

Milch-Marketing

Januar 2019

1

www.moproweb.de

PRODUKTE • MÄRKTE • TRENDS • KONZEPTE

DURCH GUTE VORSÄTZE
ZUM UMSATZPLUS
MIT PurVi BEWUSST GENIESSEN

Neue Sorte




PurVi

TV KAMPAGNE

VERKOSTUNGS-
OFFENSIVE

LE GRUYÈRE® SWITZERLAND



Ein Stück vom Glück.



**Aktionszeitraum:
Januar bis Februar 2019**

Die neue Werbekampagne startet mit ihrer neuen Thekenpromotion 2019: **Glück kann so einfach sein!**

Ordern Sie jetzt Ihr Gratis-Werbemittelpaket solange der Vorrat reicht!



1 Thekenaufsteller mit 50 Gewinnspiel-Teilnahmekarten
60 Prepacking-Etiketten



Beispielhafte Gewinnabbildung

Attraktive Gewinnaktion:

Konsumenten können 1 Schweizer E-Bike von Flyer, 3 GoPro HERO 7 sowie 5 Le Gruyère AOP Käsepakete gewinnen. Das Thekenpersonal hat die Chance auf 2 GoPro HERO 7.

Mediale Unterstützung!

Neue Imagekampagne von Mitte Februar bis Ende April, die Le Gruyère AOP genussorientiert in Szene setzt.

COSMOPOLITAN BUNTE Gala essen & trinken DER FEINSCHMECKER Landlust



Schweizland Cheese Marketing GmbH · Neue Poststraße 17 · D-85598 Baldham · Tel.: 0 81 06/89 87 0 · Fax: 0 81 06/89 87 10 · E-Mail: info@schweizerkaese.de · www.schweizerkaese.de

Schweiz. Natürlich.



Käse aus der Schweiz.
www.schweizerkaese.de



Unter Beobachtung

Wie Sie beim Lesen der nächsten Seiten feststellen werden, haben wir ein bisschen an unserem Layout gefeilt. Nicht viel. Aber so viel, dass Sie schneller und gezielter die für Sie relevanten Informationen erkennen und lesen (oder kopieren) können. Wir hoffen, Ihnen mit dieser Fachzeitschrift auch im Zeitalter der digitalisierten Nachrichten, nach wie vor spannende und vor allem informative Lektüre über den Absatz von Molkereiprodukten zu bieten.

Im Grunde also ein Relaunch, den bekanntlich jedes Unternehmen – egal ob Hersteller, Groß- oder Einzelhandel – von Zeit zu Zeit in Angriff nimmt. Mal mit Produkten oder deren Verpackung, mal mit Ladenbauelementen, Kundenführung oder Präsentationstechniken. Das irritiert zunächst die Käufer, Kunden oder auch Leser. Aber der Mehrwert siegt dann meist doch schnell über das zunächst noch etwas Ungewohnte.

Wie aus Neuheiten Trends werden, zeigt sich besonders deutlich bei den Launches und Relaunches von Produkten im abgelaufenen Jahr, die wir – wie immer in der ersten Ausgabe des Jahres – auch diesmal sortiert und strukturiert für Sie aufgelistet haben. Sie spiegeln sehr kompakt die aktuellen Konsumtrends unserer Branche wider. Das alte Sprichwort „Stillstand ist Rückschritt“ trifft nämlich in besonderem Maße für das Mopro-Kühlregal zu. Mit 260 Neuvorstellungen im Jahresverlauf innerhalb der gelben und weißen Linie sollte man das Kühlregal und die Käsetheke stets gut im Auge behalten, damit aus Rennern nicht plötzlich Penner werden, die bei der enormen Schnelllebigkeit dieser beiden großen Sortimentsbereiche wertvolle Regalflächen blockieren. Hilfe bei der Beobachtung bieten auch wir Monat für Monat. Denn was aktuell in den Regalen läuft, wird in Milch-Marketing vorgestellt.

Auch ein wichtiger Grund, warum wir Transparenz, Informationsgehalt und Leserfreundlichkeit ständig hinterfragen und verbessern. In diesem Sinne stets angenehme Lektüre wünscht Ihnen

Hans Wortelkamp
(Herausgeber)

BEEMSTER
PREMIUM BEEMSTER KAAS

GESCHMACK & TRADITION

KÄSE UND TULPEN VON BEEMSTER

KW 6 – 12
POS-Aktion mit tollem Gewinnspiel

Gratis Zugabe:
Eine Beemster Holz-Tulpe

Beemster Pikant

- In Ruhe gereifter echter Noord-Hollandse Gouda
- Aromatisch und vollmundig im Geschmack
- Nur an der Käsebedientheke
- Bitte kontaktieren Sie unseren Außendienst

Gewinnspiel

Gewinnen Sie Eintrittskarten für den **Keukenhof** HOLLAND
Der schönste Frühlingspark der Welt.

ANZEIGE



Königlicher
Hoflieferant



Aus 100% Weidemilch
www.beemster.de

INHALT



26

In Österreich wurden jetzt wieder die besten einheimischen Käse mit dem Käsekaiser ausgezeichnet.

Kompakt

ab Seite 6

Handel

Storecheck im Rewe ihr Kaufpark in Bochum 10

Reals neue Markthalle in Braunschweig 40

Nährwertkennzeichnung

Schweizer Spitzenverband lehnt Ampel ab 14

Produkte des Jahres

Alle Kandidaten auf einen Blick 16

Gelbe Linie

AMA-Auszeichnung für die besten österreichischen Käse 26

Internationale Preise für österreichische Heumilchkäse 30

Die neuen AMA-Workshops 42

Vegane Produkte

Alpro baut Angebote kontinuierlich aus 32

Ordersatz

ab Seite 34

Verkaufsförderung

ab Seite 38

Rubriken

Kommentar..... 3

Kurznachrichten..... 6

Register..... 46

Impressum 46

Kontaktbörse..... 47



14

Die Nährwertkennzeichnung in Europa ist noch sehr unausgereift und alles andere als einheitlich. Der Schweizer Spitzenverband der Lebensmittelindustrie lehnt eine Ampel u. ä. nach wie vor ab.



Foto: © Dmitry Fisher - Fotolia

16

Leserwahl der Produkte des Jahres 2018/2019.
Alle Nominierungen auf einen Blick.



PurVi SETZT KAUFIMPULSE

– WENIGER IST DAS NEUE MEHR –

TV Kampagne

Verkostungsoffensive

Verbraucher wollen bewussten Genuss!



Quelle: Forsa-Studie „Iss was, Deutschland“, 2016

Wir haben die Lösung!

PurVi – die clevere Wahl für zwischendurch:

- variantenreich
- ausgewogen im Geschmack
- genussvolle und ausgewählte Zutaten
- angenehm gesüßt mit Agavendicksaft und Frucht

Einzigtages und innovatives Produktkonzept für frischen Umsatz in der „Weißen Linie“.



Dr. Michael Münch wurde von der **Privatmolkerei Bauer** zum Geschäftsführer ernannt. Münch folgt auf Jürgen Green und kommt von Alete, wo er seit 2015 als COO fungierte. Vorher war er 15 Jahre bei Meggle u.a. als Werksleiter im Bereich Consumer Products tätig.

„Höchste Standards“

Im Jahr 2018 hatte die österreichische Milchwirtschaft eine Reihe von Kostensteigerungen zu tragen. U. a. bei Energie, Verpackungsmaterial und Transport. Bei den derzeit laufenden Lohnverhandlungen ist ebenfalls mit einer Steigerung zu rechnen. Ohne Abgeltung der erhöhten Kosten würde dies zu einer Gefährdung der österreichischen Qualitätsstrategie und der heimischen Milchwirtschaft führen, meint Helmut Petschar, Präsident der Vereinigung Österreichischer Milchverarbeiter.

Auszeichnung für Nachhaltigkeit

Unter den Top 3 des online-Votings „Deutschlands nachhaltigstes Produkt“ befinden sich auch Andechser Natur Bio Jogurt und die Frische Bergbauern Milch von Berchtesgadener Land. Den Preis vergibt die Stiftung Deutscher Nachhaltigkeitspreis e. V. gemeinsam mit der Rewe Group.

Edeka Rhein-Ruhr

AUF DEN SPUREN VON DOP-KÄSEN



Exklusiv-Seminar mit Käse-Dozentin Susanne Hofmann für engagierte Käsefachverkäuferinnen aus dem Edeka-Einzelhandel.

Bonus für 16 Käsefachverkäuferinnen aus dem Absatzgebiet der Edeka Rhein Ruhr (Moers), die kürzlich ihre Prüfung zur Käseberaterin bestanden hatten. Barbara Vüllers, Käsefachberaterin dieser Regionalgesellschaft, lud die Damen zu einem Intensiv-Seminar nach Neuwied ein. Das Tagesseminar wurde von Susanne Hofmann, Fromelière, Dozentin und Gründerin der Käseakademie, gehalten. Thema des Tages war „Käse aus Frankreich – Die AOPs“. Gastgeber war das Neuwieder E-Center von Konrad Kreuzberg.



Susanne Hofmann ist Käse-Expertin und führt zusammen mit ihrem Bruder den Tölzer Kasladen sowie ein weiteres Geschäft auf dem Münchner Viktualienmarkt. Sie referierte in dem Seminar über die Geschichte des Käses in Frankreich und ging anschließend auf die im 20. Jahrhundert eingeführten Schutzbezeichnungen für Käse ein. Darüber hinaus stellte sie diverse AOP-Käse (Appellation d'Origine Protégé = geschützte Ursprungsbezeichnung) vor und gab u. a. praktische Tipps zu Schneidetechniken an der Theke, Käsewerkzeugen und Verpackung für Käse sowie zur Sensorik. Das Seminar endete mit einer Käse-Verkostung.

Demeter MilchBauern

Neue Erzeugergemeinschaft für Biomilch

Demeter-Milchviehbetriebe haben sich zur Erzeugergemeinschaft „Demeter MilchBauern Schwarzwald-Alb w. V.“ zusammengeschlossen. Gemeinsames Ziel der Höfe aus den Regionen Schwarzwald und Schwäbische Alb ist es, ihren bäuerlichen Betrieben mit nachhaltiger, biologisch-dynamischer Wirtschaftsweise eine solide Basis zur Existenzsicherung zu schaffen. „Unsere Hauptmotivation liegt in der Liebe zu unseren Kühen und zur Milchwirtschaft. Wir waren auf der Suche nach einem Konzept, das die Wertschöpfung auf unsere Betriebe bringt“ beschreibt Peter Bösch, Sprecher der neuen Erzeugergemeinschaft, den Start. Die neue Erzeugergemeinschaft will ihre Rohmilch in Zukunft gemeinsam mit Molkereien zu verschiedenen Produkten verarbeiten und über den Lebensmitteleinzelhandel verkaufen.

Heiderbeck

Save the Date

Heiderbeck kündigt seine diesjährige erste Hausmesse für den 19. und 20. Mai an, die diesmal im Veranstaltungsforum Fürstfeldbruck nahe dem Firmensitz Olching stattfinden wird. Die

Fachbesucher erwarten wieder internationale Aussteller mit interessanten und exklusiven Neuheiten.



Hochland

Patros wieder „Marke des Jahrhunderts“

Die Weißkäse-Marke Patros der Hochland Deutschland GmbH ist erneut mit dem Titel „Marke des Jahrhunderts“ geehrt worden. Sie ist damit eine von 200 „Marken mit „Leuchtturm-Charakter“, die in das Buch „Deutsche Standards – Marken des Jahrhunderts 2019“ aufgenommen wurden. Der Preis wurde im Rahmen des Deutschen Wirtschaftsforums in Frankfurt am Main übergeben.

„Regionalität“ führt bei Verbrauchern zu positiven Produktassoziationen

Eigenschaften regional angebaute Lebensmittel aus Verbrauchersicht



Rund drei Viertel der Deutschen geben an, dass sich der Hinweis „regional produziert“ auf Lebensmittelverpackungen positiv auf ihre Meinung zu einem Produkt auswirkt.

YouGov-Umfrage

Regionalität kommt gut an

Knapp über 40 Prozent der deutschen Verbraucher achten bei der Auswahl von Lebensmitteln auf deren regionale Herkunft. Damit gehört Regionalität zu den Top 3 Kaufkriterien. Wichtiger sind nur noch Frische (52 Prozent) und Zuckergehalt (47 Prozent). Bemerkenswert ist, dass Kriterien wie z. B. Bio, Anbau oder Aufzucht bei den befragten Konsumenten nicht (mehr) so wichtig sind. Das jedenfalls sind Ergebnisse einer aktuellen Umfrage vom Marktforschungsunternehmen YouGov-Group.

Aber nicht nur bei der direkten Abfrage nach Kaufkriterien legen die Verbraucher den Fokus auf Regionalität. Auch bei der Werbeanzeigenanalyse fällt den Verbrauchern der Hinweis auf regionale Angebote positiv auf. Außerdem zeigt sich, dass die Befragten auf neutral formulierte Claims wie beispielsweise „Aus Deiner Region“ besser reagieren, als auf ein entsprechendes Markenlabel.



Nielsen Report 2018

Frische geht auch online

Der Online-Einkauf von verpackten und frischen Lebensmitteln ist in den letzten zwei Jahren weltweit um 15 Prozent gestiegen. Sowohl von kühl- als auch nichtkühlbedürftigen Lebensmitteln. Während nahezu 93 Prozent der deutschen Verbraucher mit Internetzugang online eingekauft haben, sind es bei frischen Lebensmitteln deutlich weniger. Allerdings ist zwischen 2016 und 2018 ein Anstieg weltweit von 15 Prozent zu verzeichnen. Dies bestätigt der jüngste Connected Commerce Report von Nielsen, der die Online-Einkaufsgewohnheiten der Verbraucher untersucht. Den größten Anteil an Online-Transaktionen haben in Deutschland nach wie vor die Kategorien Mode, Bücher und Reisen.

Frische Lebensmittel werden nach wie vor bevorzugt im Lebensmittel-Einzelhandel gekauft. Weltweit ist jedoch ein Zuwachs beim Online-Handel festzustellen. Foto: colourbox.de



Velvet/Shape gibt es in drei Grundmodellen: Design, Style und Studio. Diese unterscheiden sich in der Form – mit zwei geschlossenen und einem offenen Sockel mit Stollenfußaufstellung – und in den verfügbaren Materialien.

Epta

FLEXIBLE BEDIENUNGSTHEKEN

Kühlmöbelhersteller Epta stellt eine neue, individualisierbare Bedienungs- und Selbstbedienungstheke vor. Velvet/Shape, so die Bezeichnung aus der Serie Costan/Bonnet Névé, lässt sich flexibel an ihre Umgebung anpassen. Das ermöglichen drei Grundmodelle, verschiedene Glasaufsätze und zahlreiches Zubehör. Unter anderem wurde die Auslagefläche erhöht, so dass zum Beispiel beim Käseverkauf die Produkte optisch näher am Kunden sind. Zudem lässt sich die Auflage in der Neigung verstellen. Das Möbel tritt durch den vollverglasteten Aufsatz in den Hintergrund und rückt das Sortiment in den Fokus. Dafür hat Epta Glasaufsätze mit geraden und gebogenen Scheiben ohne Streben und Stützen entwickelt.

Heiderbeck-Akademie

Neue Kurse für Käsefachkräfte

Die Heiderbeck Akademie in Olching bietet in Zusammenarbeit mit dem Wirtschaftsförderungsinstitut Niederösterreich (WIFI) eine Ausbildung zur Käsethekenfachkraft an. Mit diesem Schulungsangebot will man eine bislang bestehende Lücke innerhalb der Weiterbildung schließen.

Der erste Kurs dieser Fortbildung startete bereits im November des vergangenen Jahres. Der Kursinhalt ist speziell auf die Bedürfnisse des Lebensmittelhandels ausgerichtet und umfasst unter anderem die Bereiche Betriebswirtschaft, Käsetheorie sowie Verkaufspraxis und Warenpräsentation. Die Ausbildung findet blockweise statt und wird mit einer schriftlichen Prüfung sowie einer Projektarbeit abgeschlossen. Weitere Informationen und Termine unter www.heiderbeck.com/akademie/veranstaltungskalender



Die berufliche Weiterbildung zur „Käsefachkraft“ ist ein erster wichtiger Schritt, um kompetent Käse in Bedienung zu verkaufen.

Hochland

KONSEQUENTES QUALITÄTSPROGRAMM

Ein weiterer Schritt auf dem Weg der Nachhaltigkeit: Am 1. Januar 2019 ist die Vereinbarung in Kraft getreten, die die Hochland Deutschland GmbH im Sommer mit ihren Milcherzeugern für das Werk in Schongau getroffen hatte. Darin verpflichten sich die Landwirte, auf ihren Acker- und Grünlandflächen auf den Einsatz von Totalherbiziden wie Glyphosat zu verzichten.

Anfang Juli hatten Hochland und die Gremien des Ersten Bayerischen Butterwerks sowie der Milcherzeugergemeinschaft Pfaffenwinkel im Einvernehmen mit der Bayern Milcherzeugergemeinschaft eine entsprechende Vereinbarung getroffen. Die Gremien der Allgäuland eG haben der Vereinbarung ebenfalls zugestimmt. Ihre Milcherzeuger beliefern Hochland seit Januar.

Die Vereinbarung ist Teil des Qualitätsprogramms „Milch für Hochland“, die das Unternehmen seit mehreren Jahren zusammen mit den Landwirten umsetzt. Alle Milchlieferanten des Werks Schongau verpflichten sich vertraglich, daran teilzunehmen. Den Mehraufwand aus diesem Programm vergütet Hochland den Landwirten mit einem Aufschlag von 1,0 Cent pro kg zusätzlich zum Milchpreis.

Damit setzt Hochland seine Vorreiterrolle in der Branche fort, heißt es dazu in Heimenkirch: Hochland ist nach eigenen Angaben auch das erste Molkerei-Unternehmen, das in Produktionsstätten in mehreren europäischen Ländern eine Käseproduktion ohne Gentechnik von den Futtermitteln bis zu den Zutaten etabliert hat. Nach der Hart- und Schnittkäsemarke Grünländer (seit Herbst 2011) folgte 2017 die Umstellung der Werke Schongau (Oberbayern) und Węgrów in Polen. Seit dem Frühjahr 2018 produziert auch das französische Werk in Dieue-sur-Meuse nach dem deutschen VLOG-Standard. Die Fromagerie Henri Hutin ist somit die erste große Molkerei in Frankreich, die ihren Weichkäse in oGT-Qualität anbieten kann.

Das Schmelzkäsewerk in Heimenkirch ist ebenfalls in der Lage, alle Produktkategorien ohne Gentechnik herzustellen. Derzeit machen oGT-Produkte etwa 50 Prozent der gesamten Produktionsmenge in Heimenkirch aus, mit steigender Tendenz. Bereits vor mehr als 20 Jahren wurde Hochland nach der EU-Öko-Audit-Verordnung zertifiziert, ebenfalls als erstes Unternehmen der Milchbranche in Deutschland.



Die Allerum-Käserange präsentiert sich jetzt in neuen Verpackungen von RPC Superfos.

Skånemejerier, Schweden

Recyclbare Käseverpackung

Käse wird im Lebensmittel-Einzelhandel in aller Regel in Folie oder in einem Karton verpackt angeboten. Für die Käserange „Allerum“ des schwedischen Herstellers Skånemejerier hat sich Verpackungsspezialist RPC Superfos etwas Neues ausgedacht. Die Allerum-Käseecken werden in dreieckigen, komplett recycelbaren Verpackungen angeboten und liegen nach Durchtrennung des Kunststoffsiegels und Absetzen des Deckels sofort servierfertig auf einer Unterlage. Das ist nicht nur umweltfreundlich, sondern auch sehr hygienisch, da die Käse nicht mehr händisch aus der Verpackung befreit werden müssen. Skånemejerier-Brand Managerin Jannica Andersson ist sich sicher, dass die für ihre Zwecke maßgeschneiderte Verpackungsinnovation „frischen Wind in den Bereich Käseverpackung“ bringen wird.

Aldi Discount

Strategietag Verpackung

Noch im letzten Jahr hatten die drei Aldi-Gesellschaften Nord, Süd und der österreichische Ableger Hofer ihre Verpackungsmission vorgestellt. Dabei wurden u.a. auch die sehr ambitionierten Ziele zur Verpackungsreduktion formuliert. Jetzt kamen auf Einladung der drei Discounter mehr als 100 Teilnehmer zu einem Strategietag in Düsseldorf zusammen. Vor dem Hintergrund des neuen Verpackungsgesetzes diskutierten die Partner Ideen und Herausforderungen auf dem Weg zu nachhaltigeren Verpackungen. Im Anschluss fanden Workshops mit Experten des Grünen Punktes und des Instituts für Recyclingfähigkeit und Produktverantwortung cyclos-HTP statt.



Fürsprecher für Einsparungen von Verpackungen sind v. l.: Rayk Mende, Geschäftsführer Corporate Responsibility (Aldi Nord), Simon Gelzer, Geschäftsführer Zentraleinkauf (Aldi Süd), Kristina Seelaus, stellvertretende Geschäftsführerin Zentraleinkauf Hofer, Philipp Skorning, stellvertretender Geschäftsführer Zentraleinkauf (Aldi Süd) und Erik Hollmann, Leiter Corporate Responsibility Non-Food bei Aldi Nord. (Foto: Aldi Süd)

Das neue Bochumer „Wohnzimmer“

Nach dem Totalumbau erstrahlt der alte Bochumer „REWE Ihr kaufpark“-Markt wieder in neuem Glanz. Besonders wichtig: Die Kunden kehren nach der rund vierwöchigen umbaubedingten Schließung des Marktes wieder in Scharen zurück – und spenden großen Beifall.



Trotz guter wirtschaftlicher Erfolge mit Spitzenumsätzen sind irgendwann ladenbauliche Veränderungen unvermeidlich. Mit dem Bochumer „REWE Ihr kaufpark“ hat man in nur knapp vier Wochen einen komplett neuen Markt erstellt.

Auch sogenannte Top-Märkte kommen irgendwann in die Jahre und müssen gründlich renoviert werden. Da werden zum Beispiel veraltete Kühlaggregate ausgetauscht, Thekenmöbel erneuert und auch Fußboden und Decke haben nach Jahrzehnten ihren Glanz verloren. Oftmals wird dann auch gleichzeitig der Kundenlauf neu gestaltet, weil Abteilungen erweitert oder ganz neue Sortimentsbereiche aufgenommen werden.

Aber so eine gründliche Renovierung ist keine leichte Sache. Umbauen, während der Verkaufsbetrieb aufrecht erhalten bleibt? Das führt unter Umständen schnell zu Verärgerung bei den Kunden. Dann doch lieber für ein paar Wochen schließen? Aber dafür Kundenabwanderungen in Kauf nehmen? Der gerade abgeschlossene Umbau in einem „REWE Ihr kaufpark“-Markt an der Castroper Straße in Bochum zeigt, wie man es machen kann.

Der Standort ist beinahe schon als historisch zu bezeichnen. 1968 entstand hier ein Verbrauchermarkt der Familie Deschauer, der dann später von dem Handelsunternehmen Michael Brücken in Hagen übernommen und in „REWE Ihr kaufpark“ umbenannt wurde. Bis heute ist es „das Wohnzimmer der Bochumer Stadtbevölkerung“, wie es Michael Drzisga ausdrückt. Der Bezirksmanager schwärmt geradezu von diesem Markt. Eines der umsatzstärksten der 110 Kaufpark-

Häuser, die jetzt bekanntlich alle „REWE Ihr kaufpark“ heißen, denn seit 1978 ist das Unternehmen ein Partnerunternehmen der Rewe Dortmund.

Auf knapp 3.000 qm Verkaufsfläche genießt er als „unser Kaufpark“ bei den Bochumern große Sympathien. Der Markt ist für seine Kunden wochentags von 7 bis 24 Uhr erreichbar. Im Durchschnitt frequentieren knapp 4.000 Besucher den Markt tagtäglich. Der Durchschnittsbon liegt bei ca. 25 Euro. Das verhilft dem Markt zu einem Umsatz in zweistelliger Millionenhöhe.

Jetzt, nach dem Umbau von Mitte Oktober bis Mitte November 2018, präsentiert der Markt am gleichen Standort ein völlig neues Ladenkonzept. Helle und einladende Laden-

atmosphäre, große Sortimentsbreite und -tiefe, die in zeitgemäßen Themenwelten wie Convenience, Feinkost, Frühstück oder eben auch Molkereiprodukte konzentriert dargeboten werden, dazu überschaubare Regalhöhen und vor allem Frische und Bedienung kennzeichnen das neue Ladenlayout. Über diese „architektonische Meisterleistung“

freuen sich nicht nur die Hausherrn, sondern auch die Kunden, die „alle wieder gerne zurückgekommen sind“ (Drzisga) und mit ihrem Lob über das neue Ambiente nicht sparen. Blickfang ist einmal mehr die völlig neu gestaltete, leicht geschwungene Bedienungsteilung mit ihren Stationen Fleisch, Wurst, Feinkost und Käse.



So sah die Käsetheke vor dem Umbau aus...

... und so nach dem Umbau





Herzstück Käsetheke: Flankiert von Hart- und Schnittkäsen sind die zahlreichen selbstgemachten Frischkäse-Kreationen ein ganz besonderer Blickfang.

Sabine Tretkowski hat ihre Käsetheke gut im Griff. Renner sind vor allem die selbstgemachten Frischkäsetorten.

In modernen Thekenmöbeln (Aichinger) mit kantigen, rechtwinklig abgeknickten Glasabdeckungen werden die kühlbedürftigen Bedienungsartikel attraktiv präsentiert. Für Geflügel stehen 2,5 Meter Thekenbreite, für Fleisch neun, für den Wurstbereich weitere 7,5 und für Käse inklusive Antipasti 6,25 Meter zur Verfügung.

In die Fleischtheke wurden Bisonfleisch, Charolais aus Frankreich ebenso wie Dry-Age-Beef neu aufgenommen. Die Wursttheke stellte bereits sieben Tage nach der Neueröffnung einen neuen Wochenrekord auf.

Dominic Tatzcik, Chef der Frischetheken, steuert und kontrolliert seit vielen Jahren die Frische in diesem Markt. Unter seiner Regie sind aktuell 25 Personen hinter den Theken im Einsatz. Und sie tun das offen-



Ansprechende Präsentation mit neuen Kühlmöbeln: Molkereiprodukte werden hier ebenso wie Wurst und Feinkost attraktiv in Szene gesetzt.



Herren über Frische und Bedienung: Jochen Weber (r.) und Dominic Tatzcik. Die neue Thekenfront im Markt ist ihr ganzer Stolz.



Das neue Marktlayout prägen neben der neuen Bedienungsfrent auch die neu installierten Themeninseln. Hier z. B. für die Bereiche Convenience, Frühstück oder die Grilltheke für den Sofortkonsum.

sichtlich sehr erfolgreich. Beispiel Käse in Bedienung: Hier sind u. a. Sabine Trettkowski und Heike Donner für das rund 100 Sorten umfassende Angebot verantwortlich. Ergebnis: Ein Spitzenumsatz an der Käsetheke sowie für Käse SB in einem hohen

fünfstelligen Bereich. Für diese Marktgröße durchaus respektable Ergebnisse.

Das neue Sortimentskonzept in Verbindung mit dem atmosphärischen Upgrade auf der Verkaufsfläche rechtfertigt auf alle Fälle die

Gesamtinvestition von mehreren Millionen Euro, merkt Michael Drzisga mit Blick auf die beinahe täglich wachsende Zahl der Kunden an. Vor allem freut ihn, dass jetzt mehr und mehr jüngere Kunden den Weg in ihr „Bochumer Wohnzimmer“ finden. ■

Labelsalat

Zurzeit sprießen in unseren Nachbarländern unterschiedlichste Systeme einer vereinfachten Lebensmittelkennzeichnung aus dem Boden. Die Föderation der schweizerischen Nahrungsmittelindustrien (fiel) lehnt eine Ampelkennzeichnung nach wie vor ab.

Ein Beitrag von Dr. Lorenz Hirt, Co-Geschäftsführer der fiel.



Italien schlägt eine weitere Variante der Nährwert-Kennzeichnung vor: Die Batterie, bei der Energiegehalt und der Gehalt an Fett, gesättigten Fettsäuren, Zucker und Salz als Prozentanteil des täglichen Bedarfs angezeigt werden.

Die Allianz der Konsumentenschutz-Organisationen hatte als Schwerpunkt für das Jahr 2018 insbesondere die Einführung eines Ampelsystems für Lebensmittel gefordert. Diese Forderung im Jahr des Inkrafttretens des Largo-Paketes, mit dem der Konsument über so viele Informationen über Lebensmittel verfügen wird wie noch nie, irritierte die fiel. Es schien uns sinnvoller, erst einmal die Revision zu verdauen und abzuwarten, wie der Konsument überhaupt auf die neuen Informationen reagiert.

Nichtsdestotrotz ging die Entwicklung weiter. Der Konsumentenschutz hat Umfragen gemacht, welches Ampelsystem die Konsumenten bevorzugen (nicht aber, ob sie überhaupt eines wollen, respektive, ob sie auch dann noch eines wollen, wenn Zusatzkosten entstehen!)

In Frankreich wurde Nutriscore eingeführt, Belgien möchte nachziehen und Danone erste Produkte mit Nutriscore auch in der Schweiz verkaufen. In Italien wird an einem System gearbeitet, das die GDA-Werte als Batterien darstellen will. England führt sein klassisches Ampelsystem weiter und andere Staaten vertrauen auf das Healthy Choice Label. A big mess!

Dieser ganze Labelsalat rührt letztlich daher, dass sich die EU-Kommission nicht auf die gemäss LMIV längst fälligen Nährwertprofile und freiwilligen Kennzeichnungsmodelle festlegen will. Die fiel beobachtet die daraus resultierenden nationalstaatlichen Entwicklungen sehr genau. In den fiel-Gremien konnte sich aber noch keines der näher untersuchten Systeme durchsetzen. Dies, weil sich letztlich jedes System, das Lebensmittel klar als gesund oder ungesund kategorisiert,

selbst disqualifiziert. Es gibt keine per se guten oder schlechten Lebensmittel, sondern es geht um eine gesunde und ausgewogene Ernährung, kombiniert mit genügend Bewegung.

So straft zum Beispiel die klassische englische Ampel unbegründet auch Produkte mit einem hohen Wert in der Ernährung ab. Nüsse, Oliven- oder Rapsöl, also Produkte mit hohem ernährungsphysiologischem Wert, welche nur in kleinen Mengen gegessen werden, würden klar rot markiert. Kochsalz hätte vier grüne und einen roten Punkt, obschon die referenzierten 100 Gramm pro Tag einen durchschnittlich schweren Teenager ohne weiteres töten würden.

Nutricore, das französische System, bewertet Lebensmittel mit einer einzigen Farbe von Grün bis Dunkelorange. Es will weiter gehen

STATEMENT | GASTAUTOR NÄHRWERTKENNZEICHNUNG

als die klassische Ampel und den eigentlichen Nährwertprofilen Rechnung tragen. Das System bringt sowohl negative (zum Beispiel gesättigte Fettsäuren, Zucker, Salz) als auch positive Aspekte (zum Beispiel Gemüse und Fruchtanteil) in die Gesamtbewertung mit ein. Auch Nutriscore entbindet den Konsumenten aber nicht davon, sich abwechslungsreich und in der Gesamtheit gesund zu ernähren. So könnte sich eine Person durchwegs mit Produkten der Klasse A (grün) ernähren, aber trotzdem an starken Mangelerscheinungen leiden oder ohne weiteres übergewichtig werden. Die konkreten Berechnungen von fial-Mitgliedern zeigten sodann, dass zum Beispiel Pommes Frites grün gekennzeichnet werden könnten (der Gemüseanteil setzt sich gegenüber dem Fett und dem Salz durch), ein Vollkorn-Knäckebrot demgegenüber mit Gelb. Dies ist notabene offensichtlich dieselbe Kennzeichnung, die ein Mc Donald's-Hamburger erhält.

Aber auch die anderen Konzepte, wie die italienische Idee der Darstellung der GDA-Werte als Batterien, oder das Healthy Choice Label, welches besonders gesunde Lebensmittel einer bestimmten Kategorie hervorheben, nicht aber das Lebensmittel an sich als gesund oder ungesund bewerten sollen, konnten sich bisher nicht breit durchsetzen.

Die fial lehnt die Einführung einer Ampelkennzeichnung für die Schweiz daher nach wie vor ab. Zunächst muss der Wildwuchs der verschiedenen Systeme in unseren Nachbarstaaten konsolidiert und die Systeme auf ihre Praxistauglichkeit überprüft werden. Sollten die Schweizer Konsumenten danach in Kenntnis aller Fakten die Einführung eines dieser Systeme wünschen, ist zentral, dass innerhalb der Schweiz nicht verschiedene Systeme bestehen, sondern nur ein einziges. Zudem muss die Anbringung der Kennzeichnung auf freiwilliger Basis beruhen, damit sie effektiv dort erfolgt, wo der Konsument sie auch nachfragt.



>> jedes System, das Lebensmittel klar als „gesund“ oder „ungesund“ kategorisiert, disqualifiziert sich selbst.<<

Dr. Lorenz Hirt

ANZEIGE



**POWERED BY
FIT FOR FUN!**

empfohlen von
fit FOR FUN

GOLDSTEIG
KÄSESPEZIALITÄTEN
Protinella
Käse nach Pasta filata Art

VOLLE 23g PROTEIN

NUR 121 KALORIEN

100g

JETZT ORDERN!

*Der Käse-Snack für sportliche
Genießer startet ins FIT FOR FUN-
Jahr und Sie profitieren!*





**Wir verlosen
2 Amazon Echo
sowie drei Amazon-
Gutscheine zu
je 50 Euro!**

**Einsendeschluss ist der
31.1.2019**

Mitwählen und Gewinnen!

>> Alexa, füll den Stimmzettel aus! <<

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

Auf den folgenden Seiten präsentieren wir wieder die Neuvorstellungen des letzten Jahres, nach in diesem Jahr 14 Warengruppen geordnet. Jeweils versehen mit einer Kennziffer.

Wenn Sie sich für Ihre Favoriten entschieden haben, tragen Sie deren Kennziffern bitte in den beiliegenden Stimmzettel ein. Es werden jeweils die Plätze 1 bis 3 für jede Warengruppe vergeben. Dabei geht es nicht unbedingt um den Erfolg eines einzelnen Produktes, sondern ausschließlich um Ihre individuelle Bewertung nach ihren subjektiven Kriterien.

Den ausgefüllten Stimmzettel schicken Sie bitte per Fax (02633/454099) oder per Post (Milch-Marketing, Zehnerstraße 22 b, 53492 Bad Breisig) an die Redaktion von Milch-Marketing.

Alternativ haben Sie die Möglichkeit, im Internet unter www.moproweb.de/pdj2019 abzustimmen.

Nach Auswertung aller gültigen Stimmzettel werden die Gewinner in der März-Ausgabe von Milch-Marketing vorgestellt.

Unter allen Teilnehmern an der Wahl zum Produkt des Jahres verlosen wir zwei Amazon Echo und drei Amazon-Gutscheine im Wert von jeweils 50 Euro. Details dazu finden Sie auf der Rückseite des dieser Ausgabe beiliegenden Stimmzettels.

Herzlichen Dank im Voraus fürs Mitmachen

Ihre Redaktion Milch-Marketing



Joghurt

 A01	 A02	 A03	 A04
 A05	 A06	 A07	 A08
 A09	 A10	 A11	
 A12	 A13	 A14	 A15
 A16	 A17	 A18	
 A19	 A20	 A21	 A22
 A23	 A24	 A25	
 A26	 A27	 A28	 A29
 A30	 A31	 A32	

Desserts



A33

Danone
 Activia mit
 Ballaststoffen



A34

Emmi/Mevgal
 Griechischer
 Sahnejoghurt
 mit Honig



A35

Fromi
 Yaourt auf
 Obstpüree



A36

Molkerei Müller
 Milka Schoko
 Crispiers & cre-
 miger Joghurt



A37

Fromi
 La Fermière
 Joghurt



B01

Fromi
 Milchreis La
 Fermière



B02

Dr. Oetker
 Marmorette
 Cookies &
 Creme



B03

**Privatmolkerei
 Bauer**
 Mövenpick
 Feinster Pudding
 Nuss-Nougat



B04

Dr. Oetker
 PurVi



B05

Feinkost Merl
 Summertime



B06

**Uplegger Food
 Company**
 Tagtraum



B07

**Uplegger Food
 Company**
 GÜ Erdbeer
 & Himbeer
 Cheesecake



B08

**ODW Frisch-
 produkte**
 Komete Rote
 Grütze



B09

Molkerei Müller
 Milchreis Protein



B10

Molkerei Müller
 Milchreis original
 neue Sorten



B11

Molkerei Müller
 Milchreis leicht &
 lecker Schoko



B12

Molkerei Müller
 Milchreis
 Designrelaunch



B13

Ehrmann
 Grand Dessert
 Nougat



B14

**Elsdorfer
 Molkerei**
 Mein Q
 Proteinpudding



B15

Molkerei Müller
 Müller Chocolat



B16

Ehrmann
 High Protein
 Pudding



B17

Dr. Oetker
 Marmorette
 Karamell



B18

Dr. Oetker
 Paula Schoko-
 pudding mit
 Haselnuss-Fle-
 cken laktosefrei

Quark/Skyr



C01

Ehrmann
 Obstgarten
 Creme Quark



C02

**Elsdorfer
 Molkerei**
 MeinQ
 Heidelbeere



C03

**Deutsches
 Milchkontor**
 Milram
 Kartoffel-Creme



C04

**Deutsches
 Milchkontor**
 Milram
 Bruschetta-
 Quark



C05

**Elsdorfer
 Molkerei**
 MeinQ
 Gartenkräuter



C06

**Deutsches
 Milchkontor**
 Milram Skyr



C07

**Karwendel-
 Werke**
 Exquisa Fitline
 Protein



C08

**Elsdorfer
 Molkerei**
 MeinQ
 Gemüse
 Mediterran



C09

**Elsdorfer
 Molkerei**
 MeinQ
 Kräuter der
 Provence



C10

Voglandmilch
 Frucht Quark
 Himbeer-Limone

Milch & Drinks



C11

Schwälbchen Molkerei
 CremQuark
 Relaunch



D01

Hochwald
 Eis Macchiato,
 Cappuccino,
 Mocca



D02

Emmi
 Caffè Latte
 Mexico



D03

Emmi
 Caffè Latte
 Balance



D04

Arla Foods
 Protein Drink
 Erdbeere-
 Himbeere



D05

Arla Foods
 Protein Drink
 Vanille



D06

Berglandmilch
 Super Smoojos



D07

Molkerei Müller
 Müllermilch
 Protein



D08

Molkerei Müller
 Fitness-Molke
 Relaunch



D09

Privatmolkerei Bauer
 Caffè Freddo
 ohne Zucker



D10

Deutsches Milchkontor
 Milram Skyr
 Drinks



D11

Ornua
 Kerrygold
 Joghurt
 Smoothie



D12

Schwarz-waldmilch
 Schoki aus
 Weidemilch



D13

Starbucks/ Arla Foods
 Starbucks
 Signature
 Chocolate



D14

Schwälbchen Molkerei
 Caffreddo
 Espresso Doppio



D15

MW Berchtesgadener Land
 Frische Erdbeer-
 milch



D16

Yakult
 Yakult im
 Sechserpack



D17

Molkerei Müller
 Reine Butter-
 milch Relaunch



D18

Taubentaler Hof
 A2-Trinkmilch



D19

Danone
 Actimel
 Superfruit



D20

Berglandmilch
 Hafer & Milch



D21

Innoprax
 Lattesso
 Caffè Cannabis



D22

Innoprax
 Lattesso
 Caffè Free

Bioprodukte
 Weiße Linie



E01

Karacho
 Cold Brew
 Coffee



E02

Koawach
 Original Schoko



E03

Koawach
 Weiße Schoko



E04

Cow Cow
 my little Cow
 Cow Bio-Joghurt



E05

Molkerei Biedermann
 Biolassi Kirsche-
 Banane



E06

Andechser Natur
 Bio Joghurt



E07

MW Schwaben
 Weideglück
 Bioland



E08

Molkerei Biedermann
 Dessertcreme
 mit Haselnuss



E09

Schwarz-waldmilch
 Frische Heumilch



E10

Gläserne Molkerei
 Joghurt pur
 Bio 3



MW Berchtesgadener Land
 Bioghurt Re-launch



Andechser Molkerei Scheitz
 Bio Sweet Lassi



Schwarzwaldmilch
 Bio-Heumilch im Pure Pak



MW Berchtesgadener Land
 Bioghurt Natur 3,8 %



Gläserne Molkerei
 Heumilchjoghurt Natur



MW Berchtesgadener Land
 Bio-Fruchtquark Sauerkirche



Demeter Heumilch Bauern
 Heumilch im Pure Pak



Arla Foods
 Bio NUR



Danone FruchtZwerge
 Bio



Molkerei Ammerland
 BioMilch im Pure Pak



Thise Mejeri
 Bio-Skyr



Rupp Alma
 Sonnenschatz



Fromi Rocketou
 d'Argental



Fromi Trésor
 d'Argental



Van der Heiden Kaas
 Black Lemon



Bergmilch Südtriol
 Luis Trenker



Imlig Käserei
 Rheintal Käse



Gebr. Baldauf
 Heumilchkäse



Bergkäserei Oberberg
 GlücksPilz-Raclette



Bergkäserei Oberberg
 Kartoffel-Raclette



Käsebellén
 Sommer-Rebell



Fromi Reblochon
 de Savoie AOP



Fromi Tomme de Savoie
 Fermière



Hamburger Käselager
 Minions-Käse



Fromi Ubriaco
 al Prosecco DOC



Fromi Lemon



Vandersterre Holland
 Landana Ziegenkäse Trüffel



Naturkäserei St. Georg
 Ruhpoldinger Goasskas



Heiderbeck Murnau
 Werdenfelser



Fromi Tomme de Brebis
 Papillon



Fromi Buenalba
 al Romero



Tirol Milch Ziegenkaiser

 F22	 F23	 F24	 F25	 F26	 F27	 F28
 F29	 F30	 F31	 F32	 F33	 F34	 F35
 F36	 F37	 F38	 F39	 F40	 F41	 F42
 F43	Hart- & Schnittkäse, SB	 G01	 G02	 G03	 G04	 G05
 G06		 G07	 G08	 G09	 G10	 G11



G13

Woerle
 Heumilch
 Mondseer



G14

Heiderbeck
 Madame
 Stagniato
 di Bufala



G15

**Holtseer
 Landmolkerei**
 Holtseer Feuer



G16

**Hochland
 Grünländer**
 Tomato-
 Basilikum



G17

**Molkerei
 Ammerland**
 Unser
 Weidekäse

Weichkäse (inkl.
 Pasta filata, Sauermilchkäse)



H01

Fromi
 Coeur Doux
 Tradition
 Emotion



H02

**Goldsteig
 Käseereien**
 Protinella



H03

**Landkäserei
 Reißler**
 Blütenzauber



H04

**Bergader
 Privatkäserei**
 Almkäse
 Frühlingsgruß



H05

Arla Foods
 Castello extra
 cremiger White



H06

Arla Foods
 Castello White
 mit Chili



H07

Fromi
 Buchettes
 Relaunch



H08

**Lactalis
 Galbani**
 Mozzarella
 di Latte di
 Bufala Maxi



H09

Fromi
 Fassfeta



H10

Fromi
 Saint Marcellin
 IGP



H11

Fromi
 Mozzarella di
 Bufala



H12

**Poelmeyer-
 Gruppe**
 Harzinger
 Genuss-Minis



H13

**Uplegger Food
 Company**
 Geitenkaas
 Ziegenrolle



H14

Apostels
 Feta-Creme



H15

Fromi
 Brillat-Savarin



H16

Fromi
 Quader de Cavra
 al Tartufo



H17

Fromi
 Valencay
 AOP Affinage
 d'Excellence



H18

**Käserei
 Champignon**
 Fiorella di
 Tomino



H19

Fromi
 Grès d'Or



H20

Fromi
 Grès d'Or
 à la Truffe



H21

**Rotkäppchen
 Peter Jülich**
 Rügener Bades-
 junge Relaunch



H22

**Bergader
 Privatkäserei**
 Bavaria blu
 Relaunch



H23

Fromi
 Camembert
 di Bufala



H24

Fromi
 Roquefort
 Tradition
 Emotion



H25

**Lactalis
 Galbani**
 Mozzarella
 Gran Tradizione

Frischkäse



i01

**Karwendel-
 Werke**
 Exquisa Protein



i02

Arla Foods
 Buko
 Mediterrane
 Olive



i03

Fromi
 Picandou
 Ziegenkäse-Taler
 Honig-Feige

 i04	 i05	 i06	 i07	 i08	 i09	 i10
 i11	 i12	 i13	Käse/ Warme Küche	 j01	 j02	 j03
 j04	 j05	 j06		 j07	Bioprodukte Gelbe Linie	 k01
 k03	 k04	 k05	 k06	 k07		 k08
 k10	 k11	 k12	 k13	BUTTER/ FETTE	 l01	

SNACKS



L02

Upfield Deutschland
Lätta Relaunch



L03

Meggle
Kräuter-Butter ohne Knoblauch



L04

Walter Rau Lebensmittelwerke
Gutes aufs Brot



L05

Ornuu
Kerrygold Extra Designrelaunch



L06

Savencia Fromage & Dairy
Brunch Buttrig-Frisch



M01

Berglandmilch
Sirius Stangerl



M02

Privatmolkerei Bauer
Der Joghurt Snack



M03

Arteta GmbH
DayUp



M04

Ehrmann
Monster Backe Wackelpudding



M05

Bel Deutschland
Babybel Cheese & Crackers



M06

Bel Deutschland
Babybel Käse-schnecke



M07

Bel Deutschland
Babybel Bio



M08

Elsdorfer Molkerei
MeinQ Quetschies im Viererpack



M09

Elsdorfer Molkerei
MeinQ Fitnessdrink



M10

Vergeer Kaas
Mini Mix



M11

Vergeer Kaas
XO



M12

Die Käsemacher
Snack it!



M13

Feinkost Merl
Snacks to go



M14

Danone
FruchtZwerge Quetschies



M15

Hochland
Gervais Hüttenkäse-Snack



M16

Lactalis Nestlé Frischeprodukte
Knackiger Mousse-Riegel



M17

Savencia Fromage & Dairy
Edelweiß Cheese Up

VEGAN/VEGETARISCH



N01

Alpro
Alpro mehr Frucht, ohne Zuckerzusatz



N02

Uplegger Food Company
Almond Breeze Mandeldrinks



N03

Uplegger Food Company
Obrigado Kokoswasser



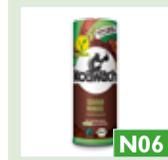
N04

Uplegger Food Company
The Coconut Collaborative



N05

E.V.A.
Simply V Genießer-scheiben



N06

Koowach
Schoko Mandel



N07

Arteta GmbH
DayUp Pearls



N08

Alpro
Bio Soya-, Bio Hafer-, Bio Mandel- und Bio Kokosnussdrink



N09

Alpro
150-g-Becher

Inthronisierung auf dem Bodensee

Erstmals fand die Verleihung der Käsekaiser der Agrarmarkt Austria Marketing in Vorarlberg statt. Die begehrten goldenen Statuen wurden in zehn Kategorien vergeben.



Die Verleihung des Käsekaisers ist das alljährliche Highlight der österreichischen Milch- und Käsebranche. Die Repräsentanten der Molkereien und Käsereien des Landes kamen dazu Ende November auf Einladung der Agrarmarkt Austria zusammen, um die besten Käse und deren Hersteller gebührend zu feiern. Der Ort des Geschehens: die „Sonnenkönigin“. Mit diesem für Events konzipierten Schiff ging es vom Bregener Hafen aus auf eine Rundfahrt über den Bodensee. Durch den Abend geleitete die aus Vorarlberg stammende TV-Moderatorin Kerstin Polzer.

Die begehrten Statuen wurden in den zehn Kategorien Frischkäse, Weichkäse, Schnittkäse mild-fein, Schnittkäse g'schmackig, Schnittkäse würzig-kräftig, Hartkäse, Bio-Käse, Käsespezialitäten und -traditionen sowie Innovationen vergeben. Außerdem wurde der beliebteste österreichische Käse in Deutschland gekrönt, da Deutschland nach wie vor das wichtigste Exportland für die alpenländischen Spezialitäten ist.

Waren beim ersten Käsekaiser-Wettbewerb im Jahr 1995 noch 64 Käse einge-

reicht worden, waren es in diesem Jahr 214 und damit so viele wie noch nie zuvor. Ein 110-köpfiges Jurorenteam, bestehend aus Käsesommeliers, Fachjournalisten, Produzenten und Vertretern des Handels bestimmte in der ersten Phase aus allen Einreichungen die besten fünf Käse jeder Kategorie. Daraus kürte ein national und international besetztes, unabhängiges Expertengremium die Besten der Besten. Bewertet wurden Geruch und Geschmack, Aussehen, Teigbeschaffenheit sowie die Konsistenz. Dabei konnten maximal 100 Punkte erreicht werden. ➤

Käse" 2x Käsekaiser

plus 4x **GOLD** beim
World Cheese Awards in Norwegen



www.vorarlbergmilch.at



VORARLBERGMILCH

DIE KÄSE- KAISER



Kategorie Frischkäse: SalzburgMilch

Premium Frischkäse Kräuter

Hersteller: SalzburgMilch, Betrieb Salzburg

Ein Klassiker unter den österreichischen Frischkäsen ist Salzburg-Milch Premium Frischkäse Kräuter, den eine besonderes cremige, zart schmelzende Konsistenz auszeichnet. Das mild-säuerliche Aroma rundet die dezente Joghurtnote elegant ab und harmonisiert besonders mit seinen Zutaten.

Kategorie Weichkäse: Schärldinger Österkron

Hersteller: Ennstal Milch, Betrieb Gröbming

Der Österkron ist ein grüner Edelschimmelkäse und wird seit Jahren aus bester steirischer Milch hergestellt. Dabei entsteht eine Spezialität mit einer charakteristischen, leicht krümeligen Konsistenz. Der Weichkäse besticht neben seinem würzig-kräftigen und langanhaltenden Aroma mit einer breiten Palette an Verwendungsmöglichkeiten.

Kategorie Schnittkäse mild-fein: Drautaler

Hersteller: Kärntnermilch

Der Drautaler hatte in seiner Kategorie wieder einmal die Nase vorn. Der Schnittkäse vereint einen milden Geschmack eines Schnittkäses mit den leicht süßlichen und nussigen Aromen der Großblochgärung. Seinen Namen verdankt er dem größten Fluss Kärntens, der durch das Herstellungsgebiet des Käses fließt.

Kategorie Schnittkäse g'schmackig: Ländle Weinkäse

Hersteller: Vorarlberg Milch

Aus bester Ländle Milch aus dem Vorarlberg hergestellt, erhält der Weinkäse zweimal wöchentlich eine Pflege mit Rotwein. Während seiner viermonatigen Reifezeit mit dieser sorgfältigen Pflege entwickelt der Schnittkäse seine typisch schwarze Rinde sowie seinen sahnigen und fruchtigen Geschmack mit dezenten Weinaromen.

Kategorie Schnittkäse würzig-kräftig: Ländle Klostertaler

Hersteller: Vorarlberg Milch

Der Ländle Klostertaler wird aus bester, frischer Alpenmilch hergestellt und auf traditionelle handwerkliche Art gereift und gepflegt. Er reift mindestens sieben Monate im Naturkeller und entfaltet dadurch seine überaus elegante Würze. Sein Name spiegelt seine Herkunft wider, denn das Klostertal beginnt nicht weit von der Käserei.

Kategorie Hartkäse: Tirol Milch Alpzirler

Hersteller: Tirol Milch Wörgl

Den Tirol Milch Alpzirler zeichnet ein zart-würziger Geschmack aus, der in Kombination mit dem leicht schmelzenden Teig sensorisch eine edle Eleganz entwickelt und als Solist oder bei vielen Foodpairings ein willkommener Partner ist. Um diese Aromen sowie die dunkel- bis rotbraune Naturrinde zu entwickeln, erhält der Alpzirler mindestens sechs Monate Zeit im Reifekeller.

Kategorie Bio: Bio Pfeffer Rebell

Hersteller: Sulzberger Käse Rebellen, Betrieb Sulzberg

Der Pfeffer Rebell in Bio-Qualität erhält seinen Namen durch das intensive Pfefferaroma. Untermalt wird dieses von Nuancen, die an Rahm, Honig und Blumenwiese erinnern. Am Gaumen verschmilzt der cremig-weiche Teig des Käses perfekt mit einer intensiven Würze aus grünem Pfeffer.

Kategorie Käsespezialität und -Traditionen: Mölltaler Almkäse Selektion

Hersteller: Kärntnermilch

Der Mölltaler Almkäse Selektion wird nach alten Rezepturen der Almkäserei seiner Heimat, des Mölltales hergestellt. Seine längere Reifezeit von mindestens zwölf Monaten lässt den Teig besonders geschmeidig und schmelzend reifen. Zudem entwickelt der Käse dabei seine würzig-aromatischen Noten.

Kategorie Innovation 2018: Tirol Milch Höhlentrio

Hersteller: Tirol Milch Wörgl

Ein Dreier-Sortiment aus besten, höhlengereiften Schnitt- und Hartkäsespezialitäten überzeugte die Jury als beste Innovation des Jahres. Das Tirol Milch Höhlentrio besteht aus dem Höhlentaler, dem Bergjuwel und dem Bergkäse. Geschmacklich spannen sie den Bogen von einer leicht süßlichen Würze bis zu würzig-kräftigen Komponenten.

Kategorie beliebtester österreichischer Käse in Deutschland 2018: Rupp Vorarlberger Premium Bergkäse g. U. 10 Monate

Hersteller: Rupp, Betrieb Hard

Einmal mehr kommt der beliebteste Käse in Deutschland aus Vorarlberg. Ein Klassiker aus dem Ländle ist der würzig-kräftige Rupp Vorarlberger Premium Bergkäse g. U. Der Hartkäse mit seiner geschützten Ursprungsbezeichnung wird in den Sennereien des Bregenzerwaldes nach alter Tradition hergestellt und reift mindestens zehn Monate.

Käsekaiser 2019



Der aromatisch-würzige
Mölltaler Almkäse Selektion
und der mild-feine **Drautaler**
wurden als **beste Käse Österreichs**
ausgezeichnet.



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

Internationaler Medaillenregen

Die Mitgliedsbetriebe der österreichischen Heumilch-Arbeitsgemeinschaft haben im letzten Jahr bei wichtigen Käsewettbewerben mit guten Platzierungen abgeschnitten.

So konnten österreichische Heumilchkäse bei den diesjährigen World Cheese Awards gleich 32 Mal überzeugen, was sich in 1 x SuperGold, 2 x Gold, 16 x Silber und 13 x Bronze niederschlug. Das SuperGold holte sich Rupp für den „Alma Alpkäse alt“. Bei Gold schlugen die Dorfsennerei Schlins-Röns mit ihrem „Vorarlberger Bergkäse g.U. – 10 Monate“ sowie die Käse Rebellen mit dem „Gletscher Rebell“ zu. Insgesamt wurden bei den 31. World Cheese Awards über 3.500 Käsesorten aus mehr als 30 Ländern eingereicht und bewertet. 230 Experten aus 29 Staaten beurteilten alle Käse an einem einzigen Tag.

Auch bei der 14. Internationalen Käsiade in Hopfgarten sicherten sich Mitgliedsbetriebe der ARGE Heumilch etliche Medaillen und gewannen über 40 Mal Edelmetall. Der beste unter den mit Gold prämierten Käsen ist auch aus Heumilch und wurde mit dem „Peak of Quality“ ausgezeichnet. Darüber

freuen konnte sich die Alma Bergsennerei Hintereggen mit ihrem Senn Florian Lang und ihrem „Vorarlberger Bergkäse g.U. 6 Monate gereift“. Eine besondere Auszeichnung erhielt auch die Käserei Plangger mit dem „Plangger Bio Tiroler Bergkäse g.U. mind. 12 Monate gereift“: Dieser wurde mit dem Medienpreis prämiert, der von den an-

wesenden Fachjournalisten vergeben wird. Mehr als 120 Betriebe aus Österreich, der Schweiz, Deutschland, Italien, Norwegen, Spanien, Liechtenstein, Kroatien, Tschechien, der Slowakei und sogar Russland waren ins Rennen um die begehrten Medaillen gegangen. Insgesamt wurden über 450 Käseproben getestet.

Zwei Käsekaiser gingen Ende November an Mitgliedsbetriebe der ARGE Heumilch. Im Bild (v.l.): LR Christian Gantner, Christof Abbrederis von Rupp, Sepp Krönauer von den Käse Rebellen sowie LK-Präsident Josef Moosbrugger. ©AMA/Matthias Rhombert



Insgesamt räumten Mitgliedsbetriebe der ARGE Heumilch bei der 14. Internationalen Käsiade in Hopfgarten über 40 Mal Edelmetall ab. ©AMTirol

Das hohe Niveau der Käseherstellung untermauerten die Mitglieder der ARGE Heumilch auch im heimischen Käsekaiser-Wettbewerb: In der Kategorie „Bio-Käse“ wurde der „Bio Pfeffer Rebell“ von den Käse rebellanten als bes-

te heimische Käsesorte mit dem Käse-Kaiser ausgezeichnet. Und der „Rupp Vorarlberger Premium Bergkäse g.U. 10 Monate gereift“ wurde zum „beliebtesten österreichischen Käse in Deutschland“ erkoren.



Für den besten Käse der Käsiade 2018, den „Vorarlberger Bergkäse g.U. 6 Monate gereift“, wurde Senn Florian Lang von der Alma Bergsennerei Hintereggen mit dem „Peak of Quality“ ausgezeichnet. (v.l.): Ing. Josef Hechenberger, Präsident der Landwirtschaftskammer Tirol, Dr. Klaus Dillinger, Dienststellenleiter HBLFA Tirol – Forschung und Service, Florian Lang, Senner der Alma Bergsennerei Hintereggen, Josef Geisler, Landeshauptmann-Stellvertreter Tirol, Sebastian Wimmer, Präsident des Verbands der Molkerei- und Käseerfachleute.

Foto: ©AMTirol



Die Käserei Plangger wurde von den anwesenden Fachjournalisten für ihren „Plangger Bio Tiroler Bergkäse g.U. mind. 12 Monate gereift“ mit dem Medienpreis prämiert. Im Bild (v.l.): Josef Hechenberger, Reinhard Plangger von der Käserei Plangger in Niederndorf, Josef Geisler und Sebastian Wimmer.

Foto: ©AMTirol

**Ein „Käsespezialist“
muss ein
überdurchschnittlich
breites und internationales
Sortiment führen.**

**Wir aus Hannover bieten
Ihnen daher eine
entsprechende Auswahl an
Käse-Artikeln an.**

Unser Sortiment Stand 1/2019:

Land (sortiert nach dem Caseus Domus Katalog)	Käse auf Lager	Käse als Vorbesteller (zusätzlich)
USA	12	0
Spanien	93	27
Portugal	2	0
Zypern	3	1
Griechenland	19	4
Italien	242	108
Frankreich	442	497
Schweiz	171	86
Liechtenstein	5	1
Österreich	137	80
Belgien	32	6
Irland	4	5
Großbritannien	35	24
Niederlande	206	82
Deutschland	310	301
Norwegen	24	0
Dänemark	53	31
Schweden	3	2
Finnland	2	0
Bulgarien	2	0
Tschechien	1	1
Ungarn	3	1
Slowakei	1	1
Polen	2	1
Total	1804	1259

Ruwisch & Zuck
DIE KÄSESPEZIALISTEN

E-Mail: info@ruwischzuck.de
Internet: www.ruwischzuck.de

Mehr Spaß mit weniger Zucker!

Insbesondere seit Anfang des vergangenen Jahres versteht sich Alpro als einer der Vorreiter in Sachen Zuckerreduktion und baut die entsprechenden Angebote kontinuierlich aus.



>> Rund zwei Drittel der Konsumenten in Deutschland wollen ihren Zuckerkonsum reduzieren. Dieser Trend wird sich auch weiterhin fortsetzen. <<

Alexandra Stell

„Rund zwei Drittel der deutschen Konsumenten achten darauf, ihren Zuckerkonsum zu reduzieren“, so Alexandra Stell, Senior Customer Marketing Manager DACH bei Alpro. „Unsere Produkte enthalten geringere Mengen an Zucker als vergleichbare Produkte oder sind sogar gänzlich zuckerfrei.“

Neben der erfolgreichen Einführung der Alpro Soja-Joghurtalternativen mit mehr Frucht und ohne Zuckerzusatz in der ersten Jahreshälfte stellten die Düsseldorfer

im vergangenen Jahr in der zweiten Jahreshälfte auch einen völlig zuckerfreien Haferdrink vor.

„Ein voller Erfolg!“ unterstreicht Alexandra Stell. „Gerade der Haferdrink Ungesüßt ist ein gutes Beispiel für eine innovative Entwicklung und zusätzliche Absatzdynamik. Denn es ist gewährleistet, dass im Fertigungsprozess Kohlenhydrate – wie eigentlich üblich – nicht in Zucker umgewandelt werden. „Wir sind überzeugt, dass wir mit diesem Trendprodukt neue Käufer ansprechen.

Denn bereits vergangene Launches haben gezeigt: Bei Ergänzung des Sortiments um ungesüßte Varianten, sei es im pflanzlichen Drink als auch im Joghurtalternativen-Bereich, kam es zu keinerlei Substitutionseffekten, sondern der Gesamtabsatz konnte gesteigert werden.“

Gerade die positiven Entwicklungen zuckerreduzierter und zuckerfreier Produkte tragen auch maßgeblich zum 14-prozentigen Umsatzwachstum im letzten Jahr bei, heißt es bei Alpro. In 2018 habe man mehr als

520.000 neue Käufer gewonnen. Aus diesem Grund will man auch in 2019 das Engagement in diesem Bereich weiter intensivieren.

Bei den Soja-Joghurtalternativen mit mehr Frucht und ohne Zuckerzusatz soll die Einführung der Sorte Himbeere-Apfel im Februar folgen und für neue Impulse im Kühlregal sorgen.

Hier hat sich mittlerweile die Sorte Mango als die beliebteste Fruchtart der Alpro Soja-Joghurtalternativen etabliert.

Wenig später wird auch bei den pflanzlichen Drinks eine neue zuckerfreie Sorte lanciert. Eine ungesüßte Kokosnussvariante, die neben den bereits etablierten Kokosnussdrink gestellt wird. Die Verantwortlichen bei Alpro versprechen sich den gleichen Effekt wie bei vorherigen Einführungen von ungesüßten Varianten: Marktausweitung statt Substitution.

Unterstützt werden die Neueinführungen im Rahmen der Q1 360° Kampagne „Spar am Zucker, nicht am Spaß“. Neben breiter Unterstützung in TV, Digital und Print will Alpro auch die Cross-Selling-Erfolge, die von den UHT-Drinks auf die Soja-Joghurtalternativen im Kühlregal verwiesen, ausbauen. „Die Möglichkeiten der Frische-Aktivierung sind limitiert und der Erfolg des neuen Ansatzes gibt uns Recht“. Somit lag die Rücklaufquote für die Coupons bei über zehn Prozent.



Die Variante Mango hat sich bei den Soja-Joghurtalternativen von Alpro als die beliebteste Fruchtart etabliert.



„Kokosnuss ungesüßt“ wird in Kürze neben den etablierten Kokosnussdrink gestellt und soll für zusätzlichen Absatz sorgen.

ANZEIGE

S P E Z I A L

NEU &
AKTUELL

molkerei
industrie

Branchenübersicht
Milch 2018

ife INSTITUT FÜR
ERNÄHRUNGSWIRTSCHAFT

Branchenübersicht Milch 2018

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

Bestellen Sie bequem im Internet unter www.moproweb.de/mis2018 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



Ehrmann

Alpine Genussjoghurts

Die Molkerei Ehrmann führt mit Almighurt „Alpen Genuss“ vier fruchtige Joghurtspezialitäten aus verschiedenen Alpenregionen in einer neuen Sortierung ein. Einen österreichischen Alpengenuss bietet die raffiniert-fruchtige Sorte „Marille Vanille“ und mit „Himbeere Panna cotta“ gibt es eine typische italienische Alpenspezialität. Des Weiteren erhältlich sind die Geschmacksrichtungen Apfelstrudel und Brombeer Töpfl. Die UVP liegt bei 0,59 Euro pro 140-g-Becher.



Gläserne Molkerei

Zuwachs im Joghurt pur Bio-Sortiment

Ein neues Highlight für das Kühlregal kündigt die Gläserne Molkerei an, und zwar die Sorte Blaubeere im Sortiment Joghurt pur Bio. Diese nunmehr vierte Geschmacksrichtung in der Range überzeugt laut Hersteller mit nur drei Zutaten: Cremiger Joghurt aus Naturland-Milch trifft auf Bio-Früchte – ganz ohne sonstige Zusatzstoffe.



Molkerei Müller

Milchreis trifft Kuchengeschmack

Die Molkerei Müller bietet in ihrem Milchreissortiment zwei neue limitierte Sorten mit Kuchengeschmack an. Erhältlich sind die Varianten Milchreis Limited Edition Schokokuchen-Geschmack und Blaubeerkuchen-Geschmack. Diese beiden Sorten ersetzen die Varianten Typ Zimtstern und Typ Schoko & Spekulatius. Die unverbindliche Preisempfehlung liegt bei 0,69 Euro pro 200-g-Becher.



Privatmolkerei Bauer

Neue Akzente mit Mövenpick-Joghurts

Die Privatmolkerei Bauer setzt jetzt mit zwei neuen Geschmacksrichtungen im Feinjoghurt-Sortiment Mövenpick neue Akzente im Kühlregal. Dabei handelt es sich um die Sorten Brombeere-Vanille und Erdbeere-Holunderblüte, jeweils mit hohen Fruchtanteilen. Die beiden neuen Produkte werden im 150-g-Becher angeboten und kosten (UVP) ca. 0,79 Euro.



Ehrmann

Aufgeschlagene Kaffeedräume

Mit der Linie CoffeeDream präsentiert Ehrmann eine neue Produktlinie – locker aufgeschlagene Kaffeedesserts mit hochwertigem Arabica-Kaffee. Angeboten werden die vier Sorten unterlegt mit Haselnuss-, Schokolade-, Vanille- und Karamellcreme. „Ein traumhafter Genuss für alle, die Kaffee lieben.“ Die unverbindliche Preisempfehlung pro 115-g-Becher liegt bei 0,39 Euro.



Karwendel-Werke

„Griechische“ Exquisa-Creation des Jahres

Mit der aktuellen Exquisa Creation des Jahres à la Zaziki wollen die Karwendel-Werke griechisches Lebensgefühl in den Kühlschrank und auf den Tisch bringen, heißt es in Buchloe. Der besonders cremig gerührte Frischkäse enthält große, knackige Gurkenstückchen und ist mit ausgewählten Gewürzen geschmacklich abgerundet. Hergestellt ohne gentechnisch veränderte Zutaten. Die Exquisa „Creation des Jahres à la Zaziki“ wird im 175-g-Becher angeboten und kostet (UVP) 1,39 Euro.



Käserei Loose

Hausmacher im Miniformat

Die Käserei Loose erweitert ihre klassische Sauermilchkäse-Range Hausmacher mit einem Neuprodukt im Miniformat 115 g. Wie auch die etablierten Sorten mit und ohne Kümmel sowie Zwiebel haben die Hausmacher Minis einen hohen Eiweiß- und Calciumgehalt. Dank der wiederverschließbaren Verpackung bleiben die kleinen (sieben pro Packung) Taler lange frisch und können bequem portioniert werden. Die unverbindliche Preisempfehlung liegt bei 1,29 Euro. Mit diesem Angebot will die Käserei Loose insbesondere die Zielgruppe der Best Ager ansprechen.



Molkerei Weihenstephan

Rahmige Frühlingsjoghurts

Die Molkerei Weihenstephan bringt zwei neue, besonders cremige, Rahmjoghurt-Saisonsorten ins Kühlregal. Dabei handelt es sich um die Geschmacksrichtungen Himbeere-Passionsfrucht und Mango-Vanille, die ab diesem Monat erhältlich sind. Die Rahmjoghurt-Frühlingsorten werden in 150-g-Bechern bis Ende April angeboten. Die unverbindliche Preisempfehlung liegt bei 0,69 Euro.



Hilcona

To go- Sortiment für das Kühlregal

Mit seiner To-Go-Range bietet der liechtensteinische Hersteller Hilcona ein breites Sortiment aus Ready-to-eat-Snacking-Produkten und Ready-to-heat-Artikeln für das Kühlregal an. Die Produkte überzeugen als kleines Frühstück, als Snack für zwischendurch oder Hauptgericht fürs Büro – dank praktischer Becher-Verpackung und integriertem Göffel auch unterwegs.

Neben drei mediterranen Pasta-Salaten mit Toppings aus Tomaten, Mozzarellakugeln, Kalamata-Oliven oder Pinienkernen sowie drei asiatischen Salatkreationen mit farbigen, geschichteten Zutaten samt Topping aus Joghurt-Dip, mariniertem Hühnchen, Kernen oder Kurkuma-Blumenkohl bietet Hilcona in diesem Convenience-Sortiment auch Bircher- und Beeren-Muesli mit Haferflocken, Joghurt, Obst und Frucht- oder Beerestücken an.



DAS BESTE STÜCK VON AMSTERDAM

-  HERZHAFT, LEICHT SÜBLICH
-  REIFUNGSKRISTALLE
-  GUT SCHNEIDBAR



 WWW.OLDAMSTERDAM.DE

 OLDAMSTERDAMKAESE

 OLDAMSTERDAM_DE





Rewe to go

Winterliche Frühstücksmüslis

Passend zur kälteren Jahreszeit erweitert Rewe das Rewe to go-Frühstückssortiment um zwei winterliche Saisonsorten, das Frühstücksmüslis Heidelbeer-Holunder mit Mandel-Knuspermüslis und das Frühstücksmüslis Apfel-Mandarine mit Mandel-Knuspermüslis. Die Müslis werden in Bechern mit Stülpedeckel und integriertem Löffel angeboten und kosten (UVP) 1,99 Euro.



Bergmilch Südtirol

Leichter Südtiroler mit Rotschmierernote

Die Bergmilch Südtirol bringt den „Südtiroler leicht“ mit einer verbesserten Rezeptur und neuer Etikettausstattung auf den Markt. Das Aroma weist nun eine leichte Rotschmierernote auf. Trotz seines reduzierten Fettanteils (32 Prozent Fett i. Tr.) hat der Käse einen vollmundigen und leicht herzhaften Geschmack. Erhältlich ist er als ca. Neun-kg-Laib, ca. 4,5-kg-Halblaib und als ca. 2,3-kg-Viertellaib.



Schwarzwaldmilch

Laktosefreie Schokomilch

Die Schwarzwaldmilch bringt im Februar unter der Marke LAC eine laktosefreie Schokomilch (1,5 % Fett) im 0,5-L-Karton mit Schraubverschluss auf den Markt. Die gesamten Zutaten von der Milch bis zur Kakao-Zubereitung sind „ohne Gentechnik“ gemäß den Richtlinien des Verbands Lebensmittel ohne Gentechnik e.V. zertifiziert. Die unverbindliche Preisempfehlung liegt bei 0,99 Euro.



Fromi

Büffelmilchkäse aus Italien

Fromi startet mit zwei Neuheiten aus Büffelmilch in das Jahr 2019: Der Bufflonne d'Argental („Erleben Sie eine Kraftvolle Milde bei diesem neuen Must have“) von Argental hat eine quadratische Form, eine weiße Schimmelrinde und einen festen und cremigen Teig.

Dieser Käse wird in der Region Bergamo in Italien aus Büffelmilch per Hand hergestellt. Der Fettgehalt liegt bei mind. 64 Prozent i. Tr. Der Käse wiegt ca. 1,8 kg.

Den Bufflonne Bleue d'Argental, ein Edelpilzkäse – ebenfalls aus italienischer Büffelmilch – gibt es jetzt als Drei-kg-Halblaib anstatt bisher sechs kg. Während der Reifezeit von mindestens 45 Tagen bildet sich in der Rinde eine Riffelung mit natürlichem Schimmel. Der Teig ist zugleich fest und cremig. Die Besonderheit bei diesem Käse ist der leicht süßliche Geschmack. Sein Fettgehalt liegt bei mind. 55 Prozent i. Tr.



Privatmolkerei Bauer

Sahnige Neuhheiten

Die Privatmolkerei Bauer erweitert ihr Sahnejoghurt-Sortiment „Der Sahnige“ um vier weitere Sorten. Dabei handelt es sich um die Geschmacksrichtungen Stracciatella, Mascarpone Zitrone, Himbeere Typ Panna Cotta und Rhabarber Vanille. Die Sahnejoghurts werden in 150-g-Bechern angeboten und kosten (UVP) 0,39 Euro.



NÖM
Fettarme Protein-„Bomben“

Das österreichische Molkereiunternehmen NÖM präsentiert jetzt das neue nöm PRO-Sortiment. Der nöm PRO-Drink liefert 35 g Protein pro Flasche. Fettarm, low carb und ohne Zuckerzusatz in den Sorten Vanille, Schoko und Banane. Und die neue nöm PRO-Topfencreme bietet 20 g Protein pro Becher. Die fettarme Topfencreme ohne Zuckerzusatz wird in den Sorten Vanille und Mango angeboten.



Innocent
Neue Drinks aus „Hafer und Co.“

Smoothie-Hersteller Innocent hat neue Drinks „aus Hafer und Co.“ im Sortiment. In diese Drinks kommen laut Innocent nur wenige Zutaten: je nach Sorte Hafer, Haselnüsse & Reis oder Mandeln. Plus Quellwasser und etwas Meersalz. Fertig. Alles ohne zugesetzten Zucker oder andere Süßungsmittel und ohne Konservierungsstoffe. Die Produkte eignen sich zur Zubereitung von Müslis, zum Backen oder einfach zum Trinken.



Lactalis Nestlé Frischeprodukte
Knackige Süßigkeiten fürs Kühlregal

Lactalis Nestlé Frischeprodukte erweitert seine Linie Nestlé Gold um weitere Produkte. Das ist zum einen die Knackige Mousse in den Sorten Cappuccino und à la Praline, die im Viererpack (4 x 57 g) mit Kartonmanschette angeboten werden. Und zum anderen präsentiert LNFP den Artikel Knackiger Mousse-Riegel Milch-Schoko in der 4 x 30-g-Verpackung. Alle drei Produkte sind kühlbedürftig.



Edelweiß
Brunch mit Speck & Zwiebel

Edelweiß hat in der Brunch-Linie die Sorte Brunch mit Speck & Zwiebel aufgelegt. Der angenehme, leicht rauchige Geschmack nach Speck und die dezente Zwiebelnote harmonieren perfekt miteinander. Diese Sorte ist der ideale Aufstrich, der perfekte Belag für einen Flammkuchen und eignet sich wunderbar als Soße zu Pasta. Der Brotaufstrich wird aus Joghurt, Pflanzenfett und Pflanzenöl hergestellt und im 185-g-Becher angeboten.



XI. ZNU-Zukunftskonferenz

Zero emission, zero waste & Co.-

Nachhaltigkeitsstrategien bei

Handel und Herstellern

Wir laden Sie herzlich zur ZNU-Zukunftskonferenz am 2. & 3. April 2019 in die Factory am Görlitzer Park nach Berlin ein.

Erfahren Sie mehr unter:
www.uni-wh.de/zukunftskonferenz



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

Zentrumsleitung:
Dr. Axel Kölle und Dr. Christian Geßner

Ihre Ansprechpartnerin für die Konferenz:
Alicia Seifer
Tel.: +49 (0) 23 02/9 26-556,
E-Mail: znu@uni-wh.de, www.uni-wh.de/znu

Switzerland Cheese Marketing

„FEUERWERK“ AN DEN BEDIENUNGSTHEKEN

Zum Jahresbeginn starten die Käsesorten aus der Schweiz wieder ein Aktionsfeuerwerk an den Bedienungstheken. Den Auftakt macht der Tomme Vaudoise bis Ende Januar. Im Aktionszeitraum sind viele Tomme Vaudoise-Verpackungen mit einem Leporello versehen, das einen Treuepunkt enthält. Wer drei Treuepunkte sammelt und diese zusammen mit den Kassenbons bis spätestens 31. Januar 2019 per Post einsetzt, bekommt als Prämie ein Set aus vier Mini-Käsemessern.

Im Februar und März macht dann der Swizzrocker Lust auf eine Auszeit. Das dafür geschnürte Aktionspaket enthält ein Thekendisplay mit 60 Teilnahmekarten, die erstmals mit originellen Sprüchen zum Sammeln versehen sind. Über einen QR-Code gelangen die Konsumenten zur Gewinnaktion sowie zu einem neuen Swizzrocker-Rezeptfilm. Verlost werden drei Apple Watches Series 4 sowie 30 Mal ein kg Swizzrocker. Das Thekenpersonal kann außerdem elf ganze Laibe Swizzrocker à vier kg gewinnen. 18 Prepacking-Sticker runden das Werbemittelpaket ab.

Bis Ende Februar macht eine Thekenpromotion mit neuem Look und Gewinnaktion neugierig auf Le Gruyère AOP. Das Werbemittelpaket enthält ein Thekendisplay mit 50 Teilnahmekarten sowie 60 Prepacking-Etiketten. Konsumenten haben die Chance auf den Gewinn eines geländetauglichen Schweizer E-Bikes von Flyer, drei GoPro Hero7-Action-Cams sowie fünf Käsepakete mit je 250 g Le Gruyère AOP. Das Thekenpersonal kann zwei GoPro Hero7-Action-Cams gewinnen. Die Teilnahme ist für Konsumenten sowie Thekenpersonal auch online auf www.schweizerkaese.de möglich. Von Mitte Februar bis Ende April 2019 unterstützt auch die neue Printkampagne unter dem Motto „Glück kann so einfach sein“ den Abverkauf sowie die Markenbekanntheit des Le Gruyère AOP.

An der Käsetheke und in der Cabriotruhe schließlich sorgen anlässlich des Valentinstages frisch gedrehte Tête de Moine-Rosetten in Frischeschälchen für einen hochwertigen Auftritt. In der limitierten Aktion wird der kleine Schweizer Käse bis Anfang Februar als Geschenk präsentiert. Die Käsetheken erhalten im Aktionszeitraum bei der Bestellung von Gratis-Frischeschälchen zusätzlich kostenlos 60 Herz-Etiketten mit der Aufschrift „Für dich: Frisch gedrehte Rosetten!“ dazu.

Schon zum Jahresanfang gibt die SCM an den Bedienungstheken richtig Gas für Käse aus der Schweiz.



ANZEIGE



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

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.

IRI Information Resources GmbH
Gladbecker Straße 1
40472 Düsseldorf
www.IRIworldwide.com

Savencia Fromage & Dairy

Hörspiele downloaden mit der Tollen Rolle

Savencia Fromage & Dairy Deutschland führt unter www.ich-liebe-kaese.de noch bis zum 15. März ein Gewinnspiel für die Milkana Tolle Rolle durch. Teilnahmeberechtigt ist jede natürliche Person im Alter von mindestens 18 Jahren, die ihren dauerhaften Wohnsitz in Deutschland hat. Die Mechanik: Pro nachweislich gekaufter Packung Milkana Tolle Rolle darf sich der Teilnehmer je ein Hörspiel downloaden (maximal fünf Downloads pro Tag und Teilnahme). Voraussetzung dafür ist das Hochladen eines Fotos des entsprechenden Kassenbons.

Außerdem nimmt man automatisch an der täglichen Verlosung von jeweils zehn Playmobil-Sets teil. Pro Tag und E-Mail-Adresse wird nur eine Chance auf den Zusatzgewinn vergeben. Alle Details zu der Aktion findet man unter www.milkana.de/gewinnspiele/playmobil/.



Die Milkana Tolle Rolle steht im Fokus eines aktuellen Gewinnspiels, bei dem sich die Teilnehmer Hörspiele herunterladen und an der Verlosung von Playmobil-Sets teilnehmen können.

Cono Kaasmakers

Einkaufsbeutel für Beemsterkäufer

Cono Kaasmakers führt zum Jahresanfang eine Zugabe-Aktion an den Käse-Bedienungstheken durch. Dabei erhalten Käufer der Marke Beemster blaue Einkaufsbeutel, die zusammengerollt in jede Handtasche passen. Passend zur Tierwohl- und Weidegang-Philosophie der Käserei prangt auf dem Beutel eine stilisierte Weidelandschaft des Beemster-Polderlands mit glücklichen Beemster-Kühen. Thekenaufsteller in Ellipsenform machen auf die Aktion aufmerksam. Auf Wunsch sind auch größere, dekorative Aktionsaufbauten möglich.



Während der Beemster-Promotion erhalten Käufer der Marke an den Bedienungstheken praktische Einkaufsbeutel gratis dazu.

Auch in diesem Jahr animiert das Importhaus **Wolfram Berge** wieder die Käsetheken-Verantwortlichen dazu, Verkostungen seiner Fruchtsenfsoußen am POS durchzuführen.



Wolfram Berge

Zugabe-Aktion für Bedienungstheken

Das Importhaus Wolfram Berge hat eine Zweitaufgabe der Ende des letzten Jahres durchgeführten Zugabe-Aktion gestartet. Die Mechanik: Das Unternehmen schenkt Käsebedienungstheken je ein 1.000-g-Glas der original Tessiner Fruchtsenfsauce Grüne Feige. Mit dieser Gratiszugabe können Thekenfachkräfte 1.000 Käsewürfel verfeinern und zum Verkosten anbieten. Ein neuer ellipsenförmiger Thekenaufsteller, der auch einzeln ohne Display erhältlich ist, ergänzt die Präsentation an der Theke und soll für Aufmerksamkeit bei den Kunden sorgen.

Voraussetzung für die Teilnahme an der Aktion ist die Bestellung des Zweitplatzierungsdisplays mit zwei neuen Befüllungen, bestehend aus 120 Probiergläsern à 60 Millilitern mit den Sorten Grüne Feige, Rote Feige, Aprikose, Birne und der Neuheit Amarena-Kirsche oder alternativ befüllt mit 80 Gläsern à 200 ml des Klassikers Grüne Feige.

Als weiteren „Leckerbissen“ bietet das Importhaus teilnehmenden Käsetheken bei der Bestellung von zwei Displays einen Verkostungstag an, an dem Mitarbeiterinnen des Delikatessenspezialisten Kunden von der Käse-Senfsaucen-Kombination begeistern. Interessierte Bedienungsteams können für die Umsetzung der Aktion ihren Wolfram-Berge-Außendienstmitarbeiter sowie Wolfgang Arens, Vertriebs-/Marketingleiter (E-Mail: w.aren@delikatessen-berge.de) ansprechen.



Großzügig, einladend, hochwertig und abwechslungsreich. Die Käse-Bedienungsabteilung der zweiten Markthalle von Real in Braunschweig hat durchaus Vorbildcharakter.

Molkereiprodukte setzen Akzente

Knapp zwei Jahre, nachdem Real seine erste Markthalle in Krefeld eröffnet hatte, wurde das Konzept, mit dem auf der Großfläche Warenwelten inszeniert werden, kürzlich auch in Braunschweig realisiert.

Das an diesem Standort das Erfolgsmodell Markthalle fortgesetzt wird, ist kein Zufall. Der Markt in Braunschweig war schon vor dem Umbau überdurchschnittlich profitabel und verfügte beispielsweise über die in der Real-Welt erfolgreichste Fischtheke Deutschlands. Die firmeneigene Immobilie mit rund 9.700 qm Verkaufsfläche wurde von Januar bis Oktober 2018 komplett entkernt und umgebaut.

Im Eingangsbereich befindet sich die für die meisten Märkte obligatorische Obst- und Gemüseabteilung, deren flache Auslagen das Markthallen-Ambiente unterstreichen. Hier wird – wie im gesamten Foodbereich – Er-

zeugnissen von regionalen Anbietern viel Platz eingeräumt. Das Herzstück der Markthalle sind jedoch die Gastronomie-Insel sowie die umliegenden Frischetheken. Rund um die Gastro-Insel, die mehr als 100 Gästen Platz bietet, sind die insgesamt rund 40 Meter langen Bedienungstheken angesiedelt, die von 7 Uhr bis 21 Uhr besetzt sind.

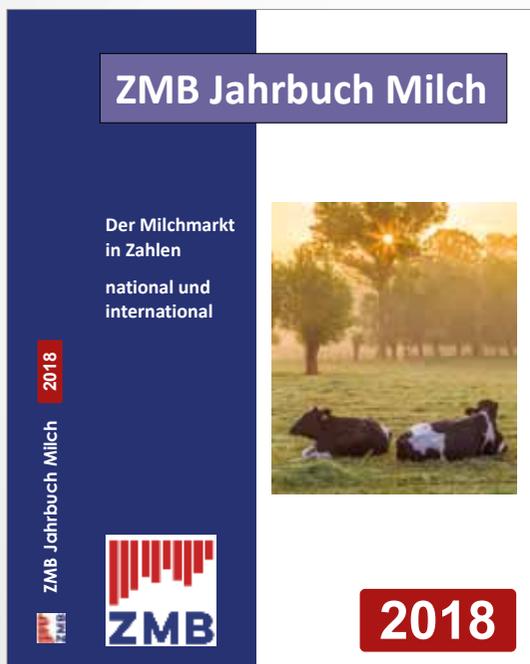
Auf Käseliebhaber wartet dort ein hochwertiges und abwechslungsreiches Sortiment aus verschiedenen Nationen. Das Angebot reicht vom amerikanischen Bellavitano Raspberry über den italienischen Castelmagno, den irischen Cahill's Porter Cheddar, den Schweizer Jersey Blue und den französischen

Peyrigoux bis hin zum österreichischen Bio-Chili-Rebell und deutschem Feigenkäse. Der rückwärtige Bereich besteht aus einem gläsernen Kühlhaus, in dem für die Kunden gut sichtbar weitere Molkereiprodukte lagern, und einem einsehbaren Arbeitsbereich, der für Transparenz sorgt.

Angesichts der großen Resonanz in Krefeld, wo bereits im ersten Jahr ein deutliches Umsatzplus von rund 30 Prozent verzeichnet wurde, will Real weitere Standorte mit Markthallen-Elementen folgen lassen. Im Gespräch ist zunächst Bielefeld sowie in Abstufungen auch Aschaffenburg, Balingen und der Raum Berlin.

NEU
AKTUELLE ZAHLEN!

DATEN UND FAKTEN ZUM WELTMILCHMARKT



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 ölexportierenden 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 2017 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 Internetunter moproweb.de/zmb2019 oder mit Hilfe des QR-Codes.



Ja, ich möchte Exemplar(e) „ZMB-Jahrbuch Milch 2018“ 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-Straße 28, 40724 Hilden
Telefax: +49 (0) 2103 204-204
fachbuch@blmedien.de

Käse-Training im Turbomodus

Die österreichische AMA erweitert ihr Käseschulungsangebot. Workshops in den Märkten mit kleinen Teilnehmergruppen vermitteln rasch Fachwissen über Käse aus Österreich.



Mit dem Genussworkshop bietet die Agrarmarkt Austria Marketing (AMA) dem Handel ein neues Schulungsmodul an, um Fachkräfte mit dem Käsesortiment aus Österreich vertraut zu machen. Dazu vier Fragen an Schulungsleiterin Monika Magiera.

MILCH-MARKETING: WELCHE INHALTE HAT DER NEUE WORKSHOP?

Monika Magiera: Wir sprechen hier von einem genussvollen Lernen. Dabei servieren wir den Mitarbeitern des Marktes ein dreigängiges Menü mit Käse aus Österreich. Dieses besteht aus einer Vorspeise – Tomaten-Orangensuppe mit Bergkäse g. U., einer Käseprobe mit fünf Käsesorten aus Ziegen-, Schafs- und Heumilch, mit besonderen Naturrinden und Geschmacksrichtungen. Darauf folgt als Hauptgang ein Raclette mit verschiedenen Käsesorten z. B. von der Privatkäserei Rupp und deren Marke Alma, von Schäringer, Tirol Milch, den Käsebellern und von der Vorarlbergmilch. Weiter geht es mit einer zweiten Käseprobe mit vier Käsesorten aus Bio-Milch. Den Abschluss bildet natürlich das Dessert, eine süße Käserolle, gefüllt mit Frischkäse.

WAS IST DAS BESONDERE AN DEM NEUEN FORMAT?

Das Besondere ist der zeitliche Rahmen von zwei Stunden. Dabei wird Wissen über Käse als Grundlage für ein erfolgreiches Verkaufs-

gespräch an der Theke vermittelt. Die vielen praktischen Tipps aus der Küche können dann an die Kunden weitergereicht werden. Dies unterstreicht zusätzlich das Know-how der Fachkräfte. Die Mitarbeiter erhalten zudem in relativ kurzer Zeit einen guten Überblick über das Sortiment Käse aus Österreich.

WO FINDEN DIE WORKSHOPS STATT?

Die Workshops finden direkt in den Märkten statt. Es entfallen also lange Anfahrtswege oder Übernachtungen der Teilnehmer. Wir sehen das als besonderen Vorteil, weil auf diese Weise auch Teilzeitkräfte und die Azubis am Workshop teilnehmen können und so nicht nur die Erstkräfte geschult werden. Hinzu kommt, dass es überschaubare Gruppengrößen sind, so dass wir auf Fragen sehr ausführlich eingehen können. Außerdem bringen wir das komplette Equipment mit, so dass der Markt und das Thekenteam keinen zusätzlichen Aufwand haben.

AN WEN KÖNNEN SICH INTERESSIERTE MÄRKTE WENDEN?

Unser Genussworkshop wird wie die Kundenevents von der Agrarmarkt Austria Marketing in Wien koordiniert. Interessierte Märkte können sich dafür direkt an unsere Leiterin des Exportmarketings, Margret Zeiler (E-Mail: Margret.Zeiler@ama.gv.at), wenden. ■

UNTERWEGS

Wels

Sparsamer Umgang mit Ressourcen und eine effiziente Produktionsweise sind nur zwei der Themen, die bei der österreichischen Berglandmilch schon seit Jahren im Vordergrund stehen. Dafür wurde dem Unternehmen jetzt bereits zum 5. Mal die Urkunde „Auszeichnung für Engagement im Klimaschutz“ durch die Bundesministerin für Tourismus und Nachhaltigkeit, Elisabeth Köstinger, verliehen.

Generaldirektor DI Josef Braunhofer freut sich über die Anerkennung und verweist auch auf den druckfrischen Nachhaltigkeitsbericht der Berglandmilch: „In diesem Bericht erzählen wir detailliert von den vielfältigen Projekten, die wir im Bereich Nachhaltigkeit vorantreiben. Dazu gehören unter anderem die Recyclingfähigkeit von Verpackungsmaterialien, Optimierungen im Wasserverbrauch, effiziente Logistik vom Bauern bis ins Regal und vieles mehr.“



Ing. Wolfgang Dessel (l.) und Herbert Altendorfer von der Berglandmilch nehmen die Urkunde für „Engagement im Klimaschutz“ von Bundesministerin Elisabeth Köstinger entgegen. Foto: BMNT/Paul Gruber



Zur Preisübergabe stellten sich dem Fotografen v. l.: Bezirksmanager Michael Drzisga, Thekentrainerin Fatima Azrioual, Marktmanager Andreas Weitzel, Gewinnerin Betty Sahin, Käsefachverkäuferin Sabine Trettkowski und Westland-Manager Claus Christmann.

Bochum

Über einen Einkaufsgutschein in Höhe von 250 Euro durfte sich Betty Sahin freuen. Empfangen hatte sie den Preis im gerade neu eröffneten „Rewe ihr Kaufpark“ in Bochum. Den Wettbewerb hatte der niederländische Käseanbieter Westland ausgeschrieben.

Kulmbach

Zum bereits sechsten Mal hatte die Genussakademie Bayern ihre Käsesommeliers zur gemeinsamen Weiterbildung, dem „Update“, in ihre Räumlichkeiten in Kulmbach eingeladen. Zwei Tage lang wurden die insgesamt 41 Teilnehmer über neue Trends und Entwicklungen in der Käsewelt informiert. Der Schwerpunkt lag dieses Mal auf den Themen „Foodpairing“ und „Käse in den sozialen Medien“. Die Teilnehmer lernten dabei, sich an Neues zu wagen und so spannende Geschmackswelten zu schaffen. Im Social Media-Seminar wurde den Sommeliers nahegebracht, wie Käse bildlich in den sozialen Netzwerken dargestellt werden kann.



UNTERWEGS



„Käseprofessor“ Harald Weidacher (links) und Michael Stadler freuten sich über die erfolgreiche Veranstaltung.



Bei der abendlichen Gala wurden rund 130 Ehrengäste mit einem Viergänge-Menü und passender Weinbegleitung verwöhnt.

St. Johann/Tirol

Die Tourismusschulen Am Wilden Kaiser waren der Austragungsort für das hochkarätig besetzte Bundesfinale der diplomierten Käsekenner. Organisiert wird dieser Wettbewerb von Harald Weidacher, dem „Käseprofessor“ der Schule. Zum Finale traten 24 Bundesschulen aus ganz Österreich mit je zwei Schülern in Begleitung ihrer Ausbilder an. Besonders groß war die Freude der Gastgeberschule darüber, in diesem Jahr selbst zu den Gewinnern zu zählen, und zwar mit Johanna Hölzl und Sarah Knabl aus der 3. Klasse. Bei der abendlichen Gala mit 130 Ehrengästen, darunter zahlreiche Prominente aus Politik, Bildungsministerium, Wirtschaft und Presse, punktete das Praxisteam der Tourismusschulen Am Wilden Kaiser mit einem erlesenen Viergänge-Menü und passender Weinbegleitung.



Auszeichner und Ausgezeichnete (v. l.): Gerhard Orth und Christina Nußbaumer (Ministerium) und Anita Aufschnaiter, Sarah Knabl (Goldmedaille), Michael Stadler (Ausbilder), Johanna Hölzl (Goldmedaille), FV Marianne Unterrainer, Dr. Peter Hamedinger (AMA)



Der Produzent des Siegerkäses, Jørn Hafslund, freut sich über die Auszeichnung mit „Super Gold“ für seinen Fanaost-Gouda.

Bergen/Norwegen

Mit dem World Cheese Award hat die Guild of Fine Food bereits zum 31. Mal den weltweit größten Käsewettbewerb ausgerichtet. Austragungsort war in diesem Jahr das norwegische Bergen. Dort bewertete eine 235-köpfige Fachjury 3.472 Käse aus 41 Ländern hinsichtlich Farbe, Textur, Konsistenz und vor allem natürlich hinsichtlich ihres Geschmacks. Neben den üblichen Gold-, Silber- und Bronzemedailles für verschiedene Länder und Kategorien werden bei den World Cheese Awards die Top 16 aller eingereichten Käse mit der Auszeichnung „Super Gold“ prämiert. Mit 71 von maximal 80 zu erreichenden Punkten hat bei der diesjährigen Verleihung Fanaost, ein alter, handwerklich hergestellter Gouda der kleinen norwegischen Molkerei Ostegården, die Gesamtwertung gewonnen und darf sich über den Titel „World Champion Cheese 2018“ freuen.

UNTERWEGS



Hannover

Mit einer großen Portion Stolz haben Ende des letzten Jahres 30 Teilnehmer zwei Kurse zum European Cheese Expert erfolgreich abgeschlossen. Zum Teil mit herausragenden Ergebnissen wurden die Kursteilnehmer im European Cheese Center (ECC) des Käsespezialisten Ruwisch & Zuck zwei Wochen in Themen wie Mikrobiologie und Milchtiere, Käsetechnologie, traditionelle Käse Europas aus kleinen Hofkäsereien und Sensorik sowie Käse in der Ernährung, Weinschulung und Verkaufstraining fortgebildet.



TV-Koch Roland Trettl (Mitte) stellte mit den Verantwortlichen der Südtiroler Konsortien die Spezialitäten seiner Heimat vor.

München

Noch im letzten Jahr gab es im Rahmen der Kampagne „Europa, wo Qualität zu Hause ist“ ein Kick-off-Event in München. Auf der Veranstaltung wurde über die mit den EU-Siegeln „geschützte geografische Angabe“ (g.g.A.) und „geschützte Ursprungsbezeichnung“ (g.U.) verbundenen Qualitätsversprechen informiert. Produkte wie der Stifiser g.U., der traditionell in Südtirol hergestellt wird, Südtiroler DOC-Wein, Südtiroler Apfel g.g.A. und Südtiroler Speck g.g.A. standen bei dem von TV-Koch Roland Trettl moderierten Event im Fokus. An verschiedenen Koch- und Verkostungsstationen überzeugten sich die Teilnehmer von der Qualität der dargebotenen Lebensmittel. Vertreter der vier Konsortien erläuterten dabei die Besonderheiten der Erzeugnisse und standen für Fragen rund um die kontrollierten Herkunftsbezeichnungen zur Verfügung.

VORSCHAU

Die Milch-Marketing-Leserwahl zu den Produkten des Jahres 2018/2019 kann beginnen. Die Möglichkeit, an dieser Wahl teilzunehmen, besteht noch bis zum 31. Januar (Einsendeschluss).



Im Anschluss daran werden die Gewinner in jeder Kategorie umgehend über ihr Abschneiden informiert. Die Gewinnerprodukte werden dann in der März-Ausgabe noch einmal prominent vorgestellt.

Wenn Sie in diesem redaktionellen Umfeld eine Anzeige schalten möchten, wenden Sie sich bitte an mich. Ich stelle Ihnen gerne ein individuelles Angebot.

und wünsche Ihnen einen guten Start in das Jahr 2019.

Mit freundlichen Grüßen
Burkhard Endemann

FIRMEN UND MARKEN IN DIESER AUSGABE

UNTERNEHMEN

Agrarmarkt Austria Marketing ...26/42
Aldi 9
Alma Bergsennerei Hintereggen 30
Alpro 32
ARGE Heumilch 30
Bauer 34/36
Berglandmilch 43
Bergmilch Südtirol 36
Cono Kaasmakers 39
Demeter Milchbauern 6
Dorfsennerei Schlins-Röns 30
Edeka Rhein Ruhr 6
Edelweiß 37
Ehrmann 34
Ennstal Milch 28
Epta 8
European Cheese Center 45
Föderation der schweizerischen Nahrungsmittelindustrien 14
Fromi 36
Genussakademie Bayern 43
Gläserne Molkerei 34
Guild of Fine Food 44
Heiderbeck 7/8
Hilcona 35
Hochland 7/9
Importhaus Wolfram Berge 39
Innocent 37
Kärntnermilch 28
Karwendel-Werke 34
Käserei Loose 35

Käserei Plangger 30
Lactalis Nestlé Frischeprodukte 37
Molkerei Müller 34
Molkerei Weihestephan 35
Nielsen 7
NÖM 37
Real 40
Rewe ihr Kaufpark Bochum 43
Rewe 36
Rupp 28/30
SalzburgMilch 28
Savencia Fromage & Dairy 39
Schwarzwaldmilch 36
Skänemejerier 9
Sulzberger Käseebellen 28
Switzerland Cheese Marketing 38
Tirol Milch 28
Tourismusschulen Am Wilden Kaiser ... 44
Vorarlberg Milch 28
Westland 43
World Cheese Award 44
YouGov 7

MARKEN

Allerum 9
Alma Alpkäse alt 30
Almighurt 34
Alpzirler 28
Beemster 39

Brunch 37
Bufflone d'Argental 36
Coffee Dream 34
Costan/Bonnet Névé 8
Der Sahnige 36
Drautaler 28
Exquisa 34
Gletscher Rebell 30
Hausmacher 35
Höhletrio 28
Joghurt pur 34
LAC 36
Ländle Klostertaler 28
Ländle Weinkäse 28
Le Gruyère AOP 38
Milkana 39
Möltaler Almkäse Selektion 28
Mövenpick 34
Nestlé Gold 37
NÖM Pro 37
Patros 7
Pfeffer Rebell 28
Plangger Bio Tiroler Bergkäse 30
Rewe to go 36
Schärdinger Österkron 28
Südtiroler 36
Swizzrocker 38
Tête de Moine 38
Tomme Vaudoise 38
Velvet/Shape 8
Vorarlberger Bergkäse 30
Vorarlberger Premium Bergkäse 28

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.: 026 33/45 40-0, Fax: 026 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)

Anzeigenkoordination: Stefan Seul (-17)

Abonnementbetreuung 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 60-371, E-Mail: p.dornacher@blmedien.de

Die Fachzeitschrift **Milch-Marketing** erscheint jeweils zu Beginn des Monats. Jahresbezugspreis: Inland 69,00 € brutto, Ausland 89,00 € brutto, Einzelpreis 6,00 € brutto

Bankverbindung: Commerzbank AG, Hilden

IBAN DE58 3004 0000 0652 2007 00, BIC.: COBADEFFXXX
Gläubiger-ID: DE 13ZZZ00000326043

Erfüllungsort und Gerichtsstand: Bad Breisig

Titelfoto: Dr. Oetker

Beilagen: dfv Conference Group/Molkereikongress, Stimmzettel „Produkt des Jahres“

Druck: Radinprint, Gospodarska 9,

10431 Sv. Nedelja, Kroatien
Gedruckt auf chlorfreiem Papier.

Für unaufgefordert eingesandte Manuskripte übernimmt der Verlag keine Gewähr. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht immer die Meinung der Redaktion wieder. Nachdruck, Übersetzung und sonstige Verbreitung veröffentlichter Beiträge in Papierform oder Digital dürfen, auch auszugsweise, nur mit vorheriger Genehmigung des Verlages erfolgen. Im Falle von Herstellungs- und Vertriebsstörungen durch höhere Gewalt besteht kein Ersatzanspruch. Für den Inhalt der Werbeanzeigen ist das jeweilige Unternehmen verantwortlich.

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 Informationsgesellschaft 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

HAMBURGER KÄSELAGER

HKL Hamburger Käselager GmbH

Brandshofer Deich 68
20539 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 Downloaden 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 Supermarktkasse?
Sitzen im Einkaufswagen? Tagen in der
Dosenküche? Schlafen im exklusiven
Themen-Zimmer?

Genau das ist bei uns möglich – in
Europas erstem Supermarkt-Themen-
hotel, 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

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



**Sie wollen
auch in der
Kontaktbörse
stehen?**

Informationen unter:
lg@blmedien.de oder
Tel.: 0 26 33/45 40-12,
Stichwort „Kontaktbörse“

mopro
job.de



Stellenangebote und
Stellengesuche



Starke Unterstützung

TV, Digital, POS, Sampling & Verkostungen

**SPAR AM ZUCKER,
NICHT AM SPASS!**

PFLANZENKRAFT, DIE WERTE SCHAFFT.

ALPRO.COM