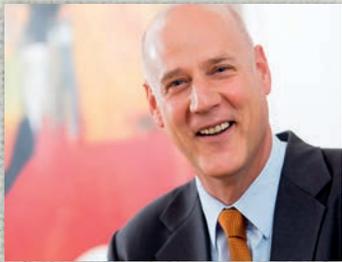


September 2017

KOMPAKT ÖSTERREICH



ANZEIGE



QUALITÄT ALS KULTURGUT

Käse und Milchprodukte aus Österreich stehen für eine hohe Qualität. Dr. Michael Blass, Geschäftsführer der AMA Marketing, erklärt, was die mit dem AMA-Gütesiegel ausgezeichneten Schmankerl so besonders macht.



MEGATREND CONVENIENCE

Frischprodukte und Bio-Qualität liegen in Österreich im Trend. Getoppt werden diese nur durch Produkte für den schnellen Genuss. Alles was beim Einkaufen und Zubereiten schnell und einfach geht, ist bei österreichischen Konsumenten besonders gefragt.

UNSERE VERANTWORTUNG: RUNDUM GESUNDE TIERE.

AUS MILCH VON
100 % KONTROLLIERT
GESUNDEN KÜHEN



SalzburgMilch

DIE PREMIUM MILCHMACHER

**Milch-
Marketing & KÄSE-
THEKE**

Ein Supplement
der Zeitschriften



TIROL MILCH KÄSE- SPEZIALITÄTEN

AUS 100% TIROLER BERGBAUERNMILCH

NATÜRLICH ÖSTERREICH

Rund 13 Mio. Bundesbürger verbringen ihren Sommer- oder Winterurlaub in Österreich. Das hat sicher seinen Grund. Denn deutsche Urlauber schätzen ihre Nachbarn im Südosten nicht nur wegen der grünen Wiesen, der Berge und Seen mit ihrem herrlichen Alpenpanorama, sondern auch auf Grund der vielen köstlichen Schmankerl. Käse und Milchprodukte spielen dabei eine ganz große Rolle.

Österreich ist das Bio-Land Nummer eins in Europa. Denn in keinem anderen Land gibt es – gemessen an der Fläche – so viele Bio-Bauern. Bereits 1927 wurde der erste österreichische Biolandwirt registriert. Heute sind es mehr als 20.000 Betriebe, die rund 20 Prozent der Agrarflächen der Alpenrepublik nach ökologischen Kriterien bewirtschaften. Themen wie Weidegang, offene Kuhställe oder Tiergesundheit sprechen für nachhaltige Aktivitäten österreichischer Landwirte, Käsereien und Molkereien und unterstreichen die natürlichen Werte der vielen regionalen und zum Teil auch lokalen Spezialitäten.

Und auch die Heumilch ist eine inzwischen über zehnjährige Erfolgsgeschichte. Die natürliche Fütterung durch sommerlichen Weidegang und mit Heu im Winter sowie der Verzicht auf Silage war von Beginn an den Kunden leicht zu vermitteln und unterstreicht die Natürlichkeit der aus Heumilch hergestellten Milchfrischprodukte und Käse. Zudem leisten die Heumilchbauern mit der Pflege der Bergwiesen ihren Beitrag zum Erhalt des so geschätzten grünen Alpenraumes.

Daher sollten deutsche Lebensmittelhändler wie auch Molkereien, die auf der Suche nach nachhaltigen Produkten und Konzepten sind, durchaus mal einen Blick über die südöstliche Landesgrenze Richtung Alpen werfen. Fachlichen Hintergrund dazu finden Sie auf den folgenden Seiten.

Angenehme Lektüre wünscht Ihnen

THORSTEN WITTERIEDE

Kontakt: tw@blmedien.de



INHALT

Interview mit Dr. Michael Blass: „Qualität ist ein österreichisches Kulturgut“	4	Gmundner Milch.....	12
Tegut: Mehrwert mit Käse aus Österreich.....	5	Käse Moosbrugger.....	13
Sulzberger Käse rebellieren: Jetzt auch im Zillertal.....	7	Pinzgau Milch.....	14
Pinzgau Milch: Erfolgreiche Geschäfte	7	Privatkäserei Rupp.....	15
Herstellerportraits		SalzburgMilch	16
Berglandmilch.....	10	Sulzberger Käse rebellieren.....	17
Concept fresh	11	Vorarlberg Milch	18
		Gebrüder Woerle.....	19
		Interview mit Christian Leeb: Pionier der Tiergesundheit	20
		RollAMA: Megatrend	
		Convenience	22

IMPRESSUM

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

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

Herausgeber: Hans Wortelkamp (-14)

Objektleitung: Burkhard Endemann (-16)

Redaktion: Thorsten Witteriede (-20), Frank Wegerich (-15)

Grafik-Design: Jeannette Knab (-18)

Anzeigen: Lara Gehrke (-12)

Titelfoto: SalzburgMilch

Druck: Radinprint, Kroatien

Einzelpreis: 6 Euro + MwSt.

„QUALITÄT IST EIN ÖSTERREICHISCHES KULTURGUT“

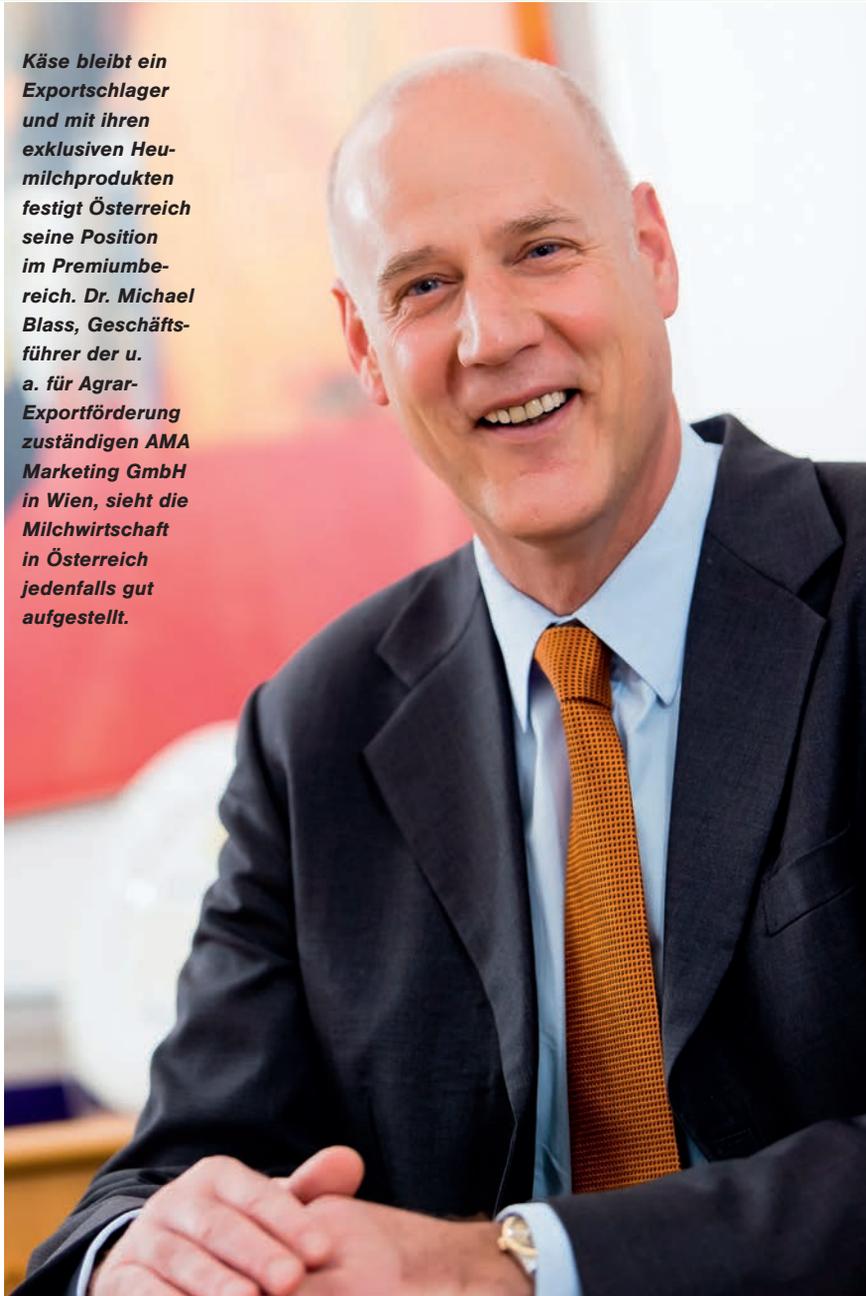
Die Nahrungsmittelindustrie ist ein wesentlicher Bestandteil der österreichischen Volkswirtschaft. Mit rund zwölf Prozent des Bruttosozialprodukts sind die vielen, meist mittelständisch geprägten Unternehmen Motor für die heimische Wirtschaft und für den Export. Zugpferde im Export sind vor allem die Milcherzeugnisse, allen voran der Käse. Das liegt einerseits an der geografischen Nähe zu Deutschland, ist aber auch ein Resultat der reichhaltigen Käsepalette, die vom Bergkäse bis hin zum veredelten Frischkäse reicht.

Die in Wien ansässige AMA Marketing GmbH setzt sich auf gesetzlicher Basis seit dem EU-Beitritt Österreichs (1995) für den Absatz und die Qualität österreichischer Nahrungsmittel ein. Die Organisation steht u. a. für das AMA-Gütesiegel, das AMA-Biosiegel oder die Futtermittel-Richtlinie „Pastus+“. Dr. Michael Blass ist Geschäftsführer der AMA Marketing.

Herr Dr. Blass, seit über zwei Dekaden verbucht Österreich Jahr für Jahr eine Steigerung im Käseexport – insbesondere nach Deutschland. Hat die AMA ihr Ziel der Exportförderung nicht längst erreicht?

Blass: Als Österreich 1995 der EU beigetreten ist, hatte sicher keiner von uns erwarten können, dass sich der gesamte Agrarexport derart positiv entwickeln würde. Seit dem EU-Beitritt hat sich Österreichs Agrar-Außenhandel vervielfacht. Im letzten, sicher nicht einfachen Jahr 2016, ging wieder rund ein Drittel unserer Agrarexporte nach Deutschland. Es ist in erster Linie ein Verdienst der österreichischen Milchverarbeitungsbetriebe, dass wir Jahr für Jahr Rekordmengen zum Beispiel beim Käseexport verbuchen.

Käse bleibt ein Exportschlager und mit ihren exklusiven Heumilchprodukten festigt Österreich seine Position im Premiumbereich. Dr. Michael Blass, Geschäftsführer der u. a. für Agrar-Exportförderung zuständigen AMA Marketing GmbH in Wien, sieht die Milchwirtschaft in Österreich jedenfalls gut aufgestellt.



Es zeigt aber auch, dass unsere Produkte und Qualitäten Anklang finden. Aber Erfolge beflügeln auch. Deshalb wollen wir unbedingt weitermachen.

Sie erwähnen die Qualität. Ist sie nicht eine der wesentlichen Grundvoraussetzungen, um überhaupt mit Lebensmitteln zu handeln?



Käsespezialitäten sind das Aushängeschild im Export. Jahr für Jahr bestätigen höhere Absatzzahlen die Wertigkeit und die wachsende Beliebtheit der Käse aus Österreich.

Zweifellos. Aber wir setzen mit unserem AMA-Gütesiegel noch eins drauf und garantieren dauerhafte Premiumqualitäten. Gemeinsam mit dem AMA-Biosiegel dient es seit nunmehr über zwanzig Jahren unserer heimischen Wirtschaft. Beide sind gleichermaßen Erkennungszeichen, die allen Beteiligten eine verlässliche Orientierung geben. Qualität ist damit sozusagen ein österreichisches Kulturgut.

Über viele Jahre wurde österreichischen Herstellern als willkommener Nischenproduzent Tür und Tor für den Eintritt in den deutschen Markt geöffnet. Jetzt ist man einer der Großen, zumindest im Käsegeschäft. Bleibt damit nicht auch der frühere Charme österreichischer Schmankerln auf der Strecke?

Sehen Sie, die mittelständischen Strukturen innerhalb der österreichischen Molkereiwirtschaft haben sich in den zurückliegenden Jahren nur wenig verändert. Österreich war und bleibt der Feinkostladen in der EU. Das, was Sie als österreichische Schmankerln bezeichnen, hat nach wie vor hohes genießerisches Potenzial und findet daher nur selten Eingang in Massenmärkte.

Wie reagiert denn speziell die AMA Marketing auf die gestiegenen Anforderungen des Marktes? Konzentration im Lebensmittelhandel, Wettbewerb durch pflanzliche Alternativ-Produkte oder das Online-Shopping verändern doch die Kommunikation sicher auch im Exportmarketing.

Wir sind gerade dabei, uns einmal mehr auf allen Feldern des Marketing zu hinterfragen. Erreichen wir mit unseren Mitteln und Maßnahmen die richtigen Stellen im Export? Sprechen wir den Verbraucher auf allen Kanälen überzeugend an? Das ist ein permanenter Prozess, der bei uns turnusmäßig abläuft. Und natürlich spielen die neuen Medien sowie die neuen Absatzkanäle und die Veränderungen bei den Konsumgewohnheiten eine ganz wichtige Rolle.

Ein großer Hebel für den Käseabsatz sind die weit über 1.000 Österreich-Aktionen im deutschen Lebensmittel-Einzelhandel – meist verbunden mit Schulungen für das Verkaufspersonal. Bleibt es bei dieser hohen Frequenz?

Unbedingt! Wir sehen weder eine Sättigung bei den beteiligten Exporteuren noch eine sich abschwächende Nachfrage des deutschen Lebensmittel-Einzelhandels nach unseren Länder-Promotions. Im Gegenteil. Gerade weil wieder mehr Wert auf handwerkliche Herstellung und Sorten mit regionalem Charakter gelegt wird, werden wir auf diesem Feld weiter zulegen. Die Ressourcen dafür werden gerade geschaffen.

Obwohl gerade viele gute, vorrangig inhabergeführte Einzelhandelsgeschäfte in Deutschland den Käseverkauf über die Theke forcieren, stagniert der Bedienungsumsatz. Wird Österreich dem Thekengeschäft weiterhin die Treue halten?

Auch in dieser Frage ein klares Ja! Die Bedienungsabteilung für Käse ist für Österreich das Sprungbrett in den Markt. Sind es doch gerade die erklärungsbedürftigen Spezialitäten, die das hohe Image unseres Käseangebotes prägen. Zudem stellen wir fest, dass die Käsetheke in Deutschland dort an Stellenwert gewinnt, wo auch Frische, Vielfalt und persönliche Beratungskompetenz – sozusagen als Gegenpol zum Discount – zu finden sind.

Hinter dem Käse stehen Trinkmilch oder Joghurt deutlich im Exportschatten. Warum eigentlich?

Für Österreich ist mit den vielen Käsespezialitäten sicher eine höhere Wertschöpfung zu erzielen. Trinkmilch, Joghurt oder Butter werden gerade im deutschen Markt sehr preisaggressiv gehandelt. Das macht einen Export in weitestgehend gesättigte Märkte nicht gerade einfach. Außerdem erfordern Frischeprodukte mit den üblichen kurzen Restlaufzeiten höhere Kosten für Distribution und Logistik. Dennoch: Erfolglos ist die österreichische Milchwirtschaft mit ihren Produkten aus der sogenannten bunten Palette keineswegs, beispielsweise bei Fruchtjoghurts oder Desserts.

Abschließend: Was ist derzeit die größte Herausforderung für die AMA Marketing GmbH?

Wie bereits erwähnt, befinden auch wir uns in einem dauerhaften Prozess der Erneuerung. Mittel und Methoden müssen immer wieder angepasst werden, damit sie gut und erfolgreich greifen. Derzeit steht bei der AMA Marketing vieles auf dem Prüfstand. Also, Kommunikation, sprich Werbung und Below-the-line-Aktivitäten, unsere diversen Gütesiegel, die Ansprache und Betreuung des Verkaufspersonals im Ausland wie in Österreich, Käseschulung ebenso wie berufsbegleitende Aktionen. Wir hinterfragen, was hat funktioniert und was nicht? Diese Erneuerung ist zugleich auch der Motor für neues Wachstum.

MEHRWERT MIT KÄSE AUS ÖSTERREICH



„Käse aus Österreich ist fast wöchentlich in unseren Märkten präsent“. Ricarda Block, Einkäuferin für Käse in der Tegut-Zentrale in Fulda vertraut dem Mehrwert Österreichischer Käsevielfalt.

Fast täglich finden in den Märkten von Tegut...gute Lebensmittel Aktionen rund um Käse und Milchprodukte aus Österreich statt. Milch-Marketing sprach mit Ricarda Block, Verantwortliche für den Einkauf von Käse bei Tegut.

Milch-Marketing: Was zeichnet Ihrer Meinung nach Käse und Molkereiprodukte aus Österreich aus?

Ricarda Block: Viele Produkte aus Österreich können dem Verbraucher einen Mehrwert in puncto Tierwohl sowie im Rohstoff, beispielsweise der Heumilch, bieten. Gerade die Verwendung der Heumilch spiegelt sich in der Qualität und im Geschmack wider.

Warum sind Milch und Käse aus Österreich eine Bereicherung des Sortimentes?

Sie runden das Sortiment in vielerlei Hinsicht ab und tragen zur Sortimentskompetenz im Milch- sowie im Käsebereich bei.

Wie groß ist der Anteil für Käse (Bedienung) aus Österreich am Gesamtumsatz bei Tegut?

Allein an der Käse-Bedienungstheke machen österreichische Produkte etwa 20 Prozent des Gesamtumsatzes aus.

Seit mehr als 20 Jahren sind Molkereiprodukte aus Österreich im deutschen LEH zu finden. Die Agrarmarkt Austria (AMA) und die Arge Heumilch unterstützen den Abverkauf mit Fachberaterinnen und Aktionen auf der Ladenfläche. Warum sind Aktionen so wichtig? Wie erfolgreich sind diese Maßnahmen bei Tegut?

Aktionen sind generell erforderlich, um den Kunden u. a. neue Artikel und Verwendungsmöglichkeiten aufzuzeigen, um Aufmerksamkeit zu erzeugen und Wiederkäufe zu generieren. Angefangen von der Verkostung diverser österreichischer Käse auf der Frischetheke, über Werbedamen-Einsätze bis zum Aufbau der Almhütte durch die Arge Heumilch. Die Filialen entscheiden dabei individuell, je nach Kundenstruktur und Anlass, über Aktionen mit Käse aus Österreich. Bei einer Verkostungsaktion im Markt wurden beispielsweise schon einmal acht verschiedene Käse aus dem Alpenland angeboten.

Wie häufig werden die Aktionen für Käse und Molkereiprodukte aus Österreich in den Tegut-Filialen durchgeführt?

Fast jede Woche findet in einem unserer Märkte eine Aktion für Käse und Molkereiprodukte aus Österreich statt.

Wie präsent sind österreichische Produkte in der weißen Linie bei Tegut?

Im Bio-Segment sowie im konventionellen Bereich sind österreichische Produkte fester Bestandteil im Sortiment und besitzen entsprechendes Potenzial zur Weiterentwicklung.

Sind österreichische Molkereiprodukte im Kühlregal eigentlich genauso erfolgreich wie die Käse des Alpenlandes in der Bedienungstheke?

Ja, die Produkte aus Österreich werden sowohl in der Theke als auch im Kühlregal vom Verbraucher gut erkannt und gekauft. Auch das Thema Bio aus Österreich kommt bei unseren Kunden gut an.

KÄSEREBELLEN

Jetzt auch im Zillertal

Seit vergangenem Jahr verarbeiten die Käse Rebellen auch Heumilch im Zillertal. Nach umfangreichen Investitionen in neue Produktionsanlagen der Sennerei Zell werden zukünftig die rund acht Mio. kg Heumilch der 225 Milchlieferanten zu Käsespezialitäten verarbeitet. Im Rahmen der Einweihungsfeierlichkeiten unterstrich Josef Krönauer, Geschäftsführer der Käse Rebellen, welch hohen Stellenwert die Vermarktung der Heumilch hat. Zudem leiste die Heumilch einen großen Beitrag, die kleinstrukturierte Landwirtschaft und die Wertschöpfung in der Region zu erhalten.



v.l.: **Andreas Geisler, Geschäftsführer Käse Rebellen, Karl Neuhofer, Obmann Arge Heumilch, Hansjörg Schneeberger, Obmann Sennereigenossenschaft Zillertal, Johann Wechselberger, Obmann-Stv., Josef Geisler, LH-Stv., ÖR Josef Krönauer, Eigentümer und Geschäftsführer Käse Rebellen und Bürgermeister Robert Pramstrahler.**

ANZEIGE

PINZGAU MILCH

Erfolgreiche Geschäfte

Auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2016 kann die Pinzgau Milch zurückblicken. Die Maishofener Molkerei konnte ihre Umsätze im vergangenen Jahr um 2,5 Prozent auf 102 Mio. Euro steigern. Dafür wurden rund 105 Mio. Liter Milch verarbeitet, von denen etwa 41 Prozent in den Export gingen. Als wichtigste Exportländer nennt die Molkerei Großbritannien, Deutschland, die Schweiz, Skandinavien, Italien, Ungarn und Kanada. Insgesamt liefert die Pinzgau Milch ihre Produkte in 18 Länder in Europa und Übersee. Das gute Geschäftsjahr ist vor allem auf die positive Nachfrage nach den Almsenner-Käsespezialitäten sowie die internationale Vermarktung von Milchmischgetränken und Smoothies in HDPE-Flaschen zurückzuführen. „Auch 2017 steht für uns qualitatives Wachstum im Vordergrund. Unsere Ziele sind eine rund dreiprozentige Steigerung des Gesamtumsatzes sowie ein wettbewerbsfähiger Bauernmilchpreis“, so Hans Steiner, Geschäftsführer der Pinzgau Milch.

regional *traditionell* handgemacht

Mit viel Liebe und nach bewährter Tradition produzieren **DIE KÄSEMACHER** im naturbelassenen Hochplateau des Waldviertels vielfältige Käsesorten und Antipasti-Spezialitäten.

Voraussetzung dafür ist eine sorgfältige Milchproduktion im Einklang mit der Natur.

Diesen wertvollen Rohstoff veredeln wir zu unseren feinsten, handgemachten Käsespezialitäten. Bei unseren Produkten achten wir konsequent auf beste Qualität, und während des gesamten Produktionsprozesses liegt uns ein achtsamer Umgang mit den Ressourcen besonders am Herzen.



Alle *Leidenschaft* dem feinen *Geschmack*

DIE KÄSEMACHER GmbH
Europastraße 5, 3902 Vitis ÖSTERREICH

Tel.: +43 (0) 2841/80 045 - 0, Fax: +43 (0) 2841/80 045 - 51

e-Mail: office@kaesemacher.at
www.kaesemacher.at

Do bin i her – d’rum schmeckt’s so guat.*

Die original g.U. Käse

*Österreichisch für „Da komme ich her – darum schmeckt es so gut“

So vielfältig wie die Landschaften in Österreich sind auch die kulinarischen Besonderheiten. Überall zwischen Bodensee und Neusiedler See findet man typische Spezialitäten, die untrennbar mit der jeweiligen Region verbunden sind. Hier stellen wir unsere g.U. Käse aus Vorarlberg, Tirol und dem Gailtal vor.



Landwirtschaftliche Erzeugnisse aus der Europäischen Union (EU) spiegeln die Vielfalt an unterschiedlichen Traditionen und Regionen wider. Als Beitrag zum Schutz und zur Förderung traditioneller Erzeugnisse sowie von Produkten, die sich aufgrund ihrer geografischen Herkunft durch besondere Eigenschaften auszeichnen, hat die EU folgende Qualitätslogos geschaffen:



Geschützte Ursprungsbezeichnung (g.U.)

Mit einer geschützten Ursprungsbezeichnung (g.U.) werden Erzeugnisse gekennzeichnet, die in einer bestimmten geografischen Region erzeugt, verarbeitet und zubereitet wurden, wobei lokale Hersteller überliefertes Wissen und Ausgangsstoffe aus der Region nutzen. Die Eigenschaften dieser Produkte haben einen Bezug zu ihrer geografischen Herkunft.



Geschützte geografische Angabe (g.g.A.)

Mit einer geschützten geografischen Angabe (g.g.A.) werden Erzeugnisse gekennzeichnet, deren Qualität oder Ruf mit dem Ort oder der Region verbunden ist, in der sie erzeugt, verarbeitet oder zubereitet werden. Die Ausgangsstoffe müssen jedoch nicht notwendigerweise aus derselben geografischen Region stammen.



Garantiert traditionelle Spezialität (g.t.S.)

Mit diesem Logo werden Erzeugnisse mit einer überlieferten Besonderheit hinsichtlich ihrer Zusammensetzung oder ihrer Herstellungsweise gekennzeichnet, die keinen Bezug zu einer bestimmten geografischen Region haben.



KAMPAGNE FINANZIERT
MIT FÖRDERMITTELN
DER EUROPÄISCHEN UNION

1 Vorarlberger Alpkäse g.U.

Die naturbelassene Rohmilch wird direkt auf den Vorarlberger Alpen von Hand verarbeitet. Anschließend reift er mehrere Monate. So entsteht ein Käse mit besonderer Würze.



2 Vorarlberger Bergkäse g.U.

Diese Käsespezialität verdankt ihren Charakter der Herstellung nach traditioneller Methode und der verwendeten Rohmilch, die durch die artenreiche Vegetation der Vorarlberger Bergwelt außerordentlich reichhaltig ist.



3 Tiroler Bergkäse g.U.

Tiroler Bergkäse g.U. wird aus silofreier Rohmilch gekäst. Durch die überwiegende Fütterung der Kühe mit Grünfutter und Heu aus den Tiroler Bergen entsteht erst Rohmilch, dann Käse höchster Qualität: Tiroler Bergkäse g.U.



4 Tiroler Almkäse g.U.

Dieser nach altem Rezept hergestellte Hartkäse entsteht aus Milch, die während der 90 bis 120 Tage dauernden Almsaison im Hochsommer gewonnen wird.



5 Tiroler Graukäse g.U.

Früher wurde Milchfett an den Kaiser geliefert und dem Volk blieb nur Magermilch zum Verkäsen. Aus der Notlösung wurde eine Spezialität. Heute ist dieser fast fettfreie Sauerkäse ein sehr beliebtes Tiroler Schmankerl.



6 Gailtaler Almkäse g.U.

Der Hartkäse aus den Händen von Sennerinnen und Sennern des Gailtals wird nach alter Tradition mit naturbelassener Milch von nur dreizehn Gailtaler Almen hergestellt.



Interesse an Werbematerial, Käse-Schulungen für Ihr Thekenpersonal oder Verkostungen mit Ihren Kunden?
Wir freuen uns auf Ihre E-Mail: export@ama.gv.at



Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH | export@ama.gv.at | www.ama.info.at | facebook.com/kaese.oesterreich

Der Inhalt dieser Veröffentlichung gibt allein die Meinung des Autors wieder, der allein für den Inhalt verantwortlich ist. Die Europäische Kommission haftet nicht für die etwaige Verwendung der darin enthaltenen Informationen.

DIE EUROPÄISCHE UNION UNTERSTÜTZT
KAMPAGNEN ZUR FÖRDERUNG DES ABSATZES
LANDWIRTSCHAFTLICHER QUALITÄTSEUERGENISSE.





Berglandmilch, Österreichs größte Molkerei, verarbeitet mit rund 1.500 Mitarbeitern pro Jahr ca. 1.300 Mio. kg Milch. Diese wird von über 11.000 Milchbauern erzeugt, die auch die Eigentümer der Berglandmilch sind. Den Konsumenten wird Gentechnikfreiheit von der Fütterung der Milchkühe und kontrollierte Tiergesundheit garantiert. Berglandmilch-Milchbauer füttern seit dem 1. Oktober 2016 ausschließlich europäische Futtermittel. Dies ist für Berglandmilch ein Teil einer Nachhaltigkeitsstrategie, die beim Milchbauern beginnt und bis zum Milchregal reicht. Mehr als 40 Prozent der österreichischen Rohmilch wird in den Werken der Berglandmilch zu hochwertigen Produkten veredelt.



Über 200 Tage und 200 Nächte lässt sich der **Tiroler Felsenkeller Käse** Zeit, um zu dem heranzureifen, was ihn so unvergleichlich macht. Seinen speziellen Charakter erhält er dank der einzigartigen Reifung im natürlichen Kitzbüheler Felsenkeller.

40 Jahre Bergbaron! Der **Schärdinger Bergbaron** ist der beliebteste Käse Österreichs, neunfacher Käsekaiser und feiert im Jahr 2017 das 40 Jahr Jubiläum. Zum Jubiläumsgeschehen gibt es eine Jubiläumspackung, das Bergbaron Trio in der 270-g-Packung mit Bergbaron, Bergbaron geräuchert und dem Weinbaron.



Fruchtjoghurt wie selbst gemacht! Konsumenten wünschen sich natürliche Produkte ohne Zusatzstoffe und gleichzeitig smarte Lösungen, die den Alltag erleichtern. Genau dieses Bedürfnis erfüllen wir mit unseren **Schärddinger Fruchte-träumen** in den Sorten Rote Früchte und Marille.



Der **Schärddinger Breakfast & Lunch** – der neue cremige Brotaufstrich von Schärddinger. Ein cremig-milder Aufstrich, der sich durch seinen vollmundigen Geschmack mit hohem Rahmanteil auszeichnet. Hergestellt aus bester österreichischer Milch – ohne Zusatz von Gelatine. Die Schärddinger Breakfast & Lunch Brotaufstriche gibt es im 200 g wiederverschließbaren Becher in den beliebten Sorten Natur, Kräuter und Liptauer Art.

Der **Tirol Milch Tiroler Adler** besticht durch seinen würzigen, aussagekräftigen Charakter. Ein richtig bodenständiger Tiroler eben, der seine Mentalität während seiner neunmonatigen Reifezeit in aller Ruhe entfalten kann. Weiße Eiweißkristalle sind ein Qualitätsmerkmal von extra lange gereiftem Bergkäse.



Der **Tirol Milch Urtyroler** wird aus bester Tiroler Bergbauernmilch produziert. Diese Premium-Bergkäsespezialität wird mindestens 12 Monate gereift. Dadurch erhält der Urtyroler seinen unvergleichlich würzig-kraftigen, herzhaften Geschmack.



Der **Tirol Milch-Bergkäseaufschnitt** ist der erste Premium-Käseaufschnitt in Österreich, der drei Premium-Käsesorten in einer Packung enthält. Die Käse sind alle würzig-kraftig im Geschmack: ein vier Monate höhlengereifter Bergkäse, ein neuer sechs Monate gereifter, mit Rotwein affinerter Bergkäse sowie ein neun Monate gereifter Bergkäse.



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



QUALITÄT AUS DER KLOSTERKÄSEREI

Die Klosterkäserei Schlierbach aus dem Herzen Oberösterreichs hat sich auf die Herstellung von Weich- und Frischkäse in Bio-Qualität spezialisiert und ist in Österreich Marktführer im Segment der Bio-Weichkäse mit Rotkultur. Mit der Umstellung auf einen reinen Bio-Betrieb im Jahr 2012 garantiert die Käserei ihren Kunden auch in Zukunft den Zugang zu regionalen Lebensmitteln von höchster Qualität. Durch die langjährige und intensive Zusammenarbeit mit ihren Bio-Bauern sichert die Klosterkäserei Schlierbach den Erhalt der landwirtschaftlichen Betriebe für die kommenden Generationen. Im Jahr 2008 wurde das Sortiment um Bio-Schaf- und Bio-Ziegenkäse erweitert.

Die **Bio-Selection** ist ein Muss für Weichkäsegenießer. Die Sorten PUR, ROT und WEIN reifen mindestens zwei Wochen im Keller und noch mindestens zwei Wochen in der Holzschachtel, ehe sie ausgeliefert werden. Schlierbacher Bio-Selection 125 g gibt es ebenfalls ebenfalls in den Sorten „PUR, ROT und WEIN“



Im neuen Design präsentieren sich die **Bio-Frischkäse** aus Bio-Ziegenmilch in den Varianten Natur und mit Schnittlauch sowie der Bio-Schafmilch-Frischkäse in der Natur-Variante.

Der aus Bio-Schafmilch hergestellte **Bio-Schnittkäse** spricht neben Käseliebhabern auch Kuhmilchallergiker an. Die Käsescheiben überzeugen zudem im neuen Look!



NEU: Aus frischer Bio-Kuhmilch aus der Region Schlierbach und Umgebung wird der Bio-Abtropfjoghurt nach griechischer Art hergestellt. Mit reichlich Erfahrung, Wissen und der entsprechenden Technologie haben die Molkereimeister ein Verfahren entwickelt, um diesen frisch-aromatischen Joghurt „Griechischer Art“ mit seiner weichen, cremigen Textur und 10 % Fett herzustellen. Der Bio-Abtropfjoghurt wird im 150-g-Becher in den Varianten Natur, auf Vanille und auf Honig angeboten.



CONCEPT fresh

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

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

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



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

UNSER SORTIMENT

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

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

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

Gentechnik-frei-Zertifizierung in Österreich und Deutschland:



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



KÄSESPEZIALITÄTEN AUS DEM SALZKAMMERGUT



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

Gmundner Milch Bergbauern H-Milch: Gmundner Milch lässt mit einer Bergbauern H-Milch in den Fettstufen 1,5 % und 3,5 % aufhorchen. Die wertvolle Milch von Gmundner Milch Bergbauern, die auf entsprechender Höhe produzieren, ist in der 1-L-Packung mit praktischem Schraubverschluss erhältlich.



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

Die beliebten **Gmundner Milch Käsescheiben** tragen das einzigartige, unverwechselbare Design der Gmundner Keramik und sorgen so für Differenzierung im Kühlregal.

Erhältlich in den Sorten Gmundner Berg, Traunstein König, Gosauer Jausenkäse, Stoderer Rauchkäse, Bierkäse, Milder Gouda, Edelmilder Tilsiter und Raclette. **NEU:** Emmentaler, Toastkäse. Die praktischen Käse-Scheiben werden in Packungen zu 80 g bis 1.000 g angeboten.



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

Geschäftsleitung: Mag. Michael Waidacher
Mitglieder: 2.650
Mitarbeiter: 340
Umsatz 2016: 175 Mio. Euro
Milchanlieferung: 320 Mio. kg
Käseerzeugung: 10.000 t
Exportanteil: 50 %

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

WO WÄLDERGOLD DRAUF STEHT, IST 100 % BREGENZERWALD DRINNEN!

38 KÄSESORTEN VOLLER GENUSS.

Käse aus Österreich, aus Vorarlberg und speziell aus dem Bregenzerwald versprechen vollen Genuss in der ganzen Vielfalt der Käsekunst. Unter der Marke „Wäldergold“ bekommt der Begriff „Käse aus dem Bregenzerwald“ eine weitere qualitative Steigerung.

„Wäldergold“ steht für 100 % Bregenzerwald. Ausgesuchte Sennereien der Region produzieren unter der Dachmarke 38 Sorten Käse. Sowohl die Milcherzeugung als auch die Käseproduktion und die Reifung finden im Bregenzerwald statt. Wo Wäldergold drauf steht, ist auch der Bregenzerwald in seiner ganzen Raffinesse drinnen. Darunter sind neben den Klassikern auch echte Spezialitäten wie Sig, Alpzieger, Alpkäse sowie Schaf- und Ziegenkäse. Auf Kundenwunsch findet auch eine Affinierung der Käsesorten statt. Die „Wäldergold“-Produkte überzeugen zudem durch ein einheitliches und somit erkennbares Erscheinungsbild für den Konsumenten.

„Qualität steht an erster Stelle“, so Stefan Fessler von Markeninhaber Käse Moosbrugger. Sämtliche Partner-Sennereien wurden durch den Dipl. Käsesommelier persönlich ausgesucht. „Wäldergold-Produkte sind rückverfolgbar, gerade, ehrlich und echt“, so Fessler. Käse Moosbrugger steht für jahrzehntelange Erfahrung im Käse-Geschäft.



Moosbrugger



Stefan Fessler schätzt die ehrlichen und echten Käse aus dem Bregenzerwald.

BERGKÄSE 8 MONATE GEREIFT

Der Klassiker aus dem Bregenzerwald aus Heumilch von mild bis würzig.



BIERKÄSE

Ein hervorragender Schnittkäse aus Heumilch mit Schlitzlochung und einer feinen, würzigen Note – ideal zu Brotzeit und Jause.

RÄSSKÄSE

Das Original aus dem Bregenzerwald für den deftigen Geschmack und natürlich zum Reiben für die Kässpätzle.



SIG

Die typische Wälder-Alternative zur klassischen Schokolade. Sie wird in Handarbeit aus Molke hergestellt.

WEINKÄSE

Zart-geschmeidiger Schnittkäse aus Heumilch, der mit österreichischem Zweigelt 4 Wochen lang affinert wird.



Fotoquelle: Gunz

Firma: Käse Moosbrugger Stefan Fessler KG
Anschrift: Mähderle 2, A-6841 Mäder
Tel.: +43 5523 541 52
Fax: +43 5523 541 52-4
E-Mail: office@waeldergold.at

Internet: www.waeldergold.at,
 www.kaese-moosbrugger.at
Geschäftsleitung: Stefan Fessler
Vertriebspartner für Deutschland:
 Heiderbeck GmbH, HKL Hamburger Käselager GmbH

Der **Kaiserwinkl Bio Bergkäse** entwickelt sein würzig-kraftiges Aroma während seiner mindestens 6-monatigen Reifezeit. Er wird nach traditioneller Rezeptur aus hochwertiger Bio-Heumilch hergestellt und im Reifelaager mit Sorgfalt und Geduld gepflegt. Diese herzhaft würzige Spezialität ist das Highlight an jedem Käsebuffet und lässt bei Käseliebhabern keine Wünsche offen.



HANDWERK FÜRS MUNDWERK

Der **Kaiserwinkl Alpkäse** wird aus Bio-Bergbauernmilch hergestellt und zeichnet sich durch seine feine Struktur, die gelblich-cremige Teigfarbe und die an der Schnittfläche typischen Gärlöcher aus. Die bei der sorgfältigen Pflege verwendete Rotkultur und die mindestens 4-monatige Reifezeit geben dieser Käsespezialität seinen würzig-kraftigen Geschmack. Ein besonderes Genusserlebnis für anspruchsvolle Feinschmecker.



Naturnähe, Nachhaltigkeit und langjährige Erfahrung sind das Geheimnis der Käsespezialitäten der Pinzgau Milch. Die Marke „Almsenner“ vereint diese unter einem Namen. Für die höchste Qualität werden traditionell strenge Vorgaben erfüllt. Denn nur aus den besten Zutaten und in aufwändiger Handarbeit entstehen die beliebten Almsenner Käsespezialitäten. Seit jeher sind frische Wiesenkräuter als Futter für die Kühe sowie ein verantwortungsbewusster Umgang mit Tieren und Natur das beste Rezept für die herausragende Qualität der Milch und damit der Käsespezialitäten. Dort, wo noch jede Kuh einen Namen hat, stehen artgerechte Tierhaltung und die Gesundheit der Tiere im Vordergrund – dafür sorgen unsere Bergbauernfamilien. Die kleinstrukturierten Betriebe halten durchschnittlich zwölf Kühe und meistern täglich die besonderen Herausforderungen der Bewirtschaftung der Berggebiete. Auf den natürlichen Almwiesen findet sich eine besondere Artenvielfalt an würzigen Bergkräutern, Gräsern und Wiesenblumen, die sich im ausgezeichneten Geschmack der Almsenner Käsespezialitäten widerspiegelt.

G'schmackig, cremig, mit einem pikanten Aroma und einer geschmeidigen Konsistenz – das macht den **Pinzgauer Almhüttenkäse** aus. Dieser Schnittkäse wird aus frischer Bio-Bergbauernmilch hergestellt und beeindruckt mit goldgelber Teigfarbe und typischer Bruchlochung. Ein Genuss für jeden Tag, aber auch für die anspruchsvolle Käseplatte.



NEU AM DEUTSCHEN MARKT SIND FOLGENDE PRODUKTE:

Der **Kaiserwinkl Sennkäse** wird aus frischer Bergbauernmilch und nach alter Tradition hergestellt. Er ist gekennzeichnet durch seinen elastischen, goldgelben Teig und einzelne Gärlöcher an der Schnittfläche. Ein Genuss für den anspruchsvollen Käsekennner, der auf keiner erlesenen Käseplatte fehlen sollte und auch hervorragend zum Überbacken und für Fondues geeignet ist.



Der **Kaiserwinkl Almkräuterkäse** wird aus bester Bergbauernmilch hergestellt. Die bei der sorgfältigen Pflege verwendete Rotkultur gibt dem Käse seinen würzig-kraftigen Geschmack. Am Ende der Reifezeit wird die Rotkultur abgewaschen und der Käse mit einer Auswahl von erlesenen, aromatischen Almkräutern affinert. Dies verleiht dem Kaiserwinkl Almkräuterkäse seine besondere Note.



Firma: Pinzgau Milch Produktions GmbH
Anschrift: Saalfeldnerstraße 2
 5751 Maishofen, Österreich
E-Mail: office@pinzgaumilch.at
Internet: www.pinzgaumilch.at, www.almsenner.at

Alma



ALMA Vorarlberger Bergkäse und Alpkäse

ALMA Alpenschatz und Kräuterschatz

WARUM ALMA DEN MEISTAUSGEZEICHNETEN ALP- UND BERGKÄSE HAT.

In den kleinen Alma Bergsennereien und auf den Sennalpen verwendet man nur unbehandelte Heumilch für die berühmten Käsespezialitäten aus Vorarlberg. Die Senner käsen so wie früher in großen Kupferkesseln und in Handarbeit den Alma Bergkäse g.U. und Alma Alpkäse.



ALMA SCHEIBEN HAUCHFEIN

Zwei der beliebtesten Käsesorten Österreichs – Emmentaler und Bergkäse – vorgeschnitten in hauchfeine Scheiben. Für noch mehr Aroma und Genuss am Brot, auf Käseplatten oder schnell zwischendurch. Immer g'schmackig frisch aus der praktischen wiederver-schließbaren Frischepackung.



ALMA SONNENSCHATZ

Der Alma Sonnenschatz ist ein fettarmer Heumilch-Schnittkäse mit einer Rinde aus feinsten Ringelblumenblüten. Ringelblumen haben eine wohltuende Wirkung und lassen diesen außergewöhnlichen Käse sonnengelb aus der Käsetheke strahlen.

Firma: Rupp AG, Krüzastrasse 8,

A- 6912 Hörbranz

Tel.: 0043/5573/80 80

Fax: 0043/5573/80 80-150

E-Mail: cheese@rupp.at

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

Geschäftsleitung: Dr. Josef Rupp

Verkaufsleitung für Deutschland: Christof Abbrederis

Marketingleitung für Deutschland: Nora Zöller

Vertriebspartner Deutschland:

Uplegger Food Company,

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

E-Mail: Uplegger@upplegger.de

Umsatz 2016: 170 Mio €

Beschäftigte in Vorarlberg: 400

Beschäftigte an anderen Standorten (exkl. Vorarlberg): 180

Exportanteil Umsatz: 90 %

Export: Großbritannien, Italien, Deutschland, USA,

Kanada, Australien, Japan, Mittlerer Osten

SalzburgMilch

DIE PREMIUM MILCHMACHER



VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN UND NEUE WEGE GEHEN

SALZBURGMILCH SETZT NEUE STANDARDS BEI TIERGESUNDHEIT, FUTTER UND VERPACKUNGSDESIGN

SalzburgMilch investierte in den vergangenen Jahren über 100 Mio. Euro, agierte in vielen Bereichen, wie zum Beispiel der **Spezialmilchsorten**-Ausrichtung, äußerst erfolgreich und erreichte den **dritten Platz im Ranking** der österreichischen Molkereien. SalzburgMilch wird nicht müde, sich weiter zu entwickeln und hat gemeinsam mit den **regionalen Bauernfamilien** neue wegweisende Standards gesetzt. Die Premium-Milchmacher aus dem Salzburger Land übernehmen nicht nur Verantwortung für die hohe Qualität und den unverfälschten, gehaltvollen Geschmack, sondern etablierten als erste Molkerei eine **einzigartige Tiergesundheitsinitiative**. Denn nur Milch, die zu 100 % von auf Parameter der Tiergesundheit kontrollierten Kühen stammt, ist von wahrer Premium-Qualität und erfüllt die strengen Kriterien für die neuen Premium-Produkte von SalzburgMilch. Diese weit über die Gesetzgebung hinausgehenden Richtlinien wurden gemeinsam mit führenden Experten erarbeitet und werden nun **von allen Milchbauern** umgesetzt. Unabhängige Stellen führen bei den SalzburgMilch Lieferanten



regelmäßige Tiergesundheits-Kontrollen durch. Bei diesen Checks werden insbesondere Indikatoren der Tiergesundheit, der Ernährungszustand der Kühe, die Mensch-Tier-Beziehung und das Ruheverhalten überprüft. Die neuen Kriterien beinhalten auch einen Verzicht auf dauerhafte Anbindehaltung. Die Kühe haben **an mindestens 120 Tagen im Jahr Auslauf oder Weidehaltung bzw. werden in Laufställen** gehalten. Auch in Bezug auf die Fütterung wird noch dieses Jahr eine weitere Neuerung umgesetzt werden. Eiweißfuttermittel dürfen nur aus Europa bezogen werden und die **Fütterung** erfolgt zukünftig **völlig Palmölfrei**. SalzburgMilch sorgt durch diese selbst auferlegten, strengen Richtlinien für einen unverfälschten, gehaltvollen Geschmack. Um diesen neuen, großen Schritt in Sachen Tiergesundheit und die zahlreich durchgeführten Qualitätsverbesserungen der neuen Premium-Linie zu vermitteln, wurde ein völlig **neues**, einzigartiges SalzburgMilch-**Verpackungsdesign** gestaltet. Die optischen Schwerpunkte wurden hierzu auf die Positionierung der Marke, die Tiergesundheit, die Familienbauernhöfe sowie die Salzburger Regionalität gelegt.



Firma: SalzburgMilch GmbH
Anschrift: Milchstraße 1,
 5020 Salzburg, Österreich
Tel.: +43/66 68 24 55-0
E-Mail: office@milch.com
Internet: www.milch.com

Geschäftsleitung: Christian Leeb, Andreas Gasteiger
Verkaufsleitung Österreich: Wolfgang Pospisil
Exportleiter: Christian Wiener
Marketingleitung: Florian Schwap
Verarbeitete Milchmenge 2016: 246 Mio. kg
Exportanteil (in Prozent vom Umsatz) 2016: 45



ENTDECKEN SIE DIE VIELFALT DER KÄSEREBELLEN!

Die Käse Rebellen haben sich auf die Herstellung von Weich-, Schnitt- und Hartkäse aus tagesfrischer Heumilch spezialisiert. Unter den Marken Käse Rebellen und Bio-Käse Rebellen wird ein vielfältiges Sortiment an Käsespezialitäten angeboten.

Die wichtigsten Exportprodukte im deutschen Markt sind:

HEUBLUMEN REBELL



Im Duft senden Honig, Blütenaromen und Jungholz einen Gruß von der Alpenwiese. Dazu verweisen rahmige Noten und helles Karamell auf den Rohstoff Heumilch. Der cremig-geschmeidige Teig schmilzt wunderbar. Ein gewinnender Käse, ganz nah an seiner Herkunft.

BIO PFEFFER REBELL



Der Name dieses Käses spiegelt sich im intensiven Pfefferaroma wider. Untermalt wird dieser von Rahm, Honig und Blumenwiese. Am Gaumen verschmilzt der cremig-weiche Teig perfekt mit einer intensiven Würze aus grünem Pfeffer, Oliven und Schwarzbrot.



Österreichische Heumilch darf das EU-Gütesiegel g.t.S. – garantiert traditionelle Spezialität – führen. Das Siegel gewährleistet eine traditionelle Zusammensetzung bzw. ein traditionelles Herstellungsverfahren eines Lebensmittels. „Durch das Siegel haben die Konsumenten noch mehr Garantie auf Qualität und Unverfälschtheit“, betont Andreas Geisler, Geschäftsführer der Käse Rebellen. Chancen bietet die Auszeichnung nicht nur auf dem Heimmarkt in Österreich, sondern auch im Export. „Heumilch als garantiert traditionelle Spezialität steht daher auch im Mittelpunkt unserer zukünftigen Marketingaktivitäten.“

Firma: Sulzberger Käse Rebellen Sennerei GmbH

Anschrift: Dorf 2, A-6934 Sulzberg

Vertrieb: Käse Rebellen GmbH

Auerbergstr. 8, D-86989 Steingaden

Tel.: +49 (0) 8862/9801-44

Fax: +49 (0) 8862/9801-81

E-Mail: verkauf@kaeserebellen.com

Internet: www.kaeserebellen.com

Geschäftsleitung: Josef Krönauer, Andreas Geisler

Verkaufsleitung für Deutschland: Josef Eisenmann

Marketingleitung für Deutschland: Matthias Köpf



QUALITÄT HEISST VORARLBERG MILCH

Die Vorarlberg Milch mit über 500 Landwirten vom Bodensee bis zum Arlberg hat ihren Sitz in Feldkirch. Die „milchigen“ Wurzeln der Molkerei reichen bis ins Jahr 1940 zurück. Durch zahlreiche internationale Auszeichnungen wird die Milch- und Käsekompetenz der Vorarlberg Milch immer wieder bestätigt. Die Vorarlberg Milch lebt eine ehrliche Partnerschaft mit ihren Landwirten für eine intakte Kulturlandschaft und höchste Lebensmittelqualität.

NEUER STERN AM KÄSEHIMMEL



Ländle Rahmkäse – Mild und fein im Geschmack.

Der Ländle Rahmkäse wird aus bester frischer Heumilch hergestellt und auf traditionelle handwerkliche Art und Weise gereift und gepflegt. Der Ländle Rahmkäse reift 5 Wochen im Naturkeller. Eine feine, buttrige Note mit angenehmem Zitronenaroma umschmeichelt beim Ländle Rahmkäse die

Nase. Der Teig zeichnet sich durch seine cremige und rahmige Konsistenz aus. Am Gaumen hinterlässt er schmelzend und zerfließend einen feinen Buttermilchtouch. Wie alle Produkte ist natürlich auch der Ländle Rahmkäse mit dem AMA-Gütesiegel ausgezeichnet.



KÄSEKAISER FÜR DEN LÄNDLE KLOSTERTALER

Bei der KÄSEKAISER-GALA im Palais Ferstel in Wien wurde die Vorarlberg Milch zum 3. Mal mit dem KÄSEKAISER für den Ländle Klostertaler ausgezeichnet!

Käse Kaiser für den Ländle Klostertaler – Kategorie: kräftig-würzig

Der unverwechselbare Ländle Klostertaler bietet höchsten Käsegenuss für Käse-Liebhaber. Das Klostertal ist ein alpines Tal in Vorarlberg und erstreckt sich von Bludenz mit rund 30 km Länge bis zum Arlberg. Der Ländle Klostertaler 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.



„Weltmeisterprodukte für einen Weltmeistertkoch“, das ist die Devise von Kevin Micheli, der auch schon bei Starkoch Johann Lafer auf der Stromburg gekocht hat. Schauen Sie rein unter www.vmilch.at – und kochen Sie mit! **Sein Tipp:** Gnocchi mit Ländle Rahmkäse.



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

Geschäftsleitung: Mag. Raimund Wachter
Mitarbeiter: 120
Milchlieferanten: 522 Vorarlberger Landwirte
Umsatz 2016: 48 Mio. Euro
Exportanteil: ca. 30 %
Export: Deutschland, Skandinavien, Beneluxstaaten, Italien

WOERLE

1889

5 GENERATIONEN
1 LEIDENSCHAFT

Käse-Genuss von Österreichs Heumilch-Pionier



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

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

AUS WERTVOLLER HEUMILCH – SEIT 1889

Bergkäse Premium würzig-kraftig

Das feine Duftbild aus Rahm, Zitrusfrüchten, Vanille und Mandeln suggeriert gleichermaßen Frische und eine gewisse Wärme. Ähnlich zeigen sich die Aromen am Gaumen mit hellem Karamell, Leder und Heu – verwoben im kompakt-mürben Teig. 6 Monate gereift.



Der Mondseer herzhaft-pikant

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



Salzburger Bauernkäse delikat-würzig

Facettenreich duftet der Bauernkäse und vermittelt die Ursprünglichkeit satter Heuwiesen. Feine Aromen von Walnuss, Buttermilch und Wiesenblumen, eingebettet in den geschmeidigen Teig, machen ihn zu einem delikat-würzigen Genuss.



Emmentaler der Milde

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



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

Web: www.woerle.at
Geschäftsleitung: Gerhard Woerle
Verkauf DE: Franz Mösenbichler
E-Mail: f.moesenbichler@woerle.at

Verarbeitung 2016: 30.200 t
Exportanteil 2016: 56 %
Exportländer: ca. 70 Länder
Web: www.woerle.at

PIONIER DER TIERGESUNDHEIT

„Schaut her: 100 % kontrollierte Tiergesundheit“. Gute Milch setzt gesunde Milchkühe voraus. Damit Tierwohl keine Leerformel bleibt, setzt Christian Leeb, Geschäftsführer der SalzburgMilch, auf eine bemerkenswerte Initiative.



Ende Mai stellte die SalzburgMilch ihre neue Initiative zum Thema Tiergesundheit vor. Die Molkerei möchte damit neue Standards bei den Checks der Tiere und strenge Richtlinien für Futter und Auslauf der Kühe einführen und dies dem Kunden mit einem Logo auf allen SalzburgMilch-Produkten dokumentieren. Christian Leeb, Geschäftsführer der Salzburger Molkerei, gab der Milch-Marketing-Redaktion im Interview Einblicke in die neuen Aktivitäten rund um das Thema Tiergesundheit.

Milch-Marketing: Warum setzt die SalzburgMilch das Thema Tiergesundheit nun in den Fokus?

Christian Leeb: In der heutigen Zeit, die immer mehr von Transparenz und bewusster Ernährung geprägt wird, sehen wir als Hersteller diesen offenen Zugang und die progressive Herangehensweise zur Veränderung von Strukturen und als Pionier der Tiergesundheit als notwendig und zukunftssichernd an, sowohl für unser Unternehmen, als auch für die klein strukturierten Milchbauern in der Region. Diese Familienbauernhöfe können langfristig nur erfolgreich und nachhaltig wirtschaften, wenn sie sich spezialisieren und Premium-Rohstoff,

nämlich Milch in derzeit sechs Spezialmilchsorten, zu Premium-Milchprodukten veredelt und vermarktet werden kann.

Was beinhaltet die Tiergesundheitsinitiative?

Die einzigartige Tiergesundheitsinitiative der SalzburgMilch sieht vor, dass alle Milchkühe regelmäßig einem Tiergesundheits-Check unterzogen werden. Bei diesen von unabhängigen Stellen durchgeführten Checks werden insbesondere Indikatoren der Tiergesundheit sowie der Ernährungszustand der Kühe, das Ruheverhalten, aber auch Kriterien des emotionalen Zustandes der Kühe erfasst, der unter anderem vom Mensch-Tier-Verhältnis geprägt wird. Mit diesem Schritt nimmt die SalzburgMilch eine Pionierrolle ein, da sie als erste Molkerei weit über die gesetzlichen Tierschutzvorgaben hinaus reichende, direkt am Tier gemessene Kriterien für alle Milchsorten festlegt und Bauern aktiv bei einer raschen Umsetzung von weitergehenden Maßnahmen berät und begleitet. Dieses gründliche, vorsorgeorientierte Vorgehen ist die Voraussetzung für ein erfolgreiches Tiergesundheitsmanagement eines Bauernhofes und letztlich dafür, dass die gewonnene Milch wahre Premium-

Qualität erreicht. Eine gute Herdengesundheit verringert die Notwendigkeit, Tierarzneimittel einzusetzen. Das ist die Grundlage für besten, unverfälschten Geschmack sowie hohe Verarbeitungsqualität. SalzburgMilch arbeitet im Rahmen der Initiative mit den führenden Experten Österreichs zusammen. Dr. Winckler von der Universität für Bodenkultur, Institut für Nutztierwissenschaften, war von Beginn an an der Planung der Tiergesundheitsinitiative beteiligt. Er beschäftigt sich seit langem mit der Entwicklung, Überprüfung und Anwendung von sogenannten „tierbezogenen Indikatoren“. Diese Indikatoren sind dazu geeignet, die Auswirkungen von Haltung, Management und Fütterung direkt am Tier zu messen. Dies ist insbesondere deshalb wichtig, weil z. B. Haltungsvorgaben alleine nicht sicherstellen können, dass die Tiere wirklich gesund sind und sich wohlfühlen. Denn zu vielfältig sind die Auswirkungen von z. B. Betreuung und Fütterung. Gleichzeitig liefern diese Indikatoren aber auch wichtige Werkzeuge für den Bauern, die Tiergesundheit „im Auge zu haben“ und ständig an der Optimierung arbeiten zu können.

Wie konnten Sie die Landwirte von der Initiative überzeugen?

Unser gesamtes Projekt wurde bereits 2015 gestartet und nicht nur ein großer Teil unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter waren von Anfang an sehr tief darin involviert, sondern wir haben von Beginn an unsere Bauern eingebunden und gemeinsam unsere Zukunft gestaltet. Wir haben bewusst nicht zuerst die Kriterien festgelegt, sondern die Ziele definiert und dann gemeinsam die nötigen Maßnahmen festgelegt. So war von Anfang an großes gegenseitiges Vertrauen vorhanden. Natürlich ist es bei solch großen Projekten immer wichtig, das Ziel und auch den Nutzen für jeden Einzelnen und für das Gemeinsame nicht aus den Augen zu verlieren.

Gab es bei der Einführung bzw. Umsetzung Probleme, Widerstand oder „Problemhöfe“?

Wir sind gut vorbereitet in diese Projekt gestartet und haben bereits im Vorfeld viele Daten über unsere Lieferanten erhoben. Diese wiesen beispielsweise darauf hin, dass die ständige Anbindehaltung unter den SalzburgMilch-Lieferanten eine in nur sehr wenigen Fällen praktizierte Haltungsform war und daher die Umstellung auf Kombinationshaltung mit 120 Tagen Auslauf/Weide bzw. Laufstallhaltung nur für wenige Betriebe wirklich eine Herausforderung darstellt. Und wir begleiten diese Bauern, zeigen ihnen zum Beispiel auch „best practice“-Höfe, die es mit nur geringen Mitteln geschafft haben, die entsprechenden Rahmenbedingungen zu schaffen. Somit gab es keinen Widerstand, ganz im Gegenteil, es ist eine Art Aufbruchstimmung in der Bauernschaft zu verspüren und ein neues „Wir-Gefühl“ hat sich eingestellt.

Welcher Aufwand ist für die Bauern mit der Initiative verbunden und wer steht ihnen bei der Umsetzung zur Seite?

Die vereinbarten Maßnahmen stellen für viele SalzburgMilch-Landwirte keine großen Veränderungen dar und auch der

Aufwand ist überschaubar. Die Einhaltung der Kriterien zur palmölfreien Fütterung mit ausschließlich europäischen Eiweißfuttermitteln – selbstverständlich wie seit vielen Jahren bereits zu 100 Prozent gentechnikfrei – ist entscheidend, ebenfalls natürlich die Kernthemen wie verpflichtende Kombinationshaltung. Diese weit über die gesetzlichen Bestimmungen hinausgehenden Kriterien sind mehr Aufwand für die Bauern, sie werden bei der Umsetzung jedoch von externen Experten und den Hofberatern der SalzburgMilch beratend unterstützt. Zudem wird eine Tierärztin der SalzburgMilch diese Initiative begleiten und auch als Expertin zur Verfügung stehen.

Von wem werden die Bauern kontrolliert?

In der Anfangsphase des Projekts wurde die Methodik der Tiergesundheits-Checks von einem Experten der Universität für Bodenkultur (Institut für Nutztierwissenschaften) in Abstimmung mit den Hofberatern der SalzburgMilch durchgeführt, aktuell laufen die Ausschreibungen für den Rollout, um die vollständige Kontrolle aller 2.700 Milchbetriebe der SalzburgMilch sicherstellen zu können.

Wer ist der Beirat der Initiative und wie ist dieser besetzt?

Der Tiergesundheitsbeirat der SalzburgMilch wurde implementiert, um unser Tun auch von außen begutachten und evaluieren zu lassen. Besonders wichtig ist uns dabei, dass wir uns nicht „selbst“ kontrollieren. Daher sind wirklich nur unabhängige Experten vertreten: die Universität für Bodenkultur, die Höhere Bundeslehr- und Forschungsanstalt Raumberg-Gumpenstein (HBLFA), der Verein Land schafft Leben und der WWF stellen jeweils zwei Vertreter im Beirat, dazu kommen noch drei Milchbauern bzw. -bäuerinnen, um auch die Erfahrungen aus der Praxis widerspiegeln zu können.

Wie stehen die Kunden zum Thema Tiergesundheit?

Sowohl der Handel als auch die große Mehrheit der Konsumentinnen und Konsumenten steht dem Thema sehr positiv gegenüber und begrüßt diese Initiative.

Wie kommunizieren Sie Ihren Einsatz für Tiergesundheit?

Einerseits haben wir ein einfach zu verstehendes Symbol „100 % kontrollierte Tiergesundheit“ entwickelt, das wir auf allen SalzburgMilch Premium-Produkten führen und auch erklären. Umfangreichere Informationen über unsere Schwerpunktthemen findet der interessierte Konsument auf unserer neu gestalteten Website www.milch.com. Auch in den klassischen Kanälen Print, Plakat, digitale Außenwerbung und auch TV rücken Tiergesundheit und das Thema Familienbauernhof in den Fokus, wie auch in den sozialen Medien, die wir massiv ausbauen konnten und auch als Kommunikationsmittel für jüngere Zielgruppen verstärkt einsetzen werden.

MEGATREND CONVENIENCE

Foto: AMA



KNAPP ZEHN PROZENT ALLER FRISCHPRODUKTE WERDEN IN ÖSTERREICH IN BIO-QUALITÄT GEKAUFT. FRISCHPRODUKTE KLAR IM AUFWIND.

Die Umsätze von Frischprodukten sind in Österreich 2016 leicht gestiegen, die eingekaufte Menge dagegen ist marginal gesunken. Milch und Milcherzeugnisse zählen dabei nach wie vor zu den

umsatzstärksten Produkten mit guten Aussichten für weiteres Wachstum. Rund 140 Euro gab ein durchschnittlicher Haushalt pro Monat für Frischprodukte aus. Der wertmäßig größte Anteil entfällt auf Wurst

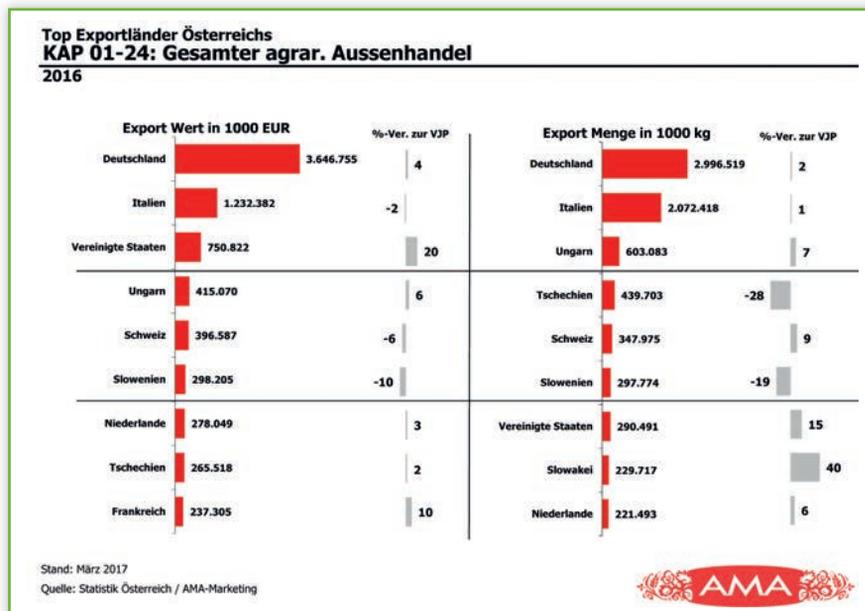
und Schinken, gefolgt von Milch, Joghurt und Butter.

Alles, was beim Einkaufen und Zubereiten schnell und einfach geht, liegt auch bei unseren Nachbarn im Südosten im Trend. Aufgeschnittener Käse in der Selbstbedienung sowie kochfertiger Reibekäse gewinnen seit Jahren kontinuierlich weitere Marktanteile. Und auch die längere Haltbarkeit von Milch empfinden Österreichs Konsumenten als zunehmend convenient. Das erklärt u. a. auch den Siegeszug der ESL-Milch. Jeder zweite im Einzelhandel eingekaufte Milchkarton entfällt inzwischen auf diese länger haltbare Frischmilch. Aber auch die H-Milch konnte im vergangenen Jahr zulegen. „Das liegt sicher an der starken Aktionierung dieser Warengruppe. H-Milch war 2016 so billig wie lange nicht“, erklärt Micaela Schantl, Marktforscherin der AMA*. Die Preisdifferenz zwischen Frischmilch und ESL-Milch hat sich 2016 praktisch egalisiert. Ein Liter Milch kostete im Durchschnitt 1,05 Euro.

Natürlichkeit im Verbraucherfokus

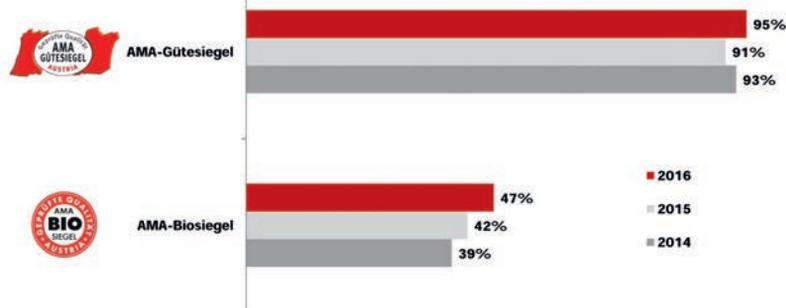
Im Joghurt-Segment setzt sich der Trend zum Naturjoghurt fort. Während vor sechs Jahren bei weitem mehr Fruchtjoghurt gekauft wurde, hat Naturjoghurt zwischenzeitlich aufgeholt. Jeder zweite Becher Joghurt wandert ohne Fruchtzubereitung in die Haushalte. Butter erobert gegenüber Margarine jedes Jahr weitere Marktanteile und besetzte 2016 zwei Drittel des Streichfettmarktes.

2016 stiegen auch die Ausgaben für Bio-Lebensmittel weiter, in den letzten sechs Jahren um insgesamt 37 Prozent. 128 Euro gibt ein durchschnittlicher Haushalt pro Jahr für Lebensmittel aus biologischer Landwirtschaft aus. Nicht nur bei den Umsätzen, auch mengenmäßig legen biologische Lebensmittel im Le-



Bekanntheitsgrad AMA-Gütesiegel und AMA-Biosiegel

Haben Sie dieses Zeichen schon gesehen?

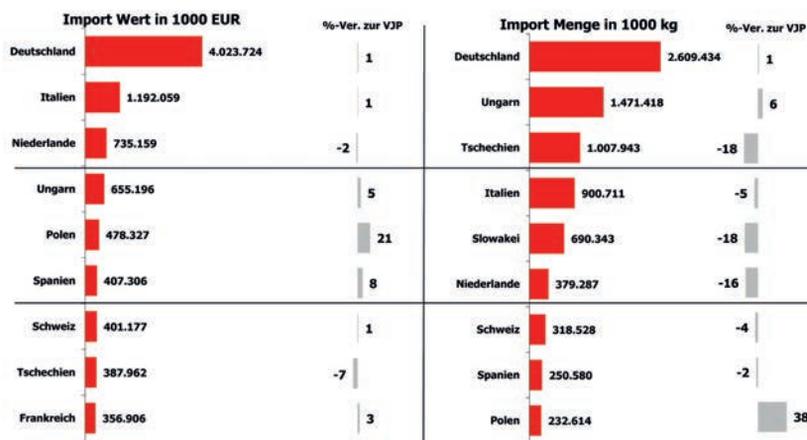


Quelle: market Institut / AMA-Marketing, MTU Juni/Juli 2016, n=1000 Befragte, rep. A



Top Importländer Österreichs KAP 01-24: Gesamter agrar. Aussenhandel

2016



Stand: März 2017

Quelle: Statistik Österreich / AMA-Marketing



bensmittel-Einzelhandel zu – um plus 15 Prozent seit 2012. Der höchste Bio-Anteil entfällt auf Eier mit 20 Prozent, gefolgt von Milch (18 Prozent) sowie Gemüse, Obst und Joghurt. Butter und Käse liegen leicht über dem Durchschnitt aller Warengruppen.

Heumilchprodukte, ein exklusives Spezialsortiment mit Mehrwert, ist auch in Österreich zum Renner avanciert. Etwas mehr als sieben Prozent aller im Handel gekauf-

ten Milchprodukte werden aus Heumilch hergestellt.

Ähnlich wie im deutschen Markt legen auch in Österreich die Discounter zu. Ihr Marktanteil liegt aktuell bei rund dreißig Prozent. Hofer (Aldi), Lidl und Penny profitierten dabei vor allem von der Zielpunkt-Pleite. Die drei größten Handelsunternehmen verzeichneten im vergangenen Jahr knapp 90 Prozent aller Einkäufe im Lebensmittel-Einzelhandel.

*Datenquelle: RollAMA, Agrarmarktanalyse der AMA Marketing in Zusammenarbeit mit der GfK und KeyQUEST Marktforschung

Nachruf

Helmut Kolroser



Das Leben in einer Redaktion ist nicht immer aufregend, spannend oder gar lustig. Manchmal ist es nur traurig.

Ein solcher Tag war kürzlich im August, als wir vom plötzlichen Tod unseres Kollegen Helmut Kolroser erfuhren. Als die Nachricht die Redaktion erreichte, las man auf allen Gesichtern die Frage „WAS?“ Es ist das Unverständnis, dass einer, der gerade noch da war, nie wieder da sein wird.

Helmut Kolroser war seit 1995 unser Verlagsvertreter in Österreich und dort hervorragend mit der Branche vernetzt. Mit ihm ist uns unser Nachbarland Österreich nach dem EU-Beitritt so richtig ans Herz gewachsen. Er hat uns auf unzähligen Dienstreisen Land und Leute nähergebracht. Helmut Kolroser war durchaus ein Mann der Tat. Er war nicht nur Molke-reifachmann, sondern auch Leser, Autor, Käseprüfer und Beziehungsmensch. Seine Liebe galt seinem Beruf und unseren Medien.

Das macht uns auch so fassungslos und so unendlich traurig. Wir haben einen Kollegen und guten Freund des Verlages verloren. Unser Mitgefühl gilt jetzt seiner Familie.

Hans Wortelkamp,
Verlagsleitung

Heumilch

EINFACH URGUT.

Urgute Gräser und Kräuter
machen Heumilch zu einer
„garantiert traditionellen Spezialität“.

An den Lauf der Jahreszeiten angepasst, verbringen Heumilchkühe jeden Sommer auf unseren Wiesen und Almen, wo eine Vielzahl an aromatischen Gräsern und Kräutern wächst. Im Winter steht Heu auf ihrem Speiseplan. Als Ergänzung erhalten sie mineralstoffreichen Getreideschrot. Vergorene Futtermittel sind strengstens verboten. Diese besondere Wirtschaftsweise wurde nun mit dem EU-Gütesiegel „garantiert traditionelle Spezialität“ ausgezeichnet - ein besonderer Schutz für noch mehr Qualität und Unverfälschtheit. Besuchen Sie die Ausgezeichneten auf www.heumilch.at.



GARANTIERT GENTECHNIKFREI* UND SILAGEFREI

* Laut Definition des Österreichischen Lebensmittelkodex für gentechnikfrei erzeugte Lebensmittel.

MIT UNTERSTÜTZUNG VON BUND, LÄNDERN UND EUROPÄISCHER UNION



LE 14-20
Erwähnung in den Leitlinien für

Europäischer
Landwirtschaftsfonds für
die Entwicklung des
ländlichen Raums:
Hierinvestiert Europa in
die ländlichen Gebiete

