Wolf's
Sommelier
Alm Öhi



F39

Käse Wolf
Wolf's
Sommelier
Lord Wolf



F40

Heiderbeck
Tartes



F41

Heiderbeck
Torta Bavarica



F42

Heiderbeck
Bavaricus



F43

SO Appenzeller
Appenzeller
edel-würzig

**Hart- & Schnitt-
käse SB**



G01

Wijngaard Kaas
Reypenaar
in Papiertüte



G02

Wijngaard Kaas
Reypenaar
Geschenkset



G03

DMK
Milram
Käse des Jahres
Tomate-
Basilikum



G04

DMK
Milram
Käse 300 g



G05

**Milchwerke
Schwaben**
Donautaler
neu in SB



G06

Hochland
Grünländer
Käse-Duo



G07

Hochland
Grünländer
Bunter Pfeffer



G08

**Milchwerke
Schwaben**
Donautaler
Butterkäse



G09

Ornuu
Kerrygold
Cheddarmix



G10

Kerry Foods
Cheestings
Spaghetti



G11

Arla Foods
Finello
Relaunch



G12

Vandersterre
Prima Donna
Mature 150 g



G13

FrieslandCampina
Landleibe
Landkäse



G14

Arla Foods
Castello-Cheddar



G15

**Stegmann
Emmentaler
Käsezeiten**
Le Saint Mont
des Alpes



G16

Delina
Spanische
Käsesnacks



G17

**Lustenberger &
Dürst**
Le Superbe
Fondue



G18

Gebr. Woerle
Heumilch-Spitz



G19

DMK
Milram
Rahmkäse



G20

Berglandmilch
Asmonte 150 g



G21

Berglandmilch
Bergkäse-
Aufschnitt

Weichkäse
(inkl. Pasta Filata)



H01

Edelweiss
Chavroux
Relaunch



H02

Di Gennaro
Camembert
di Bufala



H03

**Käserei
Champignon**
St. Mang
Allgäuer Rubius



H04

Käserei Loose
Quäse Minis



H05

Käserei Loose
Hausmacher
mit Zwiebel



H06

Bastiaansen Kaas
Rahm-Brie mit
Kräuterrinde



H07

Maître Fromager
Carré d'Anjou



H08

Heiderbeck
Camembert di Bufala



H09

Edelweiss
Tolle Rolle!



H10

Rotkäppchen Peter Jülich
Der grüne Altenburger Relaunch



H11

Ruwisch & Zuck
Ziegenmilch-Rollen



H12

Privatmolkerei Bauer
Weichkäse Relaunch



H13

Maître Fromager
Epoisses 125 g



H14

Maître Fromager
Affidélce



H15

Maître Fromager
Le Cabrissac



H16

Fromi
Bufflone Bleue d'Argental

Frischkäse



i01

Delina
Schafskäserolle 1 kg



i02

Weight Watchers
Körniger Frischkäse



i03

De Zuivelmakers
Frischkäse im Spritzbeutel



i04

Hochland
Almette Pur



i05

Mondelez
Philadelphia Mediterrane Kräuter



i06

Edelweiss
Bresso mit Oliven & Rosmarin



i07

Edelweiss
Bresso Relaunch



i08

Edelweiss
Bresso der Cremige



i09

Berglandmilch
Landfrischkäse getrocknete Tomaten



i10

Karwendel-Werke
Exquisa Zucchini-Feta



i11

Delina
Käse-Krömel



i12

Rotkäppchen Peter Jülich
Der grüne Altenburger Relaunch



i13

Delina
Ziegentaler



i14

Edelweiss
Bresso Traditionelle Pfeffer & Knoblauch



i15

Foodservice-Company
Paneer



i16

Züger Frischkäse
Hüttenkäse Gemüse & Körner



i17

Fromi
Picandou-Ziegentaler Duo

**Käse/
Warme Küche**



J01

Hochland
Patros für Grill & Ofen Tomate & Basilikum



J02

Käserei Champignon
Rougette Grillkäse Doppelpack



J03

Käserei Champignon
Rougette Grillkäse BBQ



J04

Molkerei Rücker
GlutGut Hirtenkäse Fix & Pfännchen



J05

Hochland
Vegetarische Käsewürstchen



J06

Meggle
Ofen-Schnecke

 J07	 J08	 J09	 J10	 J11	 J12	 J13
Käse Wolf Grillkäse aus Schafsmilch	Alpenhain Grill & Pfanne-Käsegenuss	Hochland Toast it! BBQ-Style	Garmo Grillkäse-Spieße	Alpenhain Heiße Schmankerl Pfannen-Käsegenuss	Goldsteig Käse-Teig Heißes Käse-Töpfchen	Concept Fresh Burger Cheese

Schmelzkäse

 K01	 K02	 K03	 K04	 K05
Bayernland Bayernland Pfeffer, Tomato, Curry	Berglandmilch Bergbaron Creme	Vandersterre Prima Donna Crème	Bel Kiri Dippi	Edelweiss Milkana Tomate-Kräuter

BUTTER & FETTE

 L01	 L02	 L03	 L04	 L05
Arla Foods Bergbauern- Butter	Natuurhoeve Kräuterbutter mit Knoblauch	Ornuu Kerrygold-Butter 200-g-Becher	Ornuu Kerrygold extra laktosefrei 150 g	NÖM Die Streichfeine

 L06	 L07	 L08	 L09	 L10	 L11
Uplegger Food Company Lieblings-Butter	Meggle Kräuter-Butter Diablo	Münsterlän- dische Margari- ne-Werke Golden Sunday	Ornuu Kerrygold Butter- schmalz	Molkerei Weihenstephan Butter 125 g	Käsebellens Lose Heumilch- butter

BIO-PRODUKTE

 M01	 M02	 M03	 M04	 M05
Molkerei Söbbeke Deutsche Obstbau- ern Johannisbeere, Pflaume 500 g	Ökologische Molkereien Allgäu Edler Weisser	Molkerei Söbbeke Creme Duo	Molkerei Söbbeke Milchcreme & Kirschen	Käsebellens Bio-Aktivkäse



M06

Bayerische Milchindustrie
BioBauern
Relaunch



M07

Molkerei Söbbeke
Monsieur
Jean Bernard



M08

Milchwerke Berchtesgadener Land
Alpenzweig Frucht-
und Knusperjoghurt



M09

Andechser Molkerei Scheitz
Bio-Joghurt +
Crunchy



M10

Andechser Molkerei Scheitz
Bio-Joghurt
griechischer Art



M11

Andechser Molkerei Scheitz
Bio-Sahne-
Grießpudding



M12

Kaasmakerij Henri Willig
Hoodammer



M13

Ökologische Molkereien Allgäu
Heumilch-Burschi



M14

Stöwer Käsehandel URS



M15

Vandersterre Landana
Organic Old



M16

Ökologische Molkereien Allgäu
Allgäuer
Käsewürfel



M17

Milchwerke Berchtesgadener Land
Feinster Bio-
Schlagrahm



M18

Schwarzwaldmilch
Bio-Joghurt
Walnuss



M19

Schwarzwaldmilch
Bioland-Joghurt
150 g



M20

Schwarzwaldmilch
Bio-Sahnequark



M21

Andechser Molkerei Scheitz
Bio-Joghurt 40 %
weniger Zucker



M22

Käsebelln
Bio-Kaffeerebell



M23

Concept Fresh
Schlierbacher
Bio Selction



M24

Molkerei Biedermann
Bio-Schafsbutter



M25

Concept Fresh
Bio-Burger-
Cheese



M26

Gut Almnäs
Almnäs Tegel



M27

De Lingehof
Ziegenfrischkäse
im Becher



Boom bei Brat- und Backkäse

Laut dem Düsseldorfer Marktforschungsunternehmen Information Resources GmbH (IRI) stagniert die Warengruppe Weichkäse insgesamt. Während back- und bratfähige Sorten auf Basis von Weichkäse stark zulegen konnten, verlieren Standardweichkäse zum Teil sogar zweistellig.

Die Warengruppe Weichkäse verzeichnet von Jahresanfang 2016 bis Oktober ein leichtes Absatzplus von 1,1 Prozent gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum. Getrieben durch die negative Preisentwicklung von minus 2,5 Prozent wird das Absatzwachstum nicht im Umsatzergebnis widerspiegelt: hier verzeichnet die Warengruppe einen geringfügigen Rückgang von 1,4 Prozent vs. VJ. Darüber hinaus ist der Umsatzverlust auf die stark rückläufigen Promotionverkäufe zurückzuführen. Der aktionsgetriebene Umsatz liegt bei minus 10,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Brat- und Backweichkäse ist das Segment mit dem stärksten Umsatzwachstum von 10,5 Prozent. Der Anteil des Segments an der gesamten Warengruppe steigt somit von 13,8 Prozent (Januar bis Oktober 2015) auf 15,4 Prozent im gleichen Zeitraum 2016. Der Anteil von Camembert und Brie hingegen geht im Vergleich zum Vorjahr leicht zurück von 18,9 Prozent auf 17,5 Prozent (Camembert) bzw. von 7,1 Prozent auf 6,6 Prozent (Brie).

Die positive Entwicklung von Brat- und Backweichkäse ist laut IRI v. a. promotiongetrieben. Hier steigt der Promotionumsatz um 25,8 Prozent an. Brie und

Camembert hingegen werden deutlich weniger veraktioniert. Der Promotionumsatz von Brie sinkt um 41,7 Prozent und auch bei Camembert liegen die Promotionverkäufe mit 14,4 Prozent deutlich unter dem Vorjahresniveau. Bei Standardweichkäse ist der prozentuale Verlust an Promotionverkäufen mit 11,5 Prozent zwar etwas schwächer, jedoch ist der Verlust von mehr als 11,8 Mio. Euro in absoluten Werten gesehen am stärksten.

Die Performance der Weichkäse-Handelsmarken ist in 2016 deutlich schwächer als im Vorjahr. Im Umsatz liegen Handelsmarken um 6,3 Prozent unter dem Vor-



Nicolò Polla, Geschäftsführer Molkerei Söbbeke GmbH

Absatz- und Umsatzentwicklung bei Weichkäse nach Vertriebschienen und Sorten

Performance Kategorie Weichkäse im YTD Oktober 2016

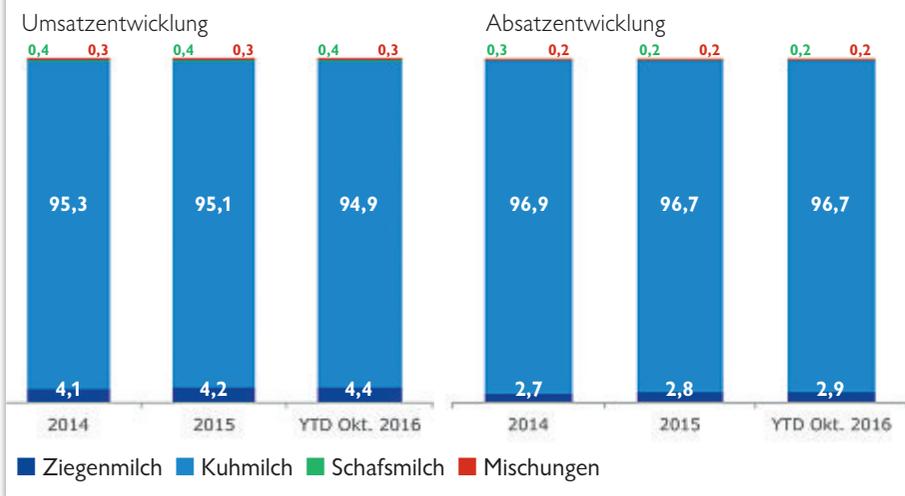
Quelle: IRI

YTD August 2016	Umsatz in Mio Euro	VÄ in %	Absatz in 1.000 Tonnen	VÄ in %
WEICHKÄSE	691.526	-1,4	83.706	1,1
Trad. LEH 200-799 qm	46.726	-1,4	4.794	1,0
Verbrauchermärkte >= 800 qm	295.196	1,8	31.030	5,3
Aldi/Lidl/Norma	233.309	-6,6	32.539	-3,4
Markendiscounter	116.296	1,8	15.344	3,4

YTD Oktober 2016	Umsatz in Mio Euro	VÄ in %	Absatz in 1.000 Tonnen	VÄ in %
WEICHKÄSE	691.526	-1,4	83.706	1,1
Standard	395.978	-0,8	45.719	2,4
Camembert	120.950	-8,9	15.705	-7,0
Back- & Bratweichkäse	106.643	10,0	12.270	11,6
Brie	45.418	-9,0	8.079	-2,6
Sonstige	22.726	0,6	1.945	0,0

Absatz- und Umsatzanteile von Weichkäse aus den verschiedenen Milcharten

Quelle: IRI



jahreszeitraum, der Absatz geht um 3,3 Prozent zurück. Markenartikel hingegen erzielen sowohl im Umsatz (plus 2,0 Prozent) als auch im Absatz (plus 6,1 Prozent) ein positives Ergebnis.

Verbrauchermärkte sind die Gewinner unter den Vertriebschienen. Mit einem Absatzwachstum von 5,3 Prozent ist das Ergebnis deutlich besser als bei allen anderen Vertriebschienen. Auf Platz 2 liegen die Markendiscounter mit immerhin noch

plus 3,4 Prozent vs. VJ. Im Umsatz liegen Verbrauchermärkte und Markendiscounter gleichauf mit jeweils plus 1,8 Prozent. Verlierer im Vergleich Januar bis Oktober 2015/2016 sind die Harddiscounter mit Verlusten von 6,6 Prozent im Umsatz und 3,4 Prozent im Absatz. Abgesehen von Brat- und Backweichkäse tragen alle Segmente zu der negativen Entwicklung bei, Brie und Camembert verlieren sogar im zweistelligen Bereich.

„Als 100%ige Bio-Molkerei liegt uns das Thema Nachhaltigkeit einfach am Herzen! Mit Hilfe des ZNU-Standards Nachhaltiger Wirtschaften^{Food} systematisieren wir unsere zahlreichen Initiativen und setzen diese zielgerichtet um.“



Sie suchen einen kompetenten Partner in Sachen Nachhaltigkeit? Wir freuen uns auf den Austausch mit Ihnen!



ZNU – Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung
Universität Witten/Herdecke
Alfred-Herrhausen-Straße 50, 58448 Witten

Zentrumsleitung:
Dr. Axel Kölle und Dr. Christian Geßner

Ihre Ansprechpartnerin:
Susanne Kellermann
Tel.: +49 (0) 2302 926-545, E-Mail: znu@uni-wh.de
www.uni-wh.de/znu

Mit dem Fondoodler eröffnen sich Käseliebhabern ganz neue Käsewelten



Die neue Käse-Kunst

US-Firma bringt Käse-„Klebestoß“ auf den Markt. Das Gerät verspricht jede Menge Spaß mit Käse.

Mit Lebensmitteln spielt man nicht? Doch! Mit dem Fondoodler darf man das. Basteln, schreiben, Kochen und Dekorieren – das alles kann man jetzt mit dem neuen Gerät, und zwar mit Käse! Der Fondoodler wurde vor wenigen Wochen von dem amerikanischen Unternehmen BuzzFeed, Inc. auf den Markt gebracht. Eine geniale – genial einfache Idee, denn das Prinzip Heißklebestoß dürfte ja so ziemlich jedem Bastler bekannt sein. Beim Fondoodler kommt eben nur kein Heiß-

kleber, sondern Käse zum Einsatz. Das ist aber schon der einzige Unterschied.

Und so geht's: Einfach den Käse in das Vorratsröhrchen füllen, das Gerät aufheizen (dauert laut BuzzFeed maximal drei Minuten) lassen und schon kann der Spaß beginnen. Dabei sind der Phantasie keine Grenzen gesetzt: Ob man nun Cracker oder Pizzen dekorieren oder zum Beispiel eine Burg aus Keksen zusammenkleben möchte, mit dem Fondoodler eröffnen sich ganz neue Möglichkeiten, kreativ mit Käse umzugehen.

Der Begriff Fondoodler ist übrigens eine Wortkombination aus den Begriffen Fondue und dem englischen Verb „to doodle“ (kritzeln). Der Fondoodler wird in den USA (und bisher nur dort) für 25 Dollar verkauft, und nach Angaben des Anbieters war die erste Charge ruckzuck ausverkauft. Wahrscheinlich ist es auch nur eine Frage der Zeit, bis das Gerät auch in Deutschland erhältlich ist. Weitere Informationen gibt es unter www.fondoodler.com.



Mit dem Fondoodler kann man Cracker dekorieren sowie Pizzen mit Käsegittern belegen, Häuser aus Keksen und Käse basteln u. v. a. mehr

Bio Wiesenmilch Almkäse:

Der beste Bio-Käse Österreichs



Bei der diesjährigen Käse-Kaiser-Verleihung konnte die Kärntnermilch wieder ihre einzigartige Käsekompetenz beweisen. Der Käse-Kaiser 2017 ging in der Kategorie „Bio-Käse“ das zweite Mal in Folge an den würzig-kraftigen Bio Wiesenmilch Almkäse. Eine hochkarätige Experten-Jury kürte den Bio Wiesenmilch Almkäse der Kärntnermilch somit zum besten Bio-Käse Österreichs. Die begehrte Auszeichnung ist eine Anerkennung der

herausragenden Qualität und des hervorragenden Geschmacks. Bio-Wiesenmilch vereint die weltbeste Rohmilch, die den strengsten Qualitätskriterien der Kärntnermilch entspricht mit höchster Sorgfalt und erstklassiger Bio-Qualität aus der Region. Mit zahlreichen weiteren Nominierungen in verschiedenen Kategorien gehören die Käse-Spezialitäten der Drautaler TraditionsKäserei zu den besten Produkten des gesamten österreichischen Käsemarktes.





Die zehn Sieger präsentierten sich mit ihren Auszeichnungen gemeinsam dem Fotografen

ÖSTERREICH KRÖNT SEINE ELITE

Seit zwei Jahrzehnten ehrt die Agrarmarkt Austria (AMA) Marketing Spitzenleistungen in der Käseproduktion und zeichnet sie mit dem Käsekaiser aus. Der Jury lagen diesmal knapp 200 verschiedene Sorten zur Begutachtung vor.

Als 1996, ein Jahr nach dem EU-Beitritt Österreichs, zum ersten Mal im Wiener Palais Ferstel die Käsekaiser vergeben wurden, ahnte noch niemand, welche enormen Absatzimpulse sich für die österreichische Käsebranche aus dieser Idee entwickeln würden. Die AMA-Marketing GesmbH ist die österreichische Plattform für Qualität, Absatzförderung und Kommunikation bei landwirtschaftlichen Erzeugnissen und Le-

bensmitteln. Sie zeichnet Spitzenleistungen in der Lebensmittelwirtschaft mit einem Gütesiegel und ihrem Biosiegel aus.

Zum Jubiläum boten wieder die historischen Räumlichkeiten des Palais den stimmungsvollen Rahmen. Aus 191 Einreichungen gingen Sieger in zehn Kategorien hervor. Diese sind Frischkäse, Weichkäse, Schnittkäse mild-fein, Schnittkäse g'schmackig, Schnittkäse würzig-kraftig, Hartkäse, Bio-Käse, Käsespezialitäten und -traditionen sowie Innovation. Außerdem wurde wieder der beliebteste österreichische Käse in Deutschland gekrönt.

Zum Vergleich: 1996, als ein Jahr nach der Gründung der AMA-Marketing GesmbH

die ersten Käsekaiser vergeben wurden, war die Molkerei- und Sennereibranche in Österreich noch völlig anders strukturiert als heute. Zum ersten Wettbewerb um die Prämierung wurden 65 Käse eingereicht. Zwei Jahrzehnte später kämpfen schon fast drei Mal so viele Einreichungen um den Sieg, darunter 22 Innovationen.

„Die vielen Einreichungen und die gekürten Käse sind Beweis für die traditionelle und gleichzeitig lebendige Käsekultur in unserem Land. Mit dem Können der Käsemeister, dem unternehmerischen Weitblick und der enormen Kreativität erarbeiten sich die Produzenten die Wertschätzung der Konsumenten. Vor zwanzig Jahren konnten wir nur knapp achtzig Prozent der nachgefragten Mengen selber



„Die vielen Einreichungen und die gekürten Käse sind Beweis für die traditionelle und gleichzeitig lebendige Käsekultur in unserem Land“, unterstrich Michael Blass, Geschäftsführer der AMA-Marketing, die Bedeutung der Käsekaiser für sein Land



„Österreichischer Käse ist überall beliebt und hat sich zu einem echten Exportschlager entwickelt. Nur mit hochwertigen Produkten kann unsere kleinstrukturierte Landwirtschaft auch auf dem internationalen Markt bestehen. Die Kür zum Käsekaiser würdigt die Besten der Besten. Ich gratuliere allen Siegern und Nominierten recht herzlich zu dieser besonderen Auszeichnung“, würdigte auch Bundesminister André Rupprecher die ausgezeichneten Hersteller.

Ausgezeichneter Käse kommt aus Salzburg!

Mit frischer, regionaler Alpenmilch.



Unter den feinen Käsesorten von SalzburgMilch sind schmackhafte Preisträger zu finden. Zum Beispiel der Original Almkönig, der erst kürzlich zum dritten Mal mit dem Käsekaiser ausgezeichnet wurde. Oder der neue Salzburger Heujuwel, der sowohl bei der 13. Internationalen Käsiade 2016 als auch beim 29. World Cheese Award die Goldmedaille geholt hat.

SalzburgMilch

www.milch.com

Die ausgezeichneten Käse des Jahres

Kategorie Beliebtester österreichischer Käse in Deutschland:
Schärdinger Kärntner Rahmlaub/ Berglandmilch, Betrieb Voitsberg



Typisch für seinen Käseteig sind die vielen unregelmäßigen Schlitz- oder Bruchlöcher. Er ist schnittfest, zart-geschmeidig und hat eine goldgelbe Farbe. Durch die Rotkulturreifung bekommt der Käse einen feinherben bis pikant-würzigen Geschmack. Der relativ hohe Fettgehalt gibt dem Kärntner Rahmlaub seine rahmige und schmelzende Konsistenz.

Kategorie Frischkäse:
Schlierbacher Bio Ziegenfrischkäse Natur/ Käseerei Stift Schlierbach



Beste Ziegenmilch aus der Region wird nach strengen Qualitätskriterien in der Stiftskäserei zu Frischkäse verarbeitet. Der Schlierbacher Bio Ziegenfrischkäse Natur überzeugt durch seinen frischen Geschmack, seine Cremigkeit sowie durch seine feine Struktur.

Kategorie Weichkäse:
Schärdinger Kaisertaler/ Ennstal Milch



Der Schärdinger Kaisertaler ist ein Weichkäse mit besonders geschmeidig-schmelzendem Teig. Die Naturrinde mit natürlichem, feinem Milchsimmelanflug verleiht dem Käse einen zarten Biss und einen mild-würzigen Geschmack.

Kategorie Schnittkäse mild-fein:
SalzburgMilch Original Almkönig/ SalzburgMilch



Der Original Almkönig ist ein aus pasteurisierter Milch hergestellter Schnittkäse. Er hat einen besonders milden, leicht süßlichen Geschmack, ist rindenlos und hat runde bis kirschgroße Löcher.

Kategorie Schnittkäse g'schmackig:
Alma Kräuterschatz/Rupp



Der Alma Kräuterschatz wird aus tagesfrischer Heumilch gekäst und dann per Hand mit acht verschiedenen, speziell ausgewählten, Alpenkräutern ummantelt. Diese essbare Kräuterrinde verleiht ihm seine auffallend grüne Optik und sein einzigartiges Aroma.

Kategorie Schnittkäse würzig-kraftig:
Ländle Klostertaler/ Vorarlberg Milch



Der Ländle Klostertaler wird aus bester frischer Alpenmilch hergestellt. Während seiner mind. siebenmonatigen Reifezeit im Naturkeller entfaltet er seine elegante Würze. Im Duft treffen fruchtige Aromen wie Ananas und Maracuja auf Malz und dunkles Karamell.

Kategorie Hartkäse:
Erzherzog Johann/ Obersteirische Molkerei



In den obersteirischen Reifekellern entsteht aus frischer Rohmilch mit natürlichem Fettgehalt die Hartkäsespezialität Erzherzog Johann. Der Käse erhält durch die Pflege mit Rotkulturen während seiner Reifezeit seinen würzig-pikanten Geschmack.

Kategorie Biokäse:
Bio Wiesenmilch Almkäse/ Kärntnermilch



Der würzig-kraftige Hartkäse aus Kuhmilch reift zwölf Wochen und wird in dieser Zeit mit Rotkulturen gepflegt. Der Bio Wiesenmilch Almkäse hat einen zart-geschmeidigen Teig und einen aromatisch-würzigen Geschmack.

Kategorie Käsespezialitäten und -traditionen:
Schärdinger Affineur Le Rosé/ Berglandmilch, Betrieb Voitsberg



Der Hartkäse Affineur Le Rosé wird mit Roséwein, Gewürzen und Kräutern behandelt. Mit seiner Oberfläche, einer Struktur von Weintrauben und Blättern, ist er eine unverkennbare Käsespezialität.

Kategorie Innovation 2016:
Schärdinger Österkron Höhlengereift/ Ennstal Milch



Der Schärdinger Österkron ist ein würzig-kraftiger Grünschimmelkäse und wird in der Steiermark hergestellt. Dabei entsteht eine Spezialität mit einer leicht krümeligen Konsistenz, edler Grünschimmeläderung und würzig-pikantem Geschmack.



GEKRÖNTE KÄSEKOMPETENZ

Die ausgezeichnete Käsekompetenz der Obersteirischen Molkeri wurde auch 2016 wieder bei den internationalen Käsewettbewerben vielfach prämiert.

Die OM erhielt:

- Den **KÄSE-KAISER** für den **Erzherzog Johann**
- **GOLD** für den **Erzherzog Johann** bei der **KÄSIADe**
- **GOLD** für den **Grande Styriano** bei der **KÄSIADe**
- **WORLD CHEESE AWARDS:**
- **SUPERGOLD** für den **Erzherzog Johann**
- **GOLD** für den **Weinkäse**
- **SILBER** für den **Hopfengold**
- **BRONZE** für den **Steirischen Bergkäse**
- **BRONZE** für den **Murtaler**
- **BRONZE** für den **Grande Styriano**



Alma

Ausgezeichnete Käsespezialitäten aus Österreich

Begeistern Sie Ihre Kunden mit dem meist ausgezeichneten Bergkäse Österreichs! Der Alma Vorarlberger Bergkäse g.U. überzeugt anspruchsvolle Gaumen und Juroren. Mit Supergold, Gold, Silber und Bronze beim World Cheese Award und zahlreichen Österreichischen Käsekaisern ist er eine Klasse für sich. Wie übrigens auch der Alma Kräuterschatz, der gerade mit dem dritten Käsekaiser prämiert wurde.



Im Vertrieb der
**Uplegger
Food
Company**
www.Uplegger.de



www.alma.at



Zum ersten Mal live dabei: ein echter Käsekaiser (repräsentiert durch den Fernsehchauspieler Josef Palfrader), der die Auszeichnungen an die geehrten „Untertanen“ vergab.

produzieren. Mit mehr als 200.000 t jährlicher Käseproduktion gelingt heute eine fast vollständige Abdeckung“, erklärte Michael Blass, Geschäftsführer der AMA-Marketing.

In zwei Stufen zum Käsekaiser

Eine 80-köpfige Jury – Käsesommeliers, Fachjournalisten, Produzenten und Vertreter des Handels – bestimmt in der ersten Phase aus allen Einreichungen die besten fünf Käse je Kategorie. Daraus kürt ein national und international besetztes, unabhängiges Expertengremium die Besten der Besten. Bewertet werden Aussehen, Teigbeschaffenheit und Konsistenz sowie Geruch und Geschmack. Maximal 100 Punkte können insgesamt erreicht werden, die Siegerkäse liegen bei deutlich mehr als neunzig Punkten. „Die Prämierung mit dem Käsekaiser, der höchsten heimischen Auszeichnung, steht für absolute Topqualität“, bilanziert Peter Hamedinger, AMA-Marketing-Manager für Milch und Milchprodukte.

Qualität ist das Erfolgsrezept

Österreich hat sich zu einer Käsenation mit mehr als 400 verschiedenen Sorten entwickelt. Die Konsumenten zeigen ihre Begeisterung für dieses Produkt, der Pro-Kopf-Konsum ist in den letzten beiden Jahrzehnten von 15 auf 21 kg gestiegen. Die umsatzstärksten Sorten sind Schnittkäse und Frischkäse. Der Bio-Anteil beträgt knapp neun Prozent.

Österreichischer Käse ist also offensichtlich beliebt. Und das nicht nur im eigenen Land, sondern auch im Ausland. Über die Jahre hat er sich zu einem echten Exportschlager entwickelt. 2015 wurden mehr als 100.000 t Käse exportiert. Die heimische Käseproduktion verdeutlicht den Erfolg einer langjährigen Qualitätsstrategie der AMA-Marketing. Nur mit hochwertigen Produkten kann die relativ kleinstrukturierte Landwirtschaft auch auf dem internationalen Markt bestehen.

„Die Kür zum Käsekaiser würdigt nun die Besten der Besten“, gratulierte auch Bundesminister Andrä Rupprechter anlässlich der Käsekaiser-Gala in Wien den Siegern.



Ein durchaus stimmiges Ambiente für die Krönung erfolgreicher Käsemeister aus den österreichischen Bundesländern bot einmal mehr das historische Palais Ferstel im Wiener Zentrum

ANZEIGE

Höchste Auszeichnung

AMA, Wien

KÄSEKAISER 2017
für den Ländle Kloostertaler



www.vmilch.at

KÄSEKAISER 2017

Der Ländle Kloostertaler wird aus bester frischer Alpenmilch hergestellt und auf traditionelle und handwerkliche Art und Weise gereift und gepflegt. Während seiner mind. 7-monatigen Reifezeit im Naturkeller entfaltet er seine elegante Würzigkeit. Im Duft treffen fruchtige Aromen wie Ananas und Maracuja auf Malz und dunkles Karamell. Füllig, saftig und mit cremigem Schmelz betört der Käse den Gaumen.



VORARLBERGMILCH



Weltklasse aus Österreich

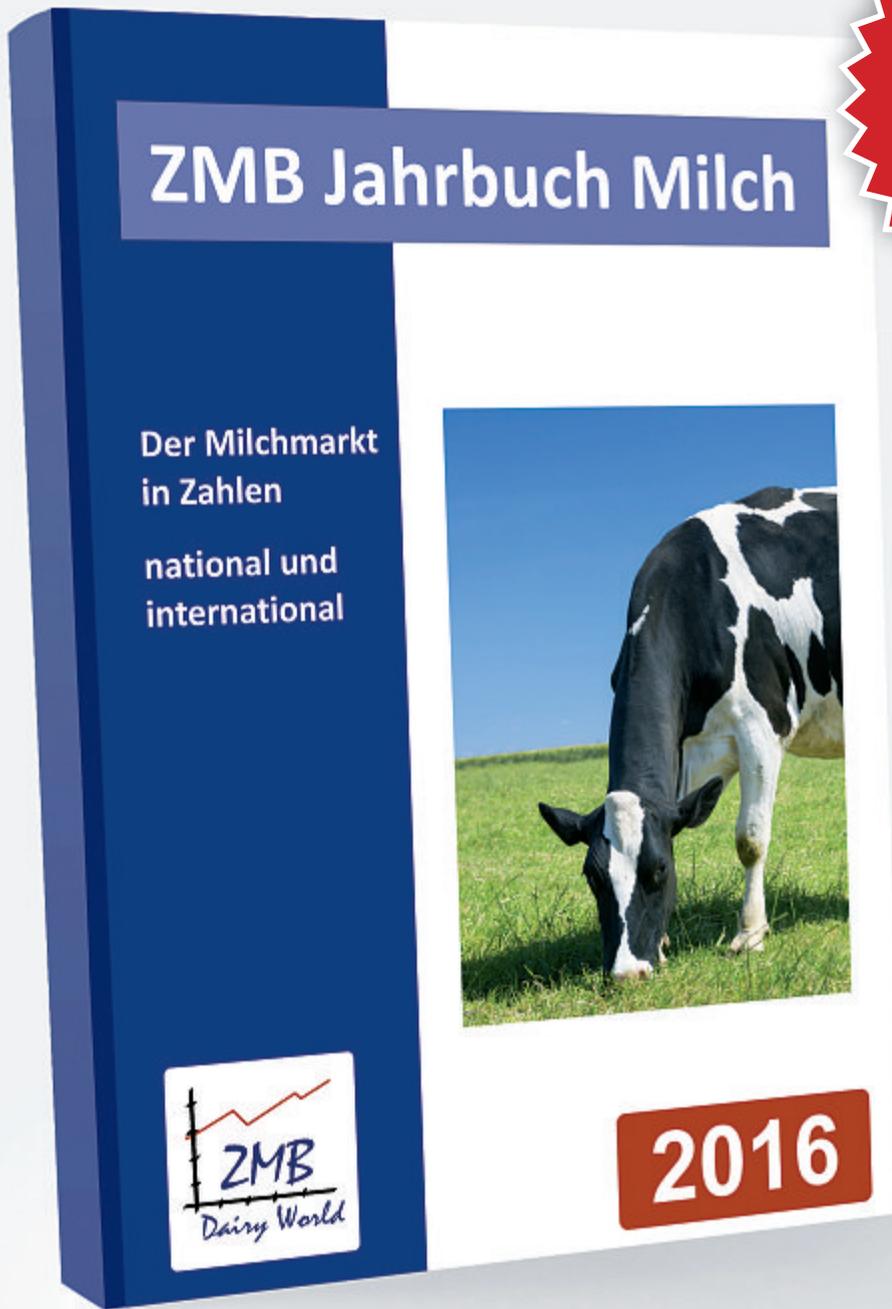
Zahlreiche österreichische Käsehersteller und -händler haben sich auch am World Cheese Award beteiligt und zahlreiche Medaillen mit nach Hause nehmen können.

Österreichische Käse machen auch international eine gute Figur. So gab es auf dem Ende des letzten Jahres – ausnahmsweise im spanischen San Sebastián – ausgerichteten World Cheese Award

zahlreiche Auszeichnungen für österreichische Käsehersteller bzw. -Anbieter. Dabei sicherten sich die Unternehmen Rupp (14 Medaillen), Kärntnermilch (9) und die Obersteirische Molkerei (6) die meisten

Medaillen. Eine besondere Ehre wurde bei dem Award dem Erzherzog Johann von der Obersteirischen Molkerei zuteil, der im Ranking der 16 besten Käse des Wettbewerbs auf dem sechsten Platz landete. >>

Einen wahren Medaillenregen gab es auch auf der 13. Käsiade in Hopfgarten in Tirol. Insgesamt 28 Gold-, 30 Silber- und 14 Bronzemedailen gingen dort an Unternehmen aus Österreich. Dabei schnitten insbesondere auch die Heumilchkäse hervorragend ab. Nicht weniger als 36 Mal ging Edelmetall an österreichische Heumilchverarbeiter, 13 x Gold, 18 x Silber und 5 x Bronze. Insgesamt 510 Käsespezialitäten waren zu diesem alle zwei Jahre stattfindenden Wettbewerb angetreten. Alle Siegerprodukte und weitere Informationen zur Käsiade gibt es unter www.fachleuterverband.at



Neueste Zahlen
Veröffentlichung
Januar 2017

2015 hat die Liberalisierung des europäischen Milchmarktes mit dem Ende des Quotensystems einen Meilenstein erreicht. Gleichzeitig geriet der Milchmarkt in schwieriges Fahrwasser.

Die Milcherzeugung stieg zwar langsamer als in den Vorjahren, übertraf die Nachfrage, die von sinkendem Kaufinteresse aus China, Russland und öllexportierenden Staaten geprägt war. Erstmals seit 2008 wurde das zuvor dynamische Wachstum des Weltmarktes unterbrochen. So kam es zu einem größeren Aufbau von Beständen und starkem Preisdruck. Die Erzeugerpreise gaben in verschiedenen Teilen der Welt deutlich nach.

Das **ZMB Jahrbuch Milch 2016** stellt diese Entwicklung anhand von Daten über Milchproduktion, Verarbeitung, Verbrauch und Außenhandel dar. Preiszeitreihen und kompakte Kommentare runden die Datensammlung ab. Erstmals wurde das Zahlenwerk um verfügbare Daten zum wachsenden Biomilchmarkt ergänzt.

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



>> Bestellen Sie bequem im Internet unter moproweb.de/zmb2016 oder mit Hilfe des QR-Codes.



Ja, ich möchte _____ Exemplar(e) „ZMB-Jahrbuch Milch 2016“ für 98,00 Euro (inkl. MwSt. und Versand) pro Stück 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
 „Buchbestellung“
 Max-Volmer-Str. 28
 40724 Hilden
 Tel.: +49 (0)2103 204-460
 fachbuch@blmedien.de

Im Folgenden die Liste der ausgezeichneten Hersteller/Anbieter und ihrer Produkte:

Hersteller	Supergold	Gold	Silber	Bronze
Almenland Stollenkäse	Arzberger Knappenkäse		Bergkäse mit Rotwein, Erzherzog Johann mit Rotwein Premium	Arzberger Ursteiner
Berglandmilch				Schärdinger Affineur Le Rosé, Schärdinger Dolce Bianca
Biosennerei Kolsass			Tiroler Bio Gold	
Concept Fresh			Schlierbacher organic selection WEIN, Klosterkäse, Schlierbacher organic selection PUR	Schlierbacher organic selection ROT
Furore			Hochalpenkäse Große Reserve	Ursalzkäse, Hochalpenkäse Reserve
Kärntnermilch			Kärntner Rahmkäse, Mölltaler Almkäse Selection	Bio Wiesenmilch-Rahmkäse, Bio+Rahmkäse, Drautaler in Naturrinde, Bio Wiesenmilch Draudamer, Mölltaler Almkäse, Bio Wiesenmilch Almkäse, Bio+Sennerkäse
Obersteirische Molkerei	Erzherzog Johann	Weinkäse	Hopfengold	Murtaler, Grande Styriano, Steirischer Bergkäse
Rupp/Alma <i>*Käsesorten von verschiedenen Alpen</i>	Vorarlberger Bergkäse 12 Monate	Vorarlberger Bergkäse 12 Monate (3 x*), Alpkäse alt,	Vorarlberger Bergkäse 6 Monate, Vorarlberger Bergkäse 10 Monate, Alpkäse alt (2 x*)	Vorarlberger Bergkäse 6 Monate (2 x*), Vorarlberger Bergkäse 10 Monate, Alpkäse alt, Holderschatz
Salzburg Milch		Salzburger Heujuwel	Bio-Bergkäse, Stiftungsgold Bergkäse	Bio-Frischkäse Kräuter
Sulzberger Käsebelln				Hay Flower Rebel Cheese
Vorarlberg Milch			Vorarlberger Bergkäse, Ländle Klostertaler (2x)	Ländle Mostkäse, Ländle Klostertaler extra reif
Weizer Schafbauern			S*Würzige Schaf	S*Alte Schaf

Gunnar Waagen von der norwegischen Käserei **Tingvoll** mit seinem Blauschimmelkäse **Kraftkar**



DER WORLD CHEESE AWARD ...

... wird traditionell von der britischen Guild of Fine Food organisiert, einem Zusammenschluss von Herstellern und Händlern, der sich der Förderung von „artisan food“ (handwerklich hergestellte Lebensmittel) auf seine Fahnen geschrieben hat. Dieser Käsewettbewerb ist – nach Angaben der Guild of Fine Food – der größte seiner Art weltweit. In diesem Jahr stellten sich insgesamt mehr als 3.000 Käse aus 35 Ländern den 260 Juroren aus fünf Kontinenten. Begutachtet werden von den Juroren-Teams die Rinde, die Teigqualität, Farbe, Textur und vor allem natürlich der Geschmack. Jedes Team kürt darüber hinaus neben den Gold-, Silber- und Bronzekandidaten einen aus seiner Sicht außergewöhnlichen Käse, der eine Super Goldmedaille verdient hat. Die dann aus allen teilnehmenden Käsesorten 60 selektierten Käse gelten als die besten Käse der Welt und werden nochmals einer Bewertung einer aus 16 international anerkannten Experten bestehenden Jury unterzogen. Dabei bestimmt jedes der Jurymitglieder seinen persönlichen Favoriten, so dass dann noch 16 Käse übrigbleiben, die in der Finalrunde schließlich von einer „Superjury“ begutachtet

werden. Das geschieht im Rahmen einer Live-Show, bei der schließlich der World Champion Cheese ermittelt wird. Dieses Mal war das der Blauschimmelkäse „Kraftkar“ der norwegischen Käserei Tingvoll.

Berglandmilch

Neue Käsesorten für SB und Bedienung

Für weitere Abwechslung im SB-Regal sollen jetzt drei Premium-Käsesorten von Berglandmilch in einer Packung sorgen. Die Bergkäsesorten sind alle würzig-kraftig im Geschmack. Die 115-g-Packung enthält einen vier Monate lang höhlengereiften, einen sechs Monate lang gereiften und mit Rotwein affinieren und einen neun Monate lang gereiften Bergkäse.

Im Frischkäsesegment präsentiert die Berglandmilch darüber hinaus die herbstlich-winterliche Saisonsorte Kürbis-Ingwer. Diese Sorte wird mit Kürbis und Kürbiskernen sowie einem Hauch von Ingwer geschmacklich abgerundet und ansonsten ganz ohne zugesetzte Aroma-, Farb- oder Konservierungsstoffe hergestellt. Neben der Verwendung als klassische Jause mit Brot und Wein empfiehlt die Berglandmilch den Frischkäse auch als gesunden, fettarmen Snack zum Löffeln für zwischendurch, zum Garnieren von Salaten und als Beilage zu Tramezzini und Sandwiches. Zudem entspricht der Landfrischkäse dem aktuellen Ernährungstrend „High Protein“, mit 24 g Eiweiß pro Becher.

Und schließlich erweitert die Berglandmilch ihr Käseportfolio für den Bedienungsbereich um den Weinzirler unter der Marke Tirol Milch. Dabei handelt es sich um einen mit Rotwein affinieren Hartkäse, der mindestens sechs Monate lang reift. Dies verleiht dem Weinzirler seinen würzig-kraftigen, charaktervollen Geschmack. Der Käse hat einen Fettgehalt von 50 Prozent i. Tr. und einen besonders cremigen Teig. *Kontakt: office@berglandmilch.at*



Hamburger Käselager

Schwarzwald-Traube aus dem Rotweinfass



Die Schwarzwald-Traube im Portfolio des Hamburger Käselagers ist ein Hartkäse aus naturbelassener Kuhvollmilch, der während seiner Reifezeit in ein Fass mit Schwarzwälder Rotwein eingelegt wird. Dort nimmt er die Aromen des Weines an und entwickelt seine tiefrote, fast schwarze Weinrinde. Im Käseteig finden sich feinvermahlene Traubenkerne, die dem Käse seine spezielle Würze und einen ausgefallenen, leicht krokanten Biss verleihen. Er hat einen Fettgehalt von mindestens 50 Prozent i. Tr. und wird als Drei-kg-Laib angeboten.

Prolupin

Veganer Schokoladenaufstrich



Prolupin erweitert seine Produktpalette von mit Lupinensamen hergestellten, veganen Produkten um den „Made with Luve“-Schokoladen-Aufstrich. Basierend auf dem Eiweiß der Blauen Süßlupine ist er laut Prolupin besonders lecker und deutlich leichter als herkömmliche Schokoladen-Aufstriche, Nuss-Nougat-Cremes oder Schoko-Frischkäsezubereitungen. Der „Made with Luve“-Aufstrich Schokolade enthält im Vergleich zu klassischen Nuss-Nougat-Aufstrichen etwa 50 Prozent weniger Kalorien, Fett und Zucker. Der verwendete Kakao ist nach dem Nachhaltigkeitsprogramm UTZ zertifiziert. Der Aufstrich eignet sich zur Verwendung auf Brot und auch zum Backen. *Kontakt: www.madewithluve.de*

Molkerei Söbbeke

Winterliche Biojoghurts



Die Biomolkerei Söbbeke hat ein Sortiment Winterjoghurts im 500-g-Pfandglas aufgelegt, das nur für kurze Zeit erhältlich ist. Angeboten werden die Sorten Winterorange mit einer Spur Zimt (UVP: 1,79 Euro), Mohn-Vanille (1,79 Euro), Pflaume-Walnuss (1,79 Euro). Außerdem gibt es die Sorten Pflaume-Walnuss und Mandel-Vanille-Zimt auch in Multipacks (4 x 100 g) für 1,89 Euro. *Kontakt: vertrieb@soebbeke.de*

Privatmolkerei Bauer

Sommerliches Joghurt-Quartett

Die Privatmolkerei Bauer legt in der Joghurtlinie „Der große Bauer“ jetzt ein sommerliches Quartett auf, das die winterlichen Produkte ablöst und für fruchtig-frischen Genuss sorgen soll. Die Joghurt-Kompositionen Holunder-Limette, Kiwi-Stachelbeere, Rhabarber-Vanille und Zitrone aus tagesfrischer Milch sollen außerdem die Wartezeit auf höhere Temperaturen angenehmer gestalten. Die Produkte sind von Januar bis

September erhältlich und kosten (UVP) 0,69 Euro pro 250-g-Becher.

Kontakt: vertrieb@bauer-milch.de





Berglandmilch

Flaumige Desserts mit Fruchtsoße

Unter der Marke Schärldinger hat die Berglandmilch das neue Dessert „Topfennockerl mit Fruchtsauce“ auf den Markt gebracht, ideal auch für den flaumigen Außer-Haus-Genuss, als Snack zwischendurch oder auch als Nachspeise, empfiehlt Berglandmilch. Die neuen Schärldinger Topfennockerl sind noch flaumiger und enthalten keine Konservierungsstoffe. Zur Abrundung des Desserts befindet sich im Stülpedeckel Fruchtsoße. Außerdem ist ein Löffel integriert. Die Topfennockerl gibt es in den Sorten Natur mit Fruchtsoße Erdbeer-Himbeer und Vanille mit der Fruchtsoße Marille-Mango. Die Desserts werden im 180-g-Becher angeboten. *Kontakt: office@berglandmilch.at*



Heiderbeck

Pecorini aus der Emilia Romagna

Heiderbeck hat ein neues Pecorino-Sortiment im Portfolio. Die Schnittkäse werden aus tagesfrischer Schafsmilch unter Verwendung von vegetarischem Lab aus Artischocken hergestellt. Erhältlich sind die Sorten Pecorino Kornblumen (mind. 51 % Fett i. Tr./ca. 1,5-kg-Laib), Kamille (48 %/1,3 kg), Dolce Anita (49 %/1,7 kg), Walnussblatt (46 %/1,3 kg), Brennnessel (46 %/1,5 kg), Hanf (39 %/1,3 kg), Mohnblüten (48 %/1,7 kg), mit Heu (43 %/1,3 kg), Wacholder (46 %/2,4 kg) und Re di Pecora mit Mohnblüten (51 %/3 kg). *Kontakt: info@heiderbeck.com*

Alter Alm-Öhi aus der Schweiz

Käse Wolf stellt mit dem Alm-Öhi einen Hartkäse aus silofreier Milch vor, der zwölf Monate lang gereift ist und einen Fettgehalt von 50 Prozent i. Tr. hat. Der Alm-Öhi wird in der Schweiz hergestellt, verfügt über einen kompakten, elfenbeinfarbenen Teig mit leicht kristalliner Struktur und eine intensiv würzige Note mit Anklängen von Karamel und Röstnoten. *Kontakt: verkauf@kaese-wolf.de*

Käse Wolf



Arla Foods

Saisonale Abwechslung bei den Castello-Ringen

Arla Foods „revitalisiert“ sein Frischkäsering-Konzept Castello durch die Einführung saisonaler Sorten im Frühjahr und im Herbst. Den Anfang macht der herbstliche Frischkäsering in der Sorte Waldpilz. Das Produkt überzeugt laut Arla Foods durch einen feinen aromatischen Geschmack. Ob als herzhafter Brotaufstrich oder zum Kochen und Verfeinern, der Frischkäsering Waldpilz bietet verschiedene Verzehranlässe und soll damit auch neue Verwender ansprechen. *Kontakt: info.de@arlafoods.com*

Milchwerke Berchtesgadener Land Laktosefreier Bioquark

Die Milchwerke Berchtesgadener Land erweitern ihr Angebot an laktosefreien Produkten, das bisher aus der frischen und haltbaren Bio-Alpenmilch, dem Schlagrahm sowie dem Bioghurt Natur und Frucht (Vanille und Himbeere) besteht, um einen laktosefreien Bioquark. Der laktosefreie Naturland Fair Speisequark in Magerstufe (0,2 Prozent Fett) wird ab März 2017 erhältlich sein. Hergestellt wird der Quark aus Biomilch von Naturland-Höfen der Alpenregion. Durch die feste Konsistenz eignet sich der bayerische Topfen laut Hersteller auch besonders gut zum Backen. Die Preisempfehlung liegt bei 1,29 Euro pro 250-g-Becher. Damit die Verbraucher die laktosefreien Produkte von Berchtesgadener Land noch schneller und eindeutiger erkennen können, hat die Molkerei die Verpackungen des gesamten Sortiments optimiert. Die Produkte tragen jetzt eine auffällige Banderole in Hellgrün mit dem Schriftzug „Laktosefrei“. *Kontakt: info@molkerei-bgl.de*



Magermilchjoghurt mit mehr Protein

Auch FrieslandCampina Germany setzt auf den Proteintrend. So hat das Unternehmen sein Optiwell-Joghurtsortiment um einen neuen cremigen Magermilchjoghurt erweitert, mit 30 Prozent mehr Protein, wenig Fett und einem angenehm säuerlichen Geschmack, so der Hersteller. Die Preisempfehlung pro 500 g-Becher liegt bei 0,99 Euro.

FrieslandCampina Germany



Molkerei Müller

Milchreis auf Amerikatrip

Die Molkerei Müller will jetzt für den kleinen Hunger amerikanische Genussträume wahr machen: im Kühlregal wartet klassisch-körniger Milchreis mit tasty und crazy Soße als Limited Edition in zwei neuen Sorten im amerikanischen Style. Schön schokoladig hat es der Kleine Hunger bei der neuen Sorte Milchreis Limited Edition „Choco Brownie“. Und im neuen Milchreis des Monats „Salty Caramel“ verschmilzt leicht salzige Karamelloße mit köstlichem Milchreis. *Kontakt: presse@mueller-milch.de*

Berglandmilch

Winterliches Trinkvergnügen

Die Berglandmilch erweitert ihr Molke-Drink-Sortiment Lattella mit der Winter-Edition Granatapfel. Das winterliche Trinkvergnügen wird aus 100 Prozent gentechnikfreier österreichischer Milch hergestellt und hat einen hohen Vitamin C-Gehalt. *Kontakt: office@berglandmilch.at*



KäseStrasse Bregenzerwald

Pikanter Heumilchkäse

Ein besonders weicher und geschmackvoller Schnittkäse ist der Bregenzerwälder Hofkäse. Er wird aus Heumilch hergestellt und reift mindestens drei Monate lang, um seinen milden, leicht pikanten Geschmack sowie seinen gelben, festen Teig mit schöner Rundlochung auszuprägen. Der sechs kg schwere Schnittkäse hat einen Fettgehalt von 45 Prozent i. Tr.

Kontakt: info@kaesestrasse.at

Molkerei Müller

Sortenwechsel bei den Eckenjoghurts

Die Molkerei Müller macht im Sortiment wieder mobil. So bringt das Unternehmen im Konzept Joghurt mit der Ecke des Monats die neue Sorte „Bibers Knusper-Spaß“ auf den Markt. Das Produkt besteht aus Joghurt mit Haselnuss-Vanille-Geschmack und knusprigen Waffelstückchen. Wieder im Kühlregal ist auch die bekannte Wiederholer-Sorte „Eichhörnchens Schatz“. Mit schokolierten Crispies mit Karamell-Geschmack und Joghurt mit Macadamia-Geschmack. Die beiden Sorten „Bibers Knusper-Spaß“ und „Eichhörnchens Schatz“ ersetzen die Joghurts mit der Ecke des Monats „Rudis Weihnacht“ und „Rudis Lebkuchenmann“. Die unverbindliche Preisempfehlung liegt bei 0,59 Euro pro 140g-Becher.

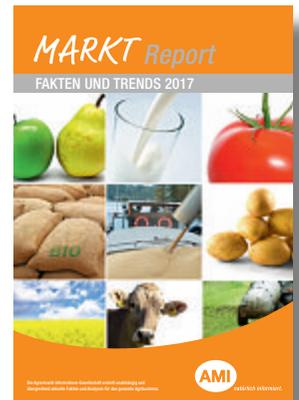
Darüber hinaus will die Molkerei Müller das Kühlregal zur Partyzone machen, und zwar mit den zwei bekannten Sorten „Party auf dem Bauernhof“ des Joghurt mit der Ecke Minis in einem neuen Design. Bei dieser Sorte lassen sich knusprig-bunte Entchen, Schweinchen und Kälbchen in fruchtigen Joghurt mit Banane-Apfel-Geschmack knicken. Dafür hat sich auch die Verpackung vom weihnachtlichen Design verabschiedet. Rund geht es laut Müller nach wie vor bei der Sorte „Die Schafe sind los!“. Hier treffen weiße und dunkel schokolierete Knusper-Schäfchen auf Joghurt mit Butterkeksengeschmack. Mit rasanten Rennfahrer-Schafen auf den Manschetten der Multipacks. Die unverbindliche Preisempfehlung liegt bei 1,59 Euro pro Viererpack (4 x 85 g).

Und schließlich kehren Bibi Blocksberg und Benjamin Blümchen ins Kühlregal zurück. Mit den bekannten Sorten „Bibi Blocksberg – Das Wettfliegen“ und „Benjamin Blümchen als Tierarzt“. Die Preisempfehlung des Herstellers liegt hier ebenfalls bei 1,59 Euro pro Viererpack. *Kontakt: presse@mueller-milch.de*



Mehr Wissen. Fakten und Trends 2017.

Sichern Sie sich Ihren
AMI Markt Report
Fakten und Trends 2017
service@AMI-informiert.de



AMI Markt Report –
Fakten und Trends 2017

A5-Format | 150 Seiten
€ 218,07 incl.
7% MwSt.
zzgl. Versandkosten

Ab 15. Dezember 2016
lieferbar. Auch als
E-Book erhältlich.

Wissensvorsprung nutzen

Der aktuelle Markt Report – Fakten und Trends 2017 enthält eine umfassende Bewertung der nationalen und internationalen Agrar- und Rohstoffmärkte. Die wichtigsten Entwicklungen 2016 werden analysiert und kommentiert sowie mit fundamentalen Daten und Kennzahlen zu einem Ausblick 2017 erweitert. Damit liefert das Jahrbuch eine wichtige Entscheidungsgrundlage für das gesamte Agribusiness.

Mehr im Netz

Weitere Informationen finden Sie auf www.AMI-informiert.de oder durch Scannen dieses QR-Codes:



AMI
natürlich informiert.

ANZEIGE

STELLENANGEBOTE

Pro Process sucht:

Junior Consultant Milchwirtschaft (m/w)

Weitere Informationen finden Sie unter
www.moprojob.de

mopro
job.de

FIRMEN UND MARKEN IN DIESER AUSGABE

Unternehmen

Agrarmarkt Austria	Marketing	34
Almenland Stollenkäse		42
ARGE Heumilch		7
Arla Foods		19/44
Bärenmarke Vertriebsgesellschaft		18
Bauer		16/43
Bergader Privatkäserei		19
Berglandmilch		13/36/42/ 43/44/45
Biosennerei Kolsass		42
Boska Holland		6
Bundesfachschule des Lebensmittelhandels		7
BuzzFeed Inc.		32
Concept Fresh		42
Cono Kaasmakers		17
Danone		13
Edeka Mohr		8
Emmi		6/11/17
Ennstal Milch		36
Epta		6
Fitness First		3
FrieslandCampina Germany		44
Fromi		10
Furore		42
Garmo		17
Geska AG		3
Guild of Fine Food		42
Hamburger Käselager		43
Heiderbeck		10/11/44
Heiderbeck-Akademie		7
Heinrichthaler Milchwerke		3
Information Resources GmbH		30
Kärntnermilch		36/42

Karwendel-Werke		18
Käse Wolf		44
Käserei Loose		13
Käserei Stift Schlierbach		36
KäseStrasse		
Bregenzerwald		45
Käsiade		40
Kerry Foods		13
Landesvereinigung der Bayerischen Milchwirtschaft		3/10
Lustenberger & Dürst		18
Maferwerk		12
Milchwerke Berchtesgadener Land		44
Molkerei Müller		44/45
Molkerei Söbbeke		43
NÖM		13
Obersteirische Molkerei		36/42
Petri Feinkost		19
Prolupin		43
Rewe		8
Rupp		13/36/42
SalzburgMilch		36/42
Schwarzwaldmilch		7/17
SIG Combibloc		8
Sulzberger Käsebellens		42
Switzerland Cheese Marketing GmbH		18/19
Tetra Pak		11
Tingvollst		42
Vorarlberg Milch		36/42
Weizer Schafbauern		42
WIFI NÖ		7
Wijngaard Kaas		13
World Cheese Award		40
Zott		16

Marken

Alma		36/42
Almkönig		36
Alm-Öhi		44
Alpkäse		42
Arzberger Knappenkäse		42
Arzberger Ursteiner		42
Bärenmarke		18
Bavaria blu		19
Beemster		17
Berchtesgadener Land		44
Bio Wiesenmilch-Rahmkäse		42
Bio+Rahmkäse		42
Bio+Sennerkäse		42
Castello		44
Cheestrings		13
Combibloc		8
Combifit		8
Comté		19
Der große Bauer		43
Draudamer		42
Drautaler		42
Emmi Caffè Latte		17
Erzherzog Johann		36/42
Fondoodler		32
Fruchtzwerg		13
Gazi		17
Grande Styriano		42
Hay Flower Rebel		42
Hochalpenkäse		42
Holderschatz		42
Hopfgold		42
Joghurt mit der Ecke		45
Kaergarden		19
Kaltbach		6/11
Kärntner Rahmkäse		42
Kraftkar		42
LAC		7

Ländle		36/42
Lattella		45
Le Gruyère AOP		18
Le Superbe		18
LightCap		11
Made with Luve		43
Mini Muuh		13
Miree		18
Mölltaler Almkäse		42
Monte		16
Mövenpick		16
Murtaler		42
Optiwell		44
Österkron		36
Petrella		19
Quäse		13
S'Alte Schaf		42
S'Würzige Schaf		42
Schabziger		3
Schärdinger		13/36/42/43/44
Schlierbacher		36/42
Schwarzwaldmilch		17
SkyView		6
Söbbeke		43
Steirischer Bergkäse		42
Stiftsgold		42
Tetra Brik Aseptic		11
Tirol Milch		43
Tiroler Bio Gold		42
Ursalzkäse		42
Vorarlberger		42
Weinzirler		43

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.: 0 26 33/45 40-0,
Fax: 0 26 33/45 40-99
E-Mail: infobb@blmedien.de
Homepage: 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),

Abonnentenbetreuung und Leserservice:

B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG,
Verlagsniederlassung München,
Ridlerstraße 37,
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

Herr Patrick Dornacher,

Tel.: 0 89/3 70 60-271,

E-Mail: 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: COBADEFXXX
Gläubiger-ID: DE 13ZZZ00000326043

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

Bad Breisig

Titelfoto: Ornuu

Beilagen: Conference Group, Postkarte

„Save the Date Kreativ-Award“,

Ausstellerverzeichnis Biofach, Stimmzettel
Produkt des Jahres

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 (IVW)
– 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
Rislen
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

FOTOSTUDIO + PR



Wie bieten: Rezeptentwicklung,
Professionelle Food-Fotografie,
inkl. PR-Datenbank zum Down-
loaden für Redaktionen

Sternagel Food-Office

Anja Sternagel
T. 040/410 58 33
M. 0171/509 35 58
anja.sternagel@foodpicpool.de

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 LEHregionales 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 Ahrensböök
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



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

IX.

ZUKUNFTS- KONFERENZ FOOD

in der Universität Witten/Herdecke

StartUp
Impulse



► **Vertrauen in die Wertschöpfungskette**

**29. MÄRZ
2017**

► *Impulse geben u. a.*

Prof. Dr. Klaus Töpfer
Arved Fuchs (Polarforscher & Abenteurer)
Markus Buntz (Unternehmensgruppe Bünting)
Florian Schütze (LIDL Stiftung)
Josef Stitzl (Hochland Deutschland)
Guido Wolf (Felix/Ültje)

Anmeldung:

✉ znu@uni-wh.de

🌐 www.uni-wh.de/znu



Zentrum für Nachhaltige
Unternehmensführung
Universität Witten/Herdecke