

KÄSE- THEKE

Nr. 6 | 2024
www.kaeseweb.de



EINZIGARTIGES WEICHKÄSESORTIMENT

Ein Muss in Ihrer Käsetheke !



NEU!

Jetzt auch
mit Pfeffer



dAffinois.de



FROMI

KLASSENTREFFEN DER KÄSESOMMELIERS 2025

Dein persönliches Anmeldeformular mit allen Infos hält Stephanie Kusber gerne bereit (E-Mail: sk@blmedien.de/Tel. 02633/4540-13).

Klassen Retten

**14. BIS 15.
JUNI 2025**

im H4-Hotel Hannover Messe,
Würzburger Straße 21, 30880 Hannover-Laatzen

Bilder: colourbox.de

Eine Veranstaltung der Fachzeitschrift KÄSE-THEKE
in Zusammenarbeit mit dem European Cheese Center (ECC)

**KÄSE-
THEKE**



Vorwort

Aktionen überzeugen

Es sind gerade einmal wenige Wochen her, dass die besten Käsetheken den Kreativ Award im Rahmen der feierlichen Gala im Food-Hotel Neuwied gewonnen haben. Sieben Teams haben die begehrten Trophäen erhalten – deutlich mehr hätten ihn ebenso verdient. Alle, die in diesem Jahr eine Bewerbung eingereicht haben, haben eindrucksvoll unter Beweis gestellt, dass Aktionen nach wie vor das erfolgreichste Mittel sind, den Kunden von der Bedienungstheke zu begeistern, und dass dieser Verkaufskanal weiterhin wichtig für einen Vollsortimenter ist. Allen, die ein Thekensterben voraussagen oder sich mit Initiativen zum Retter der Theke erklären möchten, sei gesagt: Die Theke lebt!

Fachkräftemangel hin oder her sowie der Trend, dass der Kunde gerne am SB-Regal einkauft, sind unbestritten. Aber wer hochwertige Produkte sucht und dazu eine Beratung zu Herkunft und Verwendung braucht, wird nur an der Bedienungstheke fündig. Der Kreativ Award zeigt jedoch auch, dass wir nicht auf den vorbeischauenden König Kunden warten dürfen. Diese Zeiten sind vorbei. Er will begeistert und angelockt werden. Dann ist er auch bereit, einen ordentlichen Bon zu generieren, der jegliche Diskussionen um die kostenintensive Theke im Keim erstickt.

Nun werden wieder Stimmen laut, die sagen „da haben wir keine Zeit für“. Doch, die Zeit ist da, beziehungsweise muss da sein. Wer täglich so viel Zeit in die Herstellung von Frischkäsezubereitungen und andere Eigenkreationen investiert – die sicherlich auch den Kunden anziehen – kann auch zwischendurch etwas Zeit in die Kundenansprache investieren. Denn die Bedienungstheke ist die Bühne der Fachkraft. Hier ist sie Beraterin, Entertainerin und Regisseurin. Und der Kunde wird den Auftritt mit Begeisterung und Umsatz honorieren.

THORSTEN WITTERIEDE

Chefredakteur **KÄSE-THEKE**
tw@blmedien.de



ANZEIGE

ADEL ZUM ANBEISSEN

ROYAAL

BY BEEMSTER

Royaal trifft Macadamia -
die Königin unter
den Nüssen.



Aktion KW 45 - 52
GRATIS Macadamia Nüsse
mit Honig veredelt.



DER KÖNIGLICHE KÄSE VON BEEMSTER

Premiumkäse aus Noord-Holland
Edel & aromatisch im Geschmack
Nur an der Käsetheke erhältlich
Eine köstliche Spezialität -
ein königlicher Genusskäse

BEEMSTER
PREMIUM BEEMSTER KAAS



INHALT

★ Fachthema

- Einkaufserlebnis für die Festtage 6
- Es entscheidet der Geschmack 14

★ Auf Käsereise

- Neue Amerikaner für die Theke 20
- Naturgereifte Käse aus Kärnten 22

★ Aktionen

- Beemster-Nuss-Aktion an der Bedienungstheke..... 24
- Söbbeke spendet an afrikanische Schule 24
- Online-Workshop für Emmi-Käse 24
- Bergader wird Business-Partner der Red Bulls 25
- Kofferset mit Appenzeller gewinnen 25
- Royalser Glanz für die Festtagszeit 26
- Fromi hat Käse mit Auszeichnung 28
- Neues Rezeptheft der Arge Heumilch..... 28
- Vacherin Mont-d'Or wirbt mit Sonnenbrille..... 28
- Münchener Käsemaus bietet Emmentaler zur Wiesn..... 28
- Thekenpromotion für Schweizer Käse 29
- Geld-zurück-Wochen bei Salzburgmilch..... 29
- Westland bietet Inspiration für die Bedienungstheken 29
- Der scharfe Maxx ist ein Muss für die Theke 30
- Landana-Spezialitäten für die Weihnachtszeit..... 32

★ Neuheiten

- Rebellischer Herbstkäse 34
- Ein Rebell für den Raclette-Abend..... 34
- Zwei Abtei-Käse aus Belgien 34
- Gereifter Ziegenkäse aus den Niederlanden..... 34
- Zwei Italiener für das Argental-Sortiment..... 34
- Feiner Weichkäse aus dem Burgund 35
- Blauschimmelkäse mit Pesto-Aromen 35
- Das Gorgonzola-Tiramisu 35
- Gelebte Tradition aus dem Chiemgau 36
- Storm's Irrtum aus Nordfriesland 36
- Würzig-gereifter Däne 36
- Neuer Cheddar-Mix im HKL-Sortiment 36
- Französisches Fondue in der Holzschachtel..... 37
- Rohmilchkäse im Ziegelformat 37
- Bäuerlicher Schnittkäse aus dem Baskenland 37
- Der rote Knopf von Moser..... 37
- Ein Mammut Käse für Theke und Prepacking 38
- Spanische Schafskäse mit feinen Zutaten..... 38
- Zwei traditionelle Italiener als Halblaibe 38
- Halbfester Schnittkäse mit feinwürziger Note 38
- Bauernhofkäse aus Südholland 38



Foto: AdobeStock.com/dolphyn_tv



Unsere Spezialitäten



Im Food-Hotel Neuwied wurden wieder die besten Käsetheken Deutschlands mit dem begehrten Kreativ Award ausgezeichnet.

ab Seite 46

★ Im Gespräch

Mit Frédéric Nalis über die Säulen des Erfolgs 42

★ Zusatzverkauf

Wolfram Berges Festtagstipp 44
Dips im Handumdrehen 45
Die große Geschmacksbühne 45
Pesto für die Pasta 45
Knackige Cracker von Viani 45

★ Kreativ Award

Applaus für die besten Thekenteams 2024 46
Neues Jahr, neue Aktionen 55

★ Messen

Käse-Vielfalt in Ulm 56
Hanseatisches Käse-Festival 58

★ Rubriken

Vorwort 3
Meldungen 16, 17, 18, 19
Weihnachtsgewinnspiel 39
Unterwegs 60
Bio 61
Vorschau/Impressum 62

ANZEIGE



KÄSE AUS SÜDTIROL

Erhältlich bei unseren Vertriebspartnern

EINKAUFSERLEBNIS FÜR DIE FESTTAGE



Foto: AdobeStock.com/Johannes/KI Generiert

Weihnachten und Silvester gehören zu den umsatzstärksten Zeiten im Käseverkauf. Damit die Theke zu den Festtagen zu einem Einkaufserlebnis für die Kunden wird, stehen hochwertige und ausgefallene Sorten im Mittelpunkt.

Zum Ende des Jahres werden Spezialitäten und besondere Käsesorten in den Mittelpunkt gerückt. Affinierte Produkte, die mit Wein, Likör, Trester oder Trüffeln verfeinert wurden, haben jetzt Hochsaison. Auch Käse, die wie Comté AOP, Parmigiano Reggiano DOP, Sbrinz AOP oder Le Gruyère AOP lange reifen müssen, sind gefragt. Rohmilchkäse, wie Brie de Meaux AOP und Camembert de Normandie AOP stehen ebenso auf der Einkaufsliste wie die Blauschimmelkäse Roquefort AOP, Gorgonzola DOP und Cabrales DOP. Büffel-, Schafs- und Ziegenkäse versprühen einen Hauch von Exklusivität und verwandeln jedes Arrangement in eine Festtagsplatte.

Zu Weihnachten sind die Kunden auch dankbar für Geschenkideen. Ein Stück Hartkäse mit einer hübschen Reibe oder einer Flasche Wein beleben das Sortiment und den Umsatz. Hochwertige Käsehobel mit Holzgriff und einem Stück Hartkäse verpackt sind auf der Theke oder in der Prepacking-Theke gut präsentiert. Schmackhafte Käsekräcker und würzige Senfsaucen in Kombination mit Käse sind nicht nur bei Kennern beliebt. Inspirationen finden Sie in dieser **KÄSE-THEKE** unter der Rubrik Zusatzver-

kauf. Darüber hinaus sind fertig arrangierte und verpackte Käseplatten mit drei bis sechs Sorten ein Blickfang in jeder Theke.

Manja Eick, Erstverkäuferin Hit Münster, verwandelt den rückwertigen Käseschrank im Thekenbereich während der Weihnachtszeit in einen Adventskalender. Bunt geschmückt und mit einer künstlichen Tannengirlande umrandet, hängen 24 kleine Zipfelmützen an dem Schrank und warten darauf von Kindern, die mit den Eltern zum Einkauf an die Theke kommen, oder von den Kolleginnen geöffnet zu werden.

Neben den ausgesuchten Käsesorten haben in der Herbst- und Winterzeit auch die klassischen Käsegerichte Fondue und Raclette Hochsaison. Dann bietet Erstverkäuferin Eick bis zu 20 verschiedene Raclettekäse im rückwärtigen Kühlschrank an der Theke. Es sind klassische Raclettekäse dabei, Käse mit Zutaten, aus Ziegenmilch, aus Rohmilch, mit Trüffeln und in Bio-Qualität.

Traditionell wird in der Schweiz der halbe Käselaiab in einen Raclette-Ofen eingespannt und vor der Heizspirale zum Schmelzen gebracht. Beginnt der Käse

Spezialität für Herbst und Winter



Im Herbst und Winter ist auch die Saison von Vacherin Mont-d'Or AOP. Die Käsespezialität stammt aus dem Vallée de Joux im Waadtländer Jura. Traditionell wird der Weichkäse von Oktober bis April hergestellt. Ursprünglich wurde Vacherin Mont-d'Or gekäst, wenn die Milch zur Herstellung von Le Gruyère AOP und Emmentaler AOP nicht mehr ausreichte. Nach dem Ausformen wird ihm ein Streifen aus Tannennrinde umgelegt. Darin reift der Käse rund einen Monat. Währenddessen wird er häufig gewendet

und mit Salzwasser abgewaschen. Besonders beliebt ist er als Dessertkäse oder warm aus dem Ofen. Dazu wird er etwa zwanzig Minuten bei mittlerer Hitze erwärmt und anschließend mit warmen Kartoffeln und Schinken sowie Salat serviert. Vacherin Mont-d'Or eignet sich auch als Minifondue mit Weißbrot



WEIHNACHTLICHER GENUSS
mit Käsespezialitäten von Germain



ANZEIGE



Mila Bergmilch Südtirol

Der Meraner Weinkäse (50 % Fett i.Tr., ca. 2 kg, mikrobielles Lab) kommt aus Südtirol und wird während der Reifung in Lagrein-Rotwein gelegt. Diese spezielle Reifung verleiht ihm ein besonderes Aroma nach Gewürzen, Wein, Knoblauch, Kräutern und Speck, das vor allem in der Rinde, aber auch im Käseteig zu spüren ist.



Emmi

Kaltbach Der Cremig-Würzige (56 % Fett i.Tr., 4,2 kg, 220 g, mikrobielles Lab) reift in der natürlichen Sandsteinhöhle in Kaltbach, wo der Schweizer Schnittkäse ideale Bedingungen zum Reifen findet. Nach vier Monaten hat er einen cremigen, würzigen und rahmigen Geschmack.



Hamburger Käselager

Der Wikinger Raclette (45 % Fett i.Tr., 8,5 kg, tierisches Lab) ist mit der Prägung auf der Rinde nicht nur ein Blickfang in jeder Käsetheke, er bringt als Flammkäse frischen, nordischen Wind für das traditionelle Raclette-Essen. Der dänische Käse reift sechs bis sieben Wochen, hat einen zarten Schmelz und einen feinwürzigen Geschmack.



Heiderbeck

Tarte Suisse (mind. 58% Fett i.Tr., ca. 1,6 kg) ist eine Schweizer Zubereitung aus Schnittkäse, die mindestens vier Monate gereift ist. Die besondere Zubereitung enthält vier Schichten einer feinen Trüffel-Käsekomposition. Sie wird in Handarbeit kunstvoll hergestellt. Der Käseteig hat eine geschmeidige Konsistenz und eine feinwürzige Trüffelnote.



Fromi

Fromi empfiehlt den feinen Weichkäse Fromager d’Affinois (mind. 60 % Fett i.Tr., 2 kg, mikrobielles Lab) mit Trüffeln für die Theke. Der Käse enthält Stücke von schwarzem Trüffel (Tuber Melanosporum Vitt., 1 %). Ihn zeichnen besonders die cremige, weiche Textur sowie sein frischer Geschmack aus. Die bleibt dank der Ultrafiltration bis zum Ende des MHD.



Tine Norske Meierier

Zur Festtagszeit ist der norwegische Käse Tine Ekte Geitost (33 % Fett i.Tr., 250 g) ein Muss. Er wird aus Ziegenmilch und -sahne in einem aufwendigen Verfahren hergestellt. Charakteristisch sind seine braune Farbe, der feine Schmelz sowie sein süß-salziger und leicht würziger Toffee-Geschmack mit Noten karamellisierter Milch.

auf der Oberseite zu schmelzen, wird er mit einem Messer abgestreift. Klassisch serviert wird die warme Käsesmasse dann mit Pellkartoffeln, sauer eingelegtem Gemüse (Cornichons, Maiskölbchen, Zwiebeln) und frisch gemahlenem Pfeffer. Dazu kann man Kräuter- oder schwarzen Tee, Weiß-, Rosé- oder auch Rotwein trinken. Für den Hausgebrauch eignet sich der praktische Elektro-Raclette-Grill. Vorgeschnittene Käsescheiben werden in einem Pfännchen zum Schmelzen gebracht. Zu dem geschmolzenen Käse passen Kartoffeln, Gemüse oder Früchte, Schinken oder auch Krabben, die mit dem Käse gratiniert werden können. Zu diesem geselligen Essen können sich mehrere Personen versammeln. Pro Person rechnet man 200 Gramm Raclettekäse in Scheiben geschnitten. Lilija Scheller, Erstverkäuferin bei Edeka Meibohm, empfiehlt zum Raclette grundsätzlich Sorten, die einen Fettgehalt von mehr als 45 Prozent in der Trockenmasse aufweisen. Sie schlägt vor, gelagerte Käse mit Naturrinde einzusetzen. Ihr persönlicher Favorit zum Schmelzen ist der Cyrano Schaf-Ziege: „Der leicht nussige Geschmack der Schafsmilch vereint sich mit dem mild-würzigen Geschmack der Ziegenmilch“, schwärmt die Fachfrau.

Empfehlen kann man den Kunden auch ein Käsefondue. Es gibt viele schmackhafte Rezepte, doch einige Hinweise sollten beachtet werden. Neben dem Grundrezept aus Le Gruyère und Emmentaler (Neuenburger Fondue) kann auch Appenzeller, Roquefort AOP oder holländischer Schnittkäse für das Fondue genommen werden. Der Käse sollte gerieben sein, um ihn besser zum Schmelzen zu bringen. „Zum ersten Dezember stehen an der Theke Emmentaler, Gruyère und Appenzeller – fix und fertig gerieben – für das traditionelle Käsefondue bereit. Selbstverständlich reiben wir auf Kundenwunsch auch jede andere Käsesorte“, berichtet Manja Eick. Für das Käsefondue eignet sich ein Topf aus Keramik, Steingut oder Gusseisen. Aber auch klassische Fonduetöpfe sind einsetzbar. Wichtig sind die Brotwürfel. Das Brot sollte eine Kruste haben. Dazu passt ein trockener Weißwein und zwischendurch

Smartes Geschäft mit Appenzeller® Käse.

Empfehlen Sie den würzigen Appenzeller® Käse Ihrer Kundschaft an der Käsetheke.
Nicht nur wegen seines unvergleichlichen Geschmacks, sondern auch
wegen der attraktiven Gewinnchance auf eines von fünf Victorinox® Koffersets.

Neue
Thekenpromotion
Nov-Dez 2024
KW44-KW52



POS-Werbemittelpaket*

Bestellen Sie Ihr Gratis-Promotionspaket inkl. Prepack-Etiketten
und Gewinncodes und profitieren Sie von der Markenkraft des
bekanntesten und meistverkauften Schweizer Käses in Deutschland.

Mit extra Gewinnchance auch für die Thekenkräfte.

* Solange Vorrat reicht.
Switzerland Cheese Marketing GmbH
Bretonischer Ring 15
D - 85630 Grasbrunn
info@schweizerkaese.de | schweizerkaese.de



Schweiz. Natürlich.

Appenzeller®
S W I T Z E R L A N D

www.appenzeller.ch

Käse aus der Schweiz.
www.schweizerkaese.de





Molkerei Söbbeke

Sein Name verrät es: Der Bio-Saisonkäse Winter Wenzel (50 % Fett i.Tr., 4,5 kg, mikrobielles Lab) ist nur während des Winters erhältlich und wird aus Bioland-Weidemilch hergestellt. Der würzig-pikante Hartkäse reift neun Monate auf Fichtenholzbrettern und steht seit Anfang November zur Verfügung.



Jäckle Frischepartner

Murmeli Schweizer Bergkäse Reserve wird (mind. 45 % Fett i.Tr., 28 kg, tierisches Lab) nach einer traditionellen Rezeptur hergestellt. Er reift mindestens zwölf Monate. Ist er ausgereift, zeigt sich sein würziger Geschmack. Er empfiehlt sich für Käseplatten, aber auch zur Verwendung in warmen Gerichten.



Thomas Export

Der Ziegen-Gouda (50 % Fett i.Tr., 4,5 kg, tierisches Lab) reift drei Monate in den Reifekellern von César Losfeld im Norden Frankreichs. Durch die Milbenreifung ist seine natürliche Rinde uneben. Aufgrund seines milden Geschmacks ist er bei Groß und Klein gleichermaßen beliebt. Zu den Festtagen gibt es darüber hinaus eine Trüffel-Variante.



Carl Fr. Scheer

Bei Queso de Oveja con Trufa „La Leyenda“ (50 % Fett i.Tr., ca. 3 kg, tierisches Lab) handelt es sich um einen vollmundigen Schafkäse, der mit einer Paste aus ausgewählten, aromatischen italienischen Sommertrüffeln verfeinert wird. Sie werden in den Schnittkäse gespritzt und verleihen ihm damit eine besondere Marmorierung.



Münnich Fromage

Agour (mind. 50 % Fett i.Tr., 2 kg, tierisches Lab) ist ein französischer Raclettekäse aus reiner Schafsmilch. Da er auch mit aromatischem Trüffel verfeinert wird, bietet er eine außergewöhnliche Kombination aus intensiven, erdigen Trüffelnoten und dem cremigen Geschmack des Schafskäses.



Ruwisch & Zuck/ Die Käsespezialisten Süd

Blau-graue Adern sind das Kennzeichen von Stilton PDO (56 % Fett i.Tr., 8,5 kg, mikrobielles Lab). Dieser Käse zeichnet sich durch seinen ausgeprägten und cremigen Geschmack aus. Er stammt aus Leicestershire und reift mindestens zwei Monate lang.

ein Gläschen Kirschwasser wegen der Bekömmlichkeit. Viele Schweizer trinken schwarzen Tee oder Kräutertee zum Fondue. Als klassische Beilagen reicht man Pellkartoffeln, Cornichons, Maiskölbchen und Zwiebeln.

Hersteller unterstützen den Thekenverkauf in der umsatzstarken Festtagszeit mit interessanten Verkaufsförderungsaktionen. Ab Mitte November können beispielsweise für Tête de Moine AOP attraktive Geschenkverpackungen angeboten werden. Die Geschenktasche ist im weihnachtlichen Design gehalten und bietet Platz für eine wiederverwendbare transparente Kugel. Diese wird mit circa 150 Gramm frisch gedrehten Käserosetten befüllt. „Diese Geschenkpackung wird besonders rund um den Höhepunkt zu Weihnachten für

Das ist jetzt an der Käsetheke zu tun:

- Besondere Käsesorten stehen im Mittelpunkt. Platzieren Sie saisonale Käse, Rohmilchkäse, Büffel-, Schafs- und Ziegenkäse, Blauschimmelkäse-Klassiker oder lang gereifte Hartkäse sowie affinierte Käsesorten blockweise in der Theke.
- Saisonale Käse, die besondere Zutaten enthalten, unterstreichen den festlichen Charakter.
- Auf Vorbestellung können Käseplatten für Feiern zusammengestellt werden. Zu den Käsesorten passende Zusatzartikel wie Kracker, Chutneys, Saucen machen sich gut.
- Käsegewenke können individuell zusammengestellt werden. Auch dazu gibt es passende Zusatzartikel und Wein.
- Verkostungen inspirieren die Kunden, neue Käse auszuprobieren.
- Dekorationen um die Theke sorgen für eine festliche Stimmung und unterstreichen das Einkaufserlebnis.



KALTBACH

Meine Empfehlung
für das Weihnachtsgeschäft:

KALTBACH Der Cremig-Würzige

Dank der herrlich zartschmelzenden
Textur und seiner feinen Würze
schenkt dieser Klassiker aus der
Sandsteinhöhle Ihrer Kundschaft
besondere Genussmomente.

KALTBACH

KALTBACH

Michu

Michu Iff
KALTBACH Höhlenmeister

Spontankäufe sorgen“, sagt die Switzerland Cheese Marketing. Die Käserei Champignon Hofmeister hat bereits im Oktober eine Promotion für die Marke Cambozola gestartet. Bis Januar können Konsumenten eine Übernachtung im Hotel Jungbrunn sowie Verwöhpakete gewinnen. Eine Verbundpromotion macht ebenfalls Lust auf die Produkte der Käserei Champignon Hofmeister, denn beim Kauf der Aktionsware an der Theke gibt es ein Glas Wolfram Berg Rotweingelee gratis.

Viele Theken nahmen im vergangenen Jahr an dem Wettbewerb mit Old Amsterdam Frischkäse-Kreationen teil. Auch in diesem Winter will der Hersteller in den sozialen Medien wieder auf den Wettbewerb mit den Old-Amsterdam-Frischkäse-Kreationen (Weihnachtsmänner, -bäume) hinweisen. Im Aktionszeitraum November und Dezember sorgt ebenfalls die Thekenpromotion mit Appenzeller Käse für

Kulinarisches Traumpaar

Zur Weihnachtszeit unterstützt Haute Fromagerie – das neue Konzept von Savencia, das an der Theke Appetit auf den Kauf von Premium-Käse machen soll – mit einer attraktiven Feiertagspromotion. Unter dem Motto „Perfekte Harmonie – Käse und Wein richtig kombinieren“ schaffen aufmerksamkeitsstarke Aufsteller für die Käsetheke, Kombi-Poster und Info-Flyer zusätzliche Kaufimpulse. Beim Kauf von mindestens 200 Gramm der Thekenklassiker Géramont, Roche Baron und Chaumes erhalten die Konsumenten einen Korkenzieher als Gratiszugabe. Darüber hinaus gibt ein Informationsblatt für das Thekenpersonal Tipps zum richtigen Pairing von Käse und Wein.

Kaufimpulse. Die Appenzeller-Winterpromotion macht Verbrauchern mit einem Gewinnspiel Appetit auf den Schweizer Käse. Dazu bekommt auch das Thekenpersonal die Chance auf attraktive Gewinne. Es gibt eines von zehn Appenzeller-Fondue-Sets, inklusive einem Appenzeller-Fondue, zu gewinnen. Käsefachhändler Fromi hat zwei Sonderkataloge zusammengestellt: „Raclettes und Fondues“ sowie den „Weihnachtskatalog 2024“. Präsentiert wird eine

Auswahl an Raclette-Käse mit verschiedenen Aromen und aus unterschiedlichen Ländern. Ebenfalls umfangreich ist der Weihnachtskatalog 2024, der auch den Valentinstag im kommenden Jahr berücksichtigt. Er präsentiert Käse in limitierter Auflage, die nur für den jeweiligen Anlass erhältlich sind. Neben vielen Spezialitäten werden in dem Katalog auch Adventskalender, Geschenkideen und Feinkostprodukte vorgestellt. Beide Kataloge können unter fromi.com/de/noch-nicht-kunde/ angefordert werden.

Mit einem Thekenpaket aus Rezeptkarten, Aufstellern und Werbeartikel unterstützt die Bergader Privatkäserei – nach Absprache mit dem zuständigen Außendienstmitarbeiter – eine Promotion zur Weihnachtszeit. „Geplant ist ein Gewinnspiel mit Constantin-Film“, sagt Philipp Hollinger, Projektmanager Marketing Bergader Privatkäserei. Die Marke Kaltbach von Emmi hat zu Weihnachten einen Adventskalender mit 24 Päckchen für ausgewählte Käsetheken kreiert. Die Kunden haben täglich die Chance auf ein Geschenk von Kaltbach. Plakate machen auf die Aktion aufmerksam. Optional sind eine Lamasäule sowie Kühler, ein Schneidetisch und Roll-Ups einsetzbar. Jedes Jahr zur Winterzeit sorgt auch der Bio-Saisonkäse „Winter Wenzel“ von der Biomolkerei Söbbeke für Aufmerksamkeit in den Theken. Das Produkt ist limitiert und von jedem verkauften Kilogramm spendet die Bio-Molkerei einen Euro für ein wohltätiges Projekt.

An der Käsebedienungstheke bekommen die Kunden Vielfalt und Qualität, für die zu den Festtagen ausgewählten Sorten ist ihnen eine gute Beratung sicher. **us**

Hochwertige Käse in Kombination mit Saucen, Kräckern und Obst sowie Nüssen sind ein wahrer Festtagsgenuss.



EUROPE Home of CHEESE



Rendez-vous nach deinem Geschmack

Deutschland: ein bevorzugter Exportmarkt

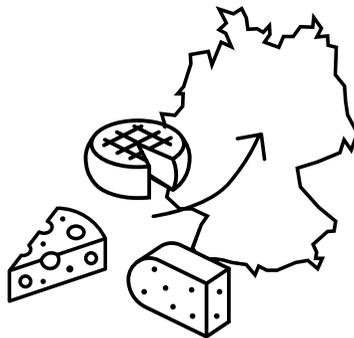


Deutschland steht an Platz 1

der größten Käseimporteure Europas und importierte im Jahr 2023 insgesamt 872.000 Tonnen Käse.

116.140 Tonnen französischer Käse

wurden 2023 nach Deutschland importiert, dem größten Abnehmer Frankreichs.



Camembert, Brie und Emmentaler

sind die meistgekauften französischen Käsesorten in Deutschland, gefolgt von Beaufort, Munster, Comté, Bleu d'Auvergne und Reblochon.

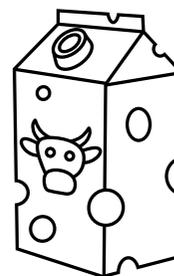
Käseliebende Konsument*innen:

**2/3 der Deutschen
essen französischen Käse**
mindestens einmal pro Woche.



24,8 kg Käse pro Person

wurden 2022 in Deutschland verzehrt, in Frankreich waren es 27,4 kg. Beide Länder gehören zu den weltweit größten Käsekonsumenten.



70%
der deutschen
Verbraucher*innen

bevorzugen Käse aus Kuhmilch.

Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder FranceAgriMer wider. Weder die Europäische Union noch die Bewilligungsbehörde können dafür verantwortlich gemacht werden.

„ENTSCHEIDEND IST DER GESCHMACK“

Im Rewe Markt Ratingen-Lintorf steht die Käse-Auswahl für Weihnachten und den Jahreswechsel fest. Für die Kunden hat sich das engagierte Käse-Team etwas Besonderes überlegt.



Leidenschaft und Kreativität

„Käse ist nicht nur dazu da, um ihn auszupacken und in die Theke zu legen“, sagt Katarzyna Karymow, Bereichsleiterin Rewe Ratingen-Lintdorf. „Mit Käse kann man so viel machen“, schwärmt die Käsefachfrau. Ihre Begeisterung für das Milchprodukt ist groß. Vor 20 Jahren hat Karymow eine Ausbildung zur Verkäuferin bei der Rewe absolviert. Im Rewe-Markt Ratingen-Lintorf ist sie die verantwortliche Bereichsleiterin für Käse, Wurst und Fleisch. Unterstützt wird sie von fünf Kollegen, die ebenfalls für die drei Frischebereiche tätig sind. Vor zwei Jahren gewann das Team den Kreativ Award. „Der Gewinn des Kreativ Award hat uns noch mehr motiviert“, erklärt sie. „Käse aus der Region“ lautete damals das Motto. „Alle haben mitgemacht, das war eine tolle Sache.“ Auf die Mehrarbeit für die Aktionen – auch außerhalb der Kernöffnungszeiten – angesprochen, entgegnet sie „positiver Stress“ und erwähnt die vielen interessanten Herausforderungen beim Käseverkauf an der Theke.

Zu den Festtagen wird der Rewe-Markt Ratingen-Lintorf ein besonderes Käsesortiment führen. Das Team hat die Spezialitäten für die Weihnachtszeit festgelegt. Auch die Dekoration und eine festliche Kundenaktion sind bereits fix. Die **KÄSE-THEKE** sprach mit Katarzyna Karymow über die Vorbereitungen.

KÄSE-THEKE: Wann starten die Vorbereitungen zum Weihnachtsgeschäft in der Theke?

Katarzyna Karymow: Wir starten mit dem Besuch der Rewe-Herbst-Börse, dort bekomme ich viele Ideen und kann neue Käsesorten kennenlernen. Denn die Ware muss rechtzeitig für das Weihnachtsgeschäft bestellt werden. Damit die Käsesorten in ausreichenden Mengen vor den Festtagen zur Verfügung stehen, sollten die Bestellungen in den Kalenderwochen 44 bis 48 erfolgen.

Was steht jetzt an?

Mir ist aufgefallen, dass Verkostungen gerade in der Vorweihnachtszeit sehr wirkungsvoll sind, um die Kunden auf neue Käsesorten aufmerksam zu machen. Eine zusätzliche Stolpertruhe enthält verschiedene vorverpackte Käse. Die Kunden können sich in der Truhe selbst einen kleinen Präsentkorb mit Käsesorten ihrer Wahl zusammenstellen. Die Körbe und passende Artikel – wie Wein, Senfsaucen, Kracker und Baguette – halten wir ebenfalls dazu bereit.

Ist der Kunde in dieser Zeit bereit, mehr Geld zu bezahlen?

Meiner Meinung sitzt das Geld in dieser Zeit etwas lockerer. Dennoch achten die Kunden aktuell darauf, was sie einkaufen. Sie kaufen vielleicht ein kleineres Stück als gewöhnlich, dafür aber einen qualitativ hochwertigen Käse. Entscheidend ist der Geschmack.

Welche Käsesorten stehen im Fokus? Welche Spezialitäten müssen vorrätig sein?

Raclettekäse mit und ohne Zutaten, aus Kuh- und auch aus Ziegenmilch sollten jetzt auf jeden Fall vorrätig sein. Darüber hinaus sind Emmentaler, Le Gruyère und Appenzeller ein Muss für die Festtagszeit. Dazu bieten wir Käse, die mit Rotwein, Blüten oder Kräutern affinieren sind oder Trüffel enthalten. Frischkäsezubereitungen in ver-

Mit Eigenkreationen aus Frisch- und Weichkäse kann ebenfalls in der Festtagszeit beim Kunden gepunktet werden.



schiedenen – auf die Jahreszeit abgestimmten Geschmacksrichtungen – wie Spekulatius oder Orange sind bei den Kunden beliebt. Hart- und Schnittkäse, mit Espresso oder Whiskey verfeinert, ergänzen zusätzlich. Schließlich kreieren wir kleine Käsetörtchen aus Brie und verzieren sie mit Beeren.

Sicherlich wird in dieser Zeit die Beratung noch intensiver. Bereiten Sie sich darauf vor? Wie halten Sie es mit nörgelnden Kunden?

Die Beratung an der Theke ist das ganze Jahr über sehr wichtig. Wir müssen über alle Käsesorten in unserem Sortiment

informiert sein und die Trends kennen. Durch Verkostungen an der Theke erfährt man viel von den Kunden und bleibt im Gespräch. Wesentlich sind aktuell auch die Vorbestellungen für die Festtage. Die Kunden sollten über das Datum, bis wann die Bestellungen erfolgen müssen, informiert werden. Ein Hinweis an der Theke ist hilfreich. Nörgelnden Kunden begegne ich mit einem Lächeln, denn ich weiß nicht, warum er schlecht gelaunt ist. Man darf es nicht persönlich nehmen. Einen Tag vor und an Heiligabend schenken wir den Kunden an der Theke eine kleine Tüte, die Käsechips, Frischkäse aus Eigenherstellung sowie eine Käsepraline

enthält. Mit dieser Aktion möchten wir uns bei den Kunden bedanken.

Wird die Käsetheke entsprechend der Zeit mit Dekomaterial geschmückt?

Da in der Theke nicht dekoriert werden kann, sind die umliegenden Bereiche weihnachtlich geschmückt. Ich möchte die Kunden überraschen. Das Käsesortiment in der Theke wird regelmäßig umgebaut, die neuen Sorten für die festliche Zeit werden integriert. Kurz vor den Festtagen legt das Theken-Team für zwei Tage die Schürze ab und trägt ein T-Shirt mit weihnachtlichem Motiv. us

ANZEIGE

Wolf's Sommelier

EISKELLER KÄSE

Das Naturwunder aus dem Eiskeller

Meterdicke Wände aus rotbraunem Buntsandstein tief in die Erde gebaut. Ein von Regen durchgespültes Gestein, welches seine Mineralien aus 6 Meter dicken Wänden freit gibt und dadurch ein unvergleichliches Klima erzeugt. Das sind die natürlichen Eigenschaften unseres Eiskellers. Gebaut wurde dieser Eiskeller vor 160 Jahren. Zu einer Zeit, ohne viele technische Möglichkeiten, wurden in umliegenden Seen Eisblöcke geschlagen und im Inneren des Gewölbes eingelagert. Gleichbleibende Temperaturen und ein einzigartiges Klima sind ideale Reifebedingungen für Käsespezialitäten. Hinzu kommt die regelmäßige Pflege und das Geheimnis der handwerklichen Arbeit. Keine Maschinen, sondern Menschen und die Natur verleihen dieser 8 Monate alten Käsespezialität seinen einzigartig fruchtig und pikanten Geschmack. Sie werden begeistert sein.

Ihr Klaus Wolf
Dipl. Käsesommelier

**Reinhard-Müller-Ring 1a
64853 Otzberg
06162/9199830
E-Mail:
info@odw-kaesekeller.de**



Borco Höhns

Innovatives Fahrgestell

Mit der Einführung eines innovativen Carbon-Fahrgestells bietet Borco Höhns eine neue Lösung, die eine signifikante Gewichtseinsparung bei Verkaufsfahrzeugen erlaubt. Das Fahrgestell zeichnet sich durch seine Leichtigkeit aus und bleibt unter der Grenze von 3,5 Tonnen. Damit entfällt die seit Juli 2024 vorgeschriebene Mautpflicht. Zudem lassen sich Betriebskosten senken, indem Spritverbrauch und Verschleiß reduziert werden. Durch das geringere Gewicht könnten täglich bis zu zwei Zentner mehr transportiert werden, ohne das zulässige Gesamtgewicht zu überschreiten. Darüber hinaus werde die Personalsuche vereinfacht, da der normale Führerschein der Klasse B für die leichten Fahrzeuge ausreicht, erklärt Borco-Vertriebsleiter Carsten Götz.



Meldungen

Weitere, aktuelle Nachrichten aus der Welt des Käses finden Sie unter kaeseweb.de

Alma

Prämierungen für Bergsennereien

Bei der 31. Vorarlberger Käseprämierung am Schwarzenberg hatte Alma Grund zu feiern: Alle drei Bergsennereien erhielten Prämierungen. Die Alma-Bergsennerei Huban erhielt jeweils zweimal Silber in der Kategorie Schnittkäse jung und Schnittkäse alt. Für den Bergkäse sechs bis neun Monate erhielt die Alma-Bergsennerei Hinteregg ebenfalls Silber. Und auch die Alma-Bergsennerei Lutzenreute durfte sich für den Bergkäse älter neun Monate über Silber freuen. Insgesamt erhielten Alma und seine Partnersennereien 50 von 97 Prämierungen. „Diese Auszeichnungen sind eine tolle Wertschätzung für unser gesamtes Tun bei Alma“, freut sich Daniel Marte, verantwortlich für die Marke Alma.



Münchner Käse Manufaktur

Käse aus der Stadt

Mitte September öffnete die Münchner Käse Manufaktur ihre Produktionsräume in der Prinzregentenstraße 105. Die jungen Unternehmer Johannes Klappacher, Sebastian Kreuels und Franz Stuffer starteten dafür im Sommer 2021 ein Crowdfunding und nahmen fast 60.000 Euro an Vorbestellungen ein. Bislang kästen sie in einer befreundeten Käserei, damit ihre Unterstützer ihre Käsepakete bekamen. Mitte September war es nun soweit, die eigene Käserei öffnete ihre Tore und die Produktion begann. Die Käseherstellung ist über große Schaufenster einsehbar und hautnah erlebbar. Ebenso wurde dort ein Direktverkauf eröffnet. Die „Craft-Käse“ – wie sie von den Gründern gerne genannt werden – sind auch auf dem Viktualienmarkt sowie über Feinkost Dallmayr erhältlich und stehen auf der Speisekarte des Drei-Sterne-Restaurant „Jan“.



Caseus International

Auf den Spuren des Parmigiano Reggianos

Im September trafen sich die Mitglieder des Caseus International in Innsbruck. Auf dem Programm stand die Bildungsreise in die italienischen Städte Parma und Mantua. Christian Höllwarth, Interfood und Caseus International-Mitglied, lud zu einem Abend mit original österreichischen Spezialitäten in das Restaurant „Zum Wilden Mann“ ein. Am nächsten Morgen startete die Busreise von Innsbruck über den Brenner Richtung Castelluccio zum Wurstspezialisten Levoni. Zum Empfang wurde in der Osteria von Levoni ein typisch lombardisches Mittagessen mit den Coppa/Mortadella-Spezialitäten serviert. Die traditionelle und handwerkliche Produktion der Fleisch- und Wurstwaren wurden den Teilnehmern im Anschluss gezeigt.

An Tag Zwei stand die Reise zu einem Parmigiano-Reggiano-Hersteller in der Provinz Parma auf dem Programm. In dem kleinen Betrieb wurde die traditionelle und vom Konsortium Parmigiano Reggiano überwachte Herstellung des Parmigiano Reggiano AOP gezeigt. Käseläibe bis unter die Decke in verschiedenen Reifestufen füllten die beeindruckenden Reifelager. Danach wurde die Produktion von Parmaschinken bei Citterio unter die Lupe genommen. Neben dem vollautomatisierten Betrieb, in dem jeder einzelne Produktionsschritt ausführlich gezeigt und erklärt wurde, beeindruckten auch die großen Reifelager mit zahlreichen Schinken. Bevor sie in den Verkauf gelangen, werden sie vom Konsortium Parma geprüft, freigegeben und gestempelt. Der Abend stand im Rahmen der feierlichen Aufnahme neuer Mitglieder in den Verein Caseus International. Am nächsten Morgen besuchte die Reisegruppe die Stadt Verona und nach dem Mittagessen hieß es Abschied nehmen von einer ereignisreichen und informativen Reise.



ANZEIGE



Old Amsterdam®

MEHR ERFOLG

**FÜR IHR PRE-PACK
GESCHÄFT**



*Jetzt unsere
preisgekrönten
Lieblinge auch als
praktische Pre-Pack
Scheiben ordern! **



* ab September verfügbar

Frankfurt International Trophy

Die besten Käse der Welt

Am 13. Dezember startet in Frankfurt der dritte Käsewettbewerb der Frankfurt International Trophy (FIT). Fachleute aus der Käse- und Wurstbranche, der Gastronomie sowie Medienschaffende bilden die internationale Jury zur Frankfurt International Trophy für Käse und Milchprodukte. Der Wettbewerb ist in mehr als 300 Kategorien gegliedert. Dabei werden Kuhmilchkäse, Ziegen- und Schafskäse sowie Frischkäse verkostet. Auch Butter, Joghurt, Milch, Speiseeis und Sahne werden in der Main-Metropole der Prüfung unterzogen. Die Qualitäten werden in Bereichen Optik, Geruch, Textur, Geschmack sowie Harmonie – in einer Gesamtbeurteilung überprüft. Um die Bekanntheit des Wettbewerbs zu fördern wird in diesem Jahr Carina Reckers, Gastrowissenschaftlerin und Head of Communications & Public Relations der Markthalle Neun in Berlin die Ehrenpräsidentenschaft übernehmen. Veranstalter ist die Armonia Deutschland in Mainz.

Heiderbeck

Sortimente für die kühlen Monate



Eine Auswahl an Winterspezialitäten, welche den Kunden an der Käsetheke einzigartige Geschmackserlebnisse versprechen, bietet der neue Saison-Katalog von Heiderbeck. Das sorgfältig ausgewählte Sortiment reicht von der mit

Stracciatella aus Kuhmilchsahne gefüllten Mozzarella im Snackformat, Mini Burrata Casa di Pietro über den Brie Trüffel und den Tiroler Pfefferbeißer bis zum mit schwarzem Pfeffer auf der Oberfläche affinierten Hartkäse aus Kuhmilch. Für Fondue- und Raclette-Spezialitäten hat Heiderbeck einen separaten Katalog aufgelegt. Beide Kataloge stehen auf heiderbeck.com oder in der Heiderbeck-App zum Download zur Verfügung.

Molkerei Söbbeke

Besuch bei der Bio-Molkerei

Die parlamentarische Staatssekretärin und Bundestagsabgeordnete Dr. Ophelia Nick vom Bündnis 90/Die Grünen war im Juli zu Besuch bei der Bio-Molkerei Söbbeke. Dies nahmen Markus Hedderich, Geschäftsführer, und Nina Bakker, Marketingleitung, zum Anlass mit Dr. Ophelia Nick über Bio-Weiderichtlinien und nachhaltige Milcherzeugung zu sprechen. Ziel des Besuchs war auch das Gespräch über die Rahmenbedingungen mit denen die Bio-Landwirtschaft zurzeit arbeitet, um die Zielvorgaben der Bundesregierung – 2030 rund 30 Prozent der landwirtschaftlichen Fläche ökologisch zu bewirtschaften – zu erreichen und um damit einhergehend auch mehr Bio-Produkte in den Handel zu bringen. Weiter standen Themen wie Produktion, artgerechte Tierhaltung und Tierwohl auf



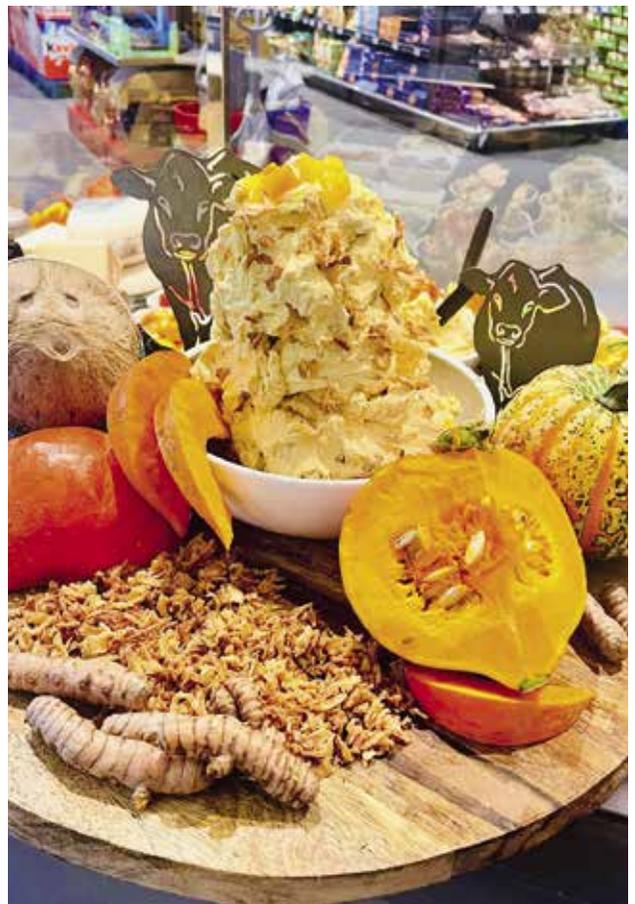
der Agenda, die mit der Staatssekretärin und Bundestagsabgeordneten diskutiert wurden.

Dr. Ophelia Nick (6. von links), macht auf ihrer Sommertour Halt bei der Bio-Molkerei Söbbeke. Gründer Paul Söbbeke (links von ihr) sowie Markus Hedderich (dahinter) und Nina Bakker (Söbbeke Schild) begleiteten den Besuch.

Edeka Harmeling

Köstliche Herbstzeit

Wenn Autofahrten lange dauern, kommt man auf geschmackvolle Ideen. So geschehen bei Käsesommelière Sandra Wienand, Edeka Harmeling. Sie verwandelte kurzerhand eine Kürbis-Suppe aus einem Menüvorschlag in einen herbstlichen Frischkäse. Herausgekommen ist eine köstliche Zubereitung aus Frischkäse, Kürbis, Kokosplitter, Kokosmilch, Röstzwiebeln und etwas Ingwer sowie Curry. Herbstlich dekoriert vor der Theke war ihr die Aufmerksamkeit der Kunden und der Abverkauf innerhalb eines Geschäftstages sicher.





Verband für handwerkliche Milchverarbeitung

Die besten handwerklichen Käse

Seit vierzehn Jahren veranstaltet der Verband für handwerkliche Milchverarbeitung e.V. die Prüfung zum Deutschen Milch- und Käsepreis. In diesem Jahr fand die Prüfung im Rahmen des Deutschen Käsemarktes in Nieheim statt. 183 Produkte wurde zur Prüfung eingereicht. Eine Jury aus 24 Experten nahm die Produkte in 15 Produktkategorien, vom Weichkäse über Grillkäse, Blauschimmelkäse bis zum Fruchtojoghurt unter die Lupe. Auch das Publikum des Käsemarktes konnte sich während des dreitägigen Marktes an der Prüfung beteiligen. Ende September wurden in Ravensburg unter Vorsitz des Prüfungsleiters Marc Albrecht-Seidel vom Verband für handwerkliche Milchverarbeitung die Preise vergeben. „Das Niveau des Milchhandwerks ist hoch, denn fast drei Viertel der eingereichten Produkte erfüllten die anspruchsvollen Qualitätsanforderungen“, betonte Marc Albrecht-Seidel. Höhepunkt war die Verleihung der Käseharte in Gold für den besten Käse 2024, ein gereifter Frischkäse ging an Petite Amie von der Hofkäserei Heinrichshof aus Rheinland-Pfalz. Silber ging an Friesisch Blue von der Rohmilchkäserei Backensholz aus Schleswig-Holstein und mit der Käseharte in Bronze wurde der Ziegenhof Peter in Thüringen für den Grillkäse „Heiße Ziege“ ausgezeichnet. Für die besten Milchprodukte 2024 wurden die Milchkanne in Gold, Silber und Bronze vergeben.

ANZEIGE

Irische Molkereiprodukte aus Weidehaltung

Mit dem Grass Fed Standard setzt Irland neue Maßstäbe

- ✓ 17.000 familiengeführte Milchfarmen mit durchschnittlich nur 80 Kühen
- ✓ 240+ Tage in freier und tierwohlgerechter Weidehaltung
- ✓ mindestens 95%ige Ernährung aus Gras und grasbasiertem Futter

BORD BIA
IRISH FOOD BOARD



Neugierig geworden?
Unsere Produzenten
finden Sie auf:

[irishfoodanddrink.com/
irische-molkereiprodukte](http://irishfoodanddrink.com/irische-molkereiprodukte)



v.l.: Stefan Fessler (Käse Moosbrugger), Elle Fearing (CarrValley Cheese), Mathias Hruza (Fransial), Holger Meyers (Heiderbeck) und Reto Güntensperger (Güntensperger Käse) stellten gemeinsam die neuen Käse aus den USA vor.

Ein 20 Jahre alter Cheddar zählte zu den Käse-Highlights der Präsentation.



Schnittkäse mit Zutaten, wie der Ziegenkäse mit Vanille machten Lust auf mehr.



Elle Fearing hatte eine spannende Käseauswahl mit nach Vorarlberg gebracht und stellte diese sowie das Unternehmen CarrValley Cheese den Gästen vor.

NEUES AUS DEN USA

Besondere Kreationen aus den USA bietet Käse Moosbrugger zukünftig für die Bedienungstheken an.

Käse aus den USA sind in den deutschen, beziehungsweise europäischen Bedienungstheken derzeit noch eine Seltenheit. Einzig die Bella-Vitano-Hartkäse von Sartori Cheese aus Wisconsin haben sich in den Theken inzwischen einen Namen machen können. Dass die Amerikaner mittlerweile mehr als nur Cheddar kennen und kaufen, ist bekannt. Und wo ein Premium-Hersteller ist, da müssen noch weitere Produzenten sein, die auch den Geschmack der europäischen Kunden ansprechen, dachte sich Stefan Fessler, Geschäftsführer und In-

haber von Käse Moosbrugger aus Mäder in Vorarlberg (Österreich). Er machte sich auf den Weg in die USA, um die dortige Käsewelt näher kennenzulernen und wurde ebenfalls in Wisconsin fündig. Das Unternehmen CarrValley Cheese stellt aus Kuh, Schafs- und Ziegenmilch eine breite Palette an Käse her. Sid Cook ist dort der „Master-Cheesemaker“. Etwa 750 Kreationen, die in Amerika zahlreiche Auszeichnungen erhalten haben, zählen zum Sortiment. „Die Qualität ist das oberste Gebot – das sieht man und das schmeckt man“, schwärmt

Stefan Fessler von seiner Neuentdeckung. In Mäder hat Fessler Ende September seinen neuen US-Lieferanten mit einigen seiner Käse vorgestellt. Dazu zählte ein 20 Jahre gereifter Cheddar, der trotz seines Alters eine besondere Cremigkeit hatte, sowie eine Art Morbier aus einer Hälfte Schafs- und einer Hälfte Ziegenkäse, getrennt durch eine Ascheschicht. Auch ein Ziegenschnittkäse mit Vanille und weitere Varianten mit Zutaten boten einen Einblick in die Kreativität des „Master-Cheesemakers“. Da der Vorarlberger Käsehändler den europäischen Markt nicht allein bedienen kann, hat er die passenden Kooperationspartner gleich mit vorgestellt: So werden die CarrValley-Käse in Deutschland von Heiderbeck, in der Schweiz von der Güntensperger Käse AG und in Frankreich von Fransial vertrieben – den österreichischen Markt bedient Fessler selbst. Und dass sich diese Sorten auch beim Grillen verwenden lassen, zeigte Grillweltmeister Tom Heinzle. Er kreierte mit den amerikanischen Sorten im Rahmen der Präsentation verschiedene kreative Gerichte. **tw**

ANZEIGE

1862 MEISTERSTÜCK



Baldauf 1862 – Meisterstück seit Generationen

Baldauf 1862 trägt seinen Namen nicht ohne Grund: Er erinnert an unsere lange Geschichte, die 1862 begann. Für uns ist er ein „Meisterstück“, denn in ihm vereinen sich Wissen, Können und Tradition, die über Generationen gewachsen sind. Mit Liebe zum Handwerk und über 160 Jahren Erfahrung haben wir einen Premium-Hartkäse geschaffen, der höchsten Ansprüchen gerecht wird.

„Er hat einen Abgang, länger als ein gutes Glas Rotwein.“



AUS HEUMILCH g.t.S.

Die Allgäuer Weide- und Heumilch g.t.S. und unser Baldauf Käse sind nicht nur kulinarische Köstlichkeiten, sondern auch Symbole für eine nachhaltige Landwirtschaft und den Erhalt traditioneller Handwerkskunst.

NATURGEREIFTE KÄSE AUS KÄRNTEN



Frische, Qualität und Regionalität spiegeln sich in den Käsesorten der Kärntnermilch wider. Die Molkerei-Genossenschaft aus dem Oberkärntner Raum bietet ein vielfältiges Käsesortiment für die Theke.

Die Kärntnermilch ist eine österreichische Molkerei-Genossenschaft, die für ihre Vielfalt regionaler Käsespezialitäten bekannt ist. Sie wurde vor über 95 Jahren als Genossenschaft Kärntner Molkerei gegründet, um die Landwirte zu stärken und die regionale Qualität der Produkte hervorzuheben. Seit 1950 hat die Kärntnermilch ihren Sitz in Spittal/Drau. Rund 980 bäuerliche Betriebe aus der Region Großglockner, dem Gurktal, aus dem Lesachtal bis in den Unterkärntner Raum liefern täglich ihre Milch an die Molkerei.

Das Unternehmen verarbeitet jährlich rund 120 Millionen Kilogramm Rohmilch zu regionalen Molkereiprodukten. Neben zahlreichen Milchprodukten ist das auch ein großes Käsesortiment, das sich unter anderem durch Käsesorten, wie den Mölltaler Almkäse aus dem Mölltal, Großblochkäse Drautaler, Lesachtaler Bergkäse und Kärntner Rahmkäse auszeichnet. Die Käse werden seit Jahrzehnten, teils aus uralten Rezepturen, hergestellt und gehören zu den beliebtesten Käsesorten Österreichs. In der Käseherstellung werden traditionelle Handwerkskunst mit modernen Produktionsmethoden verbunden, die hohe Hygienestandards und Produktionssicherheit gewährleisten. Alle

Käse der Kärntnermilch werden mit mikrobiellem Labaustauschstoff hergestellt und sind damit für Vegetarier geeignet.

Nachhaltiges Handeln

Grundsätzlich stehen bei der regionalen, bäuerlichen Genossenschaft der Nachhaltigkeitsgedanke und insbesondere auch der ökologische Ansatz im Vordergrund. Eine über Jahrzehnte nachhaltige Weiterentwicklung der Rohmilchqualität sowie die Erhaltung der heimischen, bäuerlichen Landwirtschaft, der Kultur und der Almwirtschaft stehen besonders im Fokus des Unternehmens. Gemeinsam übernehmen die Eigentümer und das Unternehmen Kärntnermilch Verantwortung gegenüber Menschen, Tier, Umwelt, Natur und Kulturlandschaft. Die Rohmilch ist seit 2006 gentechnikfrei. Vor rund acht Jahren haben sich die Bauern der Kärntnermilch auch darauf geeinigt, auf das Pflanzmittel Glyphosat in der Landwirtschaft gänzlich zu verzichten.

Bio Wiesenmilchkäse

1994 begann die Molkerei Käsespezialitäten aus Bio-Milch herzustellen. Unter der Marke Bio Wiesenmilch sind es der Bio Wiesenmilch Almkäse, der Draudamer oder der Rahmkäse, die ebenfalls in Spittal/Drau produziert werden. Bei der Herstellung der Käse werden die EU-Bio-Richtlinien (EU-VO 848/2018 des Österreichischen Lebensmittelbuches) sowie die Bio-Austria-Richtlinien berücksichtigt. Gemeinsam mit der Bio Austria rief die Kärntnermilch im Jahre 2013 die Arge „Bio Wiesenmilch“ ins Leben. Im Zentrum steht die Milchproduktion aus der Kraft der Wiese. Die Bio Wiesenmilch garantiert eine Weidehaltung von 120 Tagen oder Auslauf pro Jahr für die Tiere sowie artgerechte Haltung. Es werden nur so viele Kühe gehalten, wie von der Fläche ernährt werden können. Das Futter besteht aus Grünfutter im Sommer, Wiesenfutter im Winter, hofeigenen Futtermitteln, sowie aus etwas Kraffutter. Dem Artenschutz (Lebensraum für Vielfalt, Tierwohl) kommt ebenso eine wichtige Rolle zu.

Der **Kärntner Rahmkäse** (55 % Fett i.Tr., 4,4 kg, 1 kg Viertel) ist ein naturgereif-

ter Schnittkäse mit charakteristischer Tilsiterlochung. Er wird aus pasteurisierter Kuhmilch hergestellt und reift mindestens sechs Wochen lang. Während der Reifung wird er regelmäßig mit Rotkulturen gepflegt und es entsteht sein fein-würziger und gehaltvoller Geschmack.

Einer der beliebtesten Käse Österreichs ist der **Drautaler in Naturrinde gereift** (45 % Fett i.Tr., 4,4 kg, 1 kg Viertel). Dieser Schnittkäse zeichnet sich durch die charakteristisch großen Löcher im Käseteig aus, für die die Propionsäuregärung in der Herstellung verantwortlich ist. Die Oberfläche des Käselabes wird zusätzlich mit Rotkulturen behandelt. Ist der Käse nach rund elf Wochen ausgereift, hat er einen mild-aromatischen sowie leicht nusskernartigen Geschmack.

Seit Jahrzehnten wird auf den Almen des Mölltals, das auch für den höchsten Berg Österreichs, den Großglockner bekannt ist, der **Mölltaler Almkäse** (50 % Fett i.Tr., 4,4 kg, 1 kg Viertel) hergestellt. Die Kärntnermilch hat die Rezeptur zur Herstellung dieses würzig-kraftigen Käses von den Alpbetrieben übernommen und durch spezielle Oberflächenreifungskulturen perfektioniert. Der Schnittkäse reift mindestens fünfzehn Wochen in der Naturrinde mit Rotkulturen im Reifungskeller. Nach einer viermonatigen Reifezeit hat der aromareiche Käse einen würzigen und kräftigen Geschmack.

Eine Hommage an das wildromantische Mölltal mit seinen Almen und Gebirgslandschaften ist dazu auch der **Mölltaler Almkäse Selektion** (50 % Fett i.Tr., 4,4 kg, 1 kg Viertel). Die Käsemeister von der Kärntnermilch haben das alte Rezept zur Herstellung des Mölltaler Almkäses nochmals verfeinert und lassen ihn, unter regelmäßiger Pflege bis zu 12 Monate in den Reifekellern ruhen. In der extra langen Zeit entwickelt der Hartkäse seinen kräftig würzigen Geschmack, der besonders den Mölltaler Almkäse Selektion auszeichnet.





Beeemster

Nüsse an der Bedienungstheke

Beim Kauf von Beeemster Royal oder Beeemster Royal Grand Cru erhalten Kunden an der Käsebedienungstheke von Anfang November bis Ende Dezember 2024 (KW 45-52) als Gratis-Zugabe ein Tütchen Macadamia-Nüsse, die geröstet und mit Honig verfeinert sind. Bestellbar ist die Aktion inklusive eines Ellipsendisplays für die Theke über den Beeemster-Außendienst, die Beeemster-Cheese-Club-App oder per E-Mail an info@beemster.de.

Molkerei Söbbeke

Spenden für afrikanische Schule

Auch in diesem Jahr setzt die Biomolkerei Söbbeke ihre Tradition fort, karitative Projekte zu unterstützen. Je verkauftem Kilogramm des limitierten Saisonkäses Winter Wenzel spendet die Biomolkerei einen Euro für ein wohltätiges Projekt. Der Erlös der diesjährigen Spendenaktion kommt der Stiftung Falm in Masina (Kinshasa) in der Demokratischen Republik Kongo zugute. Sie wurde von einem ehemaligen Söbbeke-Mitarbeiter gegründet. Die Spendengelder nutzt die wohltätige Organisation zum Bau einer Schule für rund

1.800 Kinder und Jugendliche. Diese sorgt für bessere Lern- und Lebensbedingungen.



Emmi

Käse-Wissen Online

Zu Beginn eines Workshops begrüßten Stefan Hußmann, Marketing-Manager Emmi Deutschland, und Käsemeister Caspar Greber, der seit der ersten Stunde der Emmi-Online-Events zum Moderatorenteam gehört, die Teilnehmer. Auch dieses Mal wurde das Event an zwei Tagen durchgeführt, da sich das Käsefachpersonal wieder zahlreich angemeldet hatte. Nach einem herzlichen „Grüezi wohl aus der Schweiz“ nahm Caspar Greber die Zuschauer mit in das Alpenland und gab einen umfassenden Einblick in die Schweizer Käse-Welt.

Die Emmi-Verkostungsbox, die allen Teilnehmern vor dem Online-Event zugeschickt wurde, enthielt auch den Käse „Der scharfe Maxx“ von der Käserei Studer. Die Käserei gehört seit über zehn Jahren zu Emmi. Der scharfe Maxx ist ein Schweizer Schnittkäse, der aus Rohmilch hergestellt wird und in der fünfmonatigen Reifezeit einen feiwürzigen Geschmack entwickelt. Zur Maxx-Familie gehören ebenfalls Der edle Max 365 mit extrawürzigem Geschmack und langer Reifezeit sowie Der freche Maxx, mit feiwürzigem Geschmack. Von der Ostschweiz ging es in die Zentralschweiz, in die Tiefen der Kaltbachhöhle, wohin die Zuschauer per Film mitgenommen wurden. Die Sandsteinhöhle erstreckt sich bis zu 60 Meter unter dem Erdboden über mehrere Kilometer. In ihr reifen unter anderem Kaltbach Emmentaler AOP und Kaltbach Gruyère AOP. Auch Kaltbach Trüffel sowie Kaltbach Ziege, die der Musterbox beilagen, reifen in der Höhle.

Mit einem Schwenk ging es von der Schweiz direkt ins Boska-Studio in die Niederlande, dort warteten bereits Nadine de Jong und Tim Klijnstra. Nach einer kurzen Einführung über das Unternehmen Boska starteten sie mit der Vorstellung diverser Theken-Werkzeuge. Das gebogene „holländische Käsemesser“ ist sozusagen ein Muss an jeder Theke. Dazu wurden die Käseschneidemaschine „Cheese-Q-Matic“ und das entsprechende „Kerbmesser“ gezeigt. Es folgten die Käseschneidemaschine „Unika Plus“, der Folienhalter „The Rock“ sowie der Weichkäseschneider „Roque Force“. Die Boska-Präsentation bot einen umfassenden Einblick in das Sortiment und zeigte, welche Werkzeuge davon an der Theke unentbehrlich sind. Anschließend demonstrierte Caspar Greber mit den Käse-Musterstücken geschmackvolle Aufschnitt-Techniken, bevor zum Schluss des kurzweiligen Workshops eine offene Fragerunde mit den Teilnehmern zu einem interessanten Austausch führte.



Bergader Privatkäserei

„Business-Partner“ der Red Bulls

Die Privatkäserei Bergader ist neuer „Business-Partner“ des viermaligen deutschen Eishockeymeisters EHC Red Bull München. Das Familienunternehmen belegt unter anderem einen Bullykreis im SAP-Garden, der neuen Heimspielstätte der Red Bulls. Darüber hinaus ist die Käserei aus Waging am See auf allen digitalen Werbeflächen im SAP-Garden zu sehen, wie dem Videowürfel mit einer Gesamtprojektionsfläche von 209 Quadratmetern, dem 263 Meter langen Fascia-Board oder den LED-Werbebanden. Zudem ist Bergader Presenter der sogenannten „Best Seats“ auf der VIP-Tribüne. Mit der bis zum Ende der Saison 2025/2026 angesetzten Kooperation sichert sich Bergader überdies einen neuen Genussbotschafter, den aus Bad Tölz stammenden Red-Bull-Eishockeyspieler Koni Abelts- hauser (im Bild).



ANZEIGE

Sortenorganisati-
on Appenzeller

Koffersets gewinnen



Bei der neuen Thekenpromotion von Appenzeller können Kunden im November und Dezember 2024 fünf Victorinox-Koffersets im Wert von je circa 1.000 Euro und 55 Regenschirme im Appenzeller-Design gewinnen. Zusätzlich hat das Thekenpersonal die Chance auf zehn Appenzeller-Fondue-Sets inklusive einem Appenzeller-Käsefondue. Das Aktionsmaterial sorgt sowohl an den Theken als auch an den SB-Regalen für Sichtbarkeit und Absatzimpulse. Das Werbemittelpaket für die Theke beinhaltet ein Aktionsdisplay mit 50 Gewinn-Rezeptkarten plus Gewinncode sowie 20 Aktions-Etiketten für vorportionierte Stücke. Die Teilnahme erfolgt über einen Gewinncode, der auf der Appenzeller-Website eingegeben werden kann. Diejenigen, die keine Gewinnkarte mehr erhalten, können auf der Website Gewinncodes generieren. Die Werbemittelpakete können gratis bei Switzerland Cheese Marketing bestellt werden (info@schweizerkaese.de).

Brotzeit in den Dolomiten

Herzhaftes Knabbergebäck für ihre original Südtiroler Käsemarende



und so wird's gemacht

ROYALER GLANZ FÜR DIE FESTTAGSZEIT



LAKTOSE- & GLUTENFREI

Mit Beemster Royaal und Beemster Royaal Grand Cru lassen sich aktuell zur Herbst- und Winterzeit köstliche Genussmomente zaubern. Luxuriöse Käsepräsentier stellen die roy(a)alen Käse von Beemster besonders in den Fokus der Theken.

Für den Käseverkauf über die Bedienungstheken bricht jetzt eine wichtige Jahreszeit an. Das Weihnachtsgeschäft und der Jahreswechsel gehören zu den absatzstärksten Zeiten. Die Märkte erstrahlen in dieser Zeit in Festtagsglanz. Ein richtiges Highlight im Markt sind dazu die extravaganten Aktionsplatzierungen mit den königlichen Käsen Beemster Royaal und Beemster Royaal Grand Cru. Das auffallende Design sorgt für Glanz und Stimmung in der Nähe der Käsetheken. Dazu gibt es von Beemster aufmerksamkeitsstarkes Werbematerial und hochwertige Dekorationen. Weihnachtskugeln in den Farben Lila und Gold unterstreichen die luxuriösen Zweitplatzierungen im Markt.

Beeindruckend ist beispielsweise die offene, freistehende Aktionsplatzierung als Inselform. Sie lädt die Kunden aufgrund der Tortenform sowie stufenförmigen Etagen zum Zugreifen von allen Seiten ein und bietet auf kleiner Fläche viel Platz für Beemster Käse sowie für Dekorationen und Aktionsmaterialien. Alternativ stellt Beemster die Käsepräsentier auch mit halber Torte und passender Rückwand zur Verfügung. Informationen zu den Aktionsplatzierungen gibt es über den Beemster-Außendienst.

Winterliche Genussmomente

Dazu hat Beemster im November die attraktive Promotion „Royaal trifft Macadamia“ mit der Königin der Nüsse – wie sie auch gerne genannt wird – und Beemster Royaal gestartet. Die australische Macadamia-Nuss ist bekannt für eine harte Schale und einen zarten Kern. Sie hat einen herrlich angenehmen Duft, knackigen Biss und einen zart buttrigen Geschmack. Zur Weihnachtszeit werden die Macadamia-Nüsse geröstet, mit Honig verfeinert und als perfekte Genusspart-



Außergewöhnlich köstlich

Beemster Royaal und Beemster Royaal Grand Cru werden in der klimaneutral zertifizierten Käseerei* von Cono Kaasmakers in Westbeemster aus 100 Prozent Weidemilch gekäst. Beide Käse reifen lange, sehr lange. Beemster Royaal genießt eine Reifezeit von sechs Monaten und Beemster Royaal Grand Cru reift sogar rund zwölf Monate. Durch die lange Reifezeit und die liebevolle Pflege der Beemster-Käsemeister werden sie zu königlichen Genuss-Käsen. Beide tragen das royale Emblem. Denn aufgrund ihrer 100-jährigen Käsetradition, echtem Handwerk und feinsten Qualität der Beemster-Käse wurde Cono Kaasmakers 2001 königlicher Hoflieferant. Beemster Royaal hat einen vollmundigen Geschmack mit zarter Süße. Komplexe sowie leicht würzige Aromen zeichnen hingegen Beemster Royaal Grand Cru aus. Beide Käse weisen trotz langer Reifezeiten einen zarten Schmelz und eine geschmeidige Konsistenz auf. Sie werden mit mikrobiellem Lab hergestellt und sind damit auch für Vegetarier perfekt geeignet.

*Climate-Neutral-Certified

ner an die Seite von Beemster Royaal und Beemster Royaal Grand Cru gestellt. Zusammen mit der verfeinerten Macadamia verfügen beide über einen reichen Geschmack und eine besondere Textur. Cremigkeit und Knusprigkeit ergänzen die erlesene Käse-Nuss-Kombination in der Festtagszeit. In dieser Komposition verfeinern sie Salate, Käseplatten und Fingerfood und sind auch pur wunderbar zu genießen. Beemster unterstützt den glänzenden Auftritt mit entsprechendem Werbemittel in Form eines Ellipsendisplays. Es kann über die Beemster-Cheese-Club-App oder über eine E-Mail an info@beemster.de gebucht werden.

Heißer Genuss mit Beemster Royaal

Wenn es draußen kalt und ungemütlich wird, ist die Zeit für die beliebten Speisen Raclette und Käse-Fondue gekommen. Beemster Royaal ist aufgrund seiner Schmelzeigenschaften perfekt für diese kulinarischen Winterhighlights. Um auf die saisonalen Verwendungsmöglichkeiten des royalen Käses aufmerksam zu machen, gibt es für die Bedienungstheken Beemster-Themenetiketten. Vorverpackte Stücke und Scheiben mit Beemster Royaal tragen zusätzlich das Etikett und machen auf attraktive Verwendungsanlässe aufmerksam. Beemster Royaal eignet sich, in geriebener Form, als würzig-aromatische Zutat perfekt zum Käsefondue. Ebenso sorgt er frisch vom Stück in Scheiben geschnitten, auch im Raclettepfännchen für geschmackliche Abwechslung zu herkömmlichen Raclettekäsen. Beim Erhitzen bleibt er geschmeidig und weich. Seine erlesenen Aromen kommen auch warm sehr gut zur Geltung. Tipp: Zum Raclette und Käsefondue entfaltet Beemster Royaal auch in der Kombination mit Trauben und Bir-



nen seinen herrlich aromatischen und leicht würzigen Geschmack. Die Rezepte zu den festlichen Winterhighlights mit Beemster Royaal finden Sie unter folgendem QR-Code (<https://beemster.de/royaal-winterrezepte>).

Fromi

Käse mit Auszeichnung



Die französische Käserei Milleret aus Charcenne in der Region Franche Comté stellt seit 1951 Weichkäse her, jährlich 8.000 Tonnen. Heute wird die Käserei in der dritten Generation von Denis Milleret geführt. Bei den World-Cheese-Awards in Trondheim gewann die Käserei mehrere Medaillen für ihre Weichkäse. Um auf diese besondere Auszeichnung hinzuweisen, werden die Packungen von Ortolan Truffe (Super Gold), Mon P'tit Creamy (Gold), Roucoulons Noix und P'tit Grey (Silber) von Oktober bis Dezember einen Sticker des World-Cheese-Awards tragen.

Arge Heumilch

Neues Rezeptheft

Das neue Rezeptheft der Arge Heumilch heißt „Kochen für Freunde“. Im Mittelpunkt stehen hochwertige Heumilch-Produkte, aus denen leckere Gerichte für gesellige Runden entstehen: darunter Fondue, Raclette und Heumilch-Wraps. Bei der Kreation der Rezepte unterstützte TV-Koch und Autor Julian Kutos. Das Rezeptheft kann kostenlos unter heumilch.com/broschueren bestellt werden.



Sortenorganisation Vacherin Mont-d'Or

Sonnenbrille statt Schnee

Der Klimawandel beschäftigt auch die Sortenorganisation Vacherin Mont-d'Or. Denn rund 80 Prozent der Produktion werden in den drei Monaten von Mitte September bis Mitte Dezember verkauft. Früher setzte dabei die Werbung auf winterliche Bilder. Doch Schnee im Dezember ist heute eher die Ausnahme, und deshalb setzte die neue Kampagne auf Bilder eines sommerlichen Spätherbstes: Weg von „Feuer und Schnee“ hin zu „T-Shirt und Sonnenbrille“. Inszeniert wurden insbesondere junge Menschen, denen die Sortenorganisation ihren Käse schmackhaft machen möchte.



Die Plakatkampagne lief in der ganzen Schweiz vom 16. September bis zum 2. Oktober. 60 Prozent der Vacherin Mont-d'Or AOP werden in der Romandie verkauft, 30 Prozent in der Deutschschweiz, 10 Prozent gehen in den Export, auch nach Deutschland. Die Sortenorganisation möchte vor allem den Marktanteil in der Deutschschweiz erhöhen.



Die Käsemaus München

Wiesn-Emmentaler zum Oktoberfest

Wie in jedem Jahr gibt es während des Oktoberfestes in dem kleinen Käse- und Feinkostgeschäft „Die Käsemaus“ einen original Allgäuer „Wiesn-Emmentaler“. „Der rund 80 Kilogramm schwere Laib wird vor dem Oktoberfest von Fachgroßhändler Heiderbeck geliefert. Ist das zweiwöchige Großereignis vorbei, ist auch der Allgäuer Emmentaler g.U. verkauft“, erklärt die Inhaberin Ivonne Schulz stolz. In dem Fachgeschäft ist es schon zu einer liebgewonnenen Tradition geworden, dass jeder Kunde, der während dieser Zeit ins Geschäft kommt, aufgefordert wird ein Stück Wiesn-Emmentaler zu kaufen. „Es ist immer wieder ein großer Spaß, alle machen mit und selbst Nicht-Emmentaler-Liebhaber erfreuen sich an der Besonderheit“, erzählt sie begeistert. Die Käsemaus ist ein inhabergeführtes Geschäft, dass seit 18 Jahren mit viel Herzblut und Leidenschaft geführt wird. Mit rund 100 Käsesorten, überwiegend aus der Schweiz und aus Frankreich sowie vielen internationalen, ist es zu einem Käseparadies im Münchner Stadtviertel Neuhausen gewachsen.



Switzerland Cheese Marketing

Schweizer Thekenpromotion

Unter dem Motto „Kaufe Schweiz. Gewinne Schweiz!“ wird die Thekenpromotion aus dem letzten Jahr wiederholt. Wer sich im Zeitraum von Oktober bis Dezember an der Käsebedienungstheke, dem SB-Regal oder der Prepack-Truhe für einen Schweizer Käse entscheidet,

hat jedes Mal eine neue Gewinnchance. Verlost werden unter allen Teilnehmern Schweizer Premium-Gewinne: eine Luxusuhr von Longines im Wert von 1.450 Euro, dreimal eine Schweiz-Reise für zwei Personen im Wert von je circa 2.000 Euro sowie 50 Schweizer Käsepakete. Um teilzunehmen muss der Kaufbeleg auf schweizerkaese.de hochgeladen werden. Für das Thekenpersonal wird zusätzlich eine Schweiz-Reise verlost. Am Point of Sale machen Werbemittel auf die Aktion aufmerksam: ein Thekendisplay mit Gewinnkarten sowie Aktions-Etiketten für die vorverpackte Ware. Der Handel kann das Gratis-Werbemittelpaket bei der Switzerland Cheese Marketing ordern (info@schweizerkaese.de).

Salzburgmilch

Geld-Zurück-Wochen

Mit der Wiederauflage der Geld-Zurück-Wochen belohnt die Salzburgmilch die Markentreue ihrer Kunden. Wer bis zum 30. November Premium- oder Bio-Premium-Produkte im Wert von mindestens 30 Euro kauft, erhält 20 Prozent (maximal 60 Euro) des Einkaufswertes zurücküberwiesen. Dazu werden die einzelnen Kaufbelege auf milch.com/geld hochgeladen und gesammelt, im Anschluss erfolgt die Erstattung des Kaufpreises. Außerdem gibt es ein Gewinnspiel für alle Teilnehmer. Es werden 50 Backhandschuhe im Salzburg-Milch-Premium-Design und 50 Köstlich-Magazine der Foodbloggerin „cookingCatrin“ verlost. Als Hauptgewinn lockt zusätzlich ein Familien-Skiurlaub im Großarlal.



Westland

Inspiration für die Bedienungstheken

Old Amsterdam stärkt mit dem neuen Cheese Ambassador Programm seine Aktivitäten an den Käsebedienungstheken. Passende POS-Pakete enthalten für die jahreszeitlich stärksten Verkaufsanlässe, wie die Grillsaison, Halloween, Herbst, Weihnachten und Neujahr passende Werbemittel. Die Rezepte Dattel-Curry-Dip, Käse-Kräuterbutter sowie Käziger Fliegenpilz werden um die ganzjährigen Basis-Rezepte für Käse-Chips und einen

Friskäsedip ergänzt. Praktisch dabei ist, dass Westland die Laborprüfung abnimmt, die notwendig ist, damit die eigenen Käsekreationen an der Theke verkauft werden können. Schiefertafeln, Tischaufsteller, Labels, Käsepicker und praktische To-Go-Schalen im Old-Amsterdam-Design machen schon von Weitem auf die wechselnden Rezepte aufmerksam. Wer Interesse an dem Programm hat, kontaktiert den Westland-Außendienst.

öma



FINDEST
DIE DU
AUCH GANZ OHNE
**TRÜFFEL-
SCHWEIN.**

biokäse ist unser ding.

Unser
Trüffelschwein
und Petit Trüffel.

Für Ihre Bio-Käsetheke.



www.oema.bio

ICH MAXX
WÜRZIG.
So wie du's maxxt.

Der scharfe Maxx
würzig und zartschmelzend

DERSCHARFEMAXX.COM

WÜRZIG ZARTSCHMELZEND EINZIGARTIG

Studer
KÄSEREI
SCHWEIZ

DER SCHARFE MAXX – EIN KÄSE, DER DEN GAUMEN KITZELT

Wenn es um Käse geht, gibt es Sorten, die man probiert und solche, die man erlebt. „Der scharfe Maxx“ gehört zur zweiten Kategorie. Dieser charakterstarke Käse aus der Schweiz bringt eine einzigartige Geschmacksexplosion auf den Teller, die Liebhaber kräftiger Aromen begeistert. Aber was macht ihn so besonders?

Hergestellt im Herzen der Schweiz, vereint „Der scharfe Maxx“ das Beste aus Tradition und modernem Käsehandwerk. Seine Wurzeln liegen in der Käserei Studer, einem Familienbetrieb, der seit Jahrzehnten für seine exzellenten Käseprodukte bekannt ist. Die sorgfältige Reifung von bis zu 365 Tagen sorgt dafür, dass sich die Aromen voll entfalten können – ein Genuss für alle Sinne.

Der Name ist Programm: „Der scharfe Maxx“ begeistert mit seiner kräftigen, würzigen Note und einem leicht pikanten Abgang. Dank der besonderen Reifung entwickelt er einen intensiven Geschmack, der sowohl Käsekenner als auch Neugierige überzeugt. Die leicht cremige Textur harmoniert perfekt mit den würzigen Nuancen – ein echtes Geschmackserlebnis, das seinesgleichen sucht.

Ob auf einer rustikalen Käseplatte, geschmolzen in herzhaften Gerichten oder pur mit einem Glas Rotwein – „Der scharfe Maxx“ passt zu vielen Gelegenheiten. Besonders gut harmoniert er mit kräftigen Begleitern wie würzigem Senf, frischem Brot oder fruchtigen Chutneys. Wer das Besondere sucht, kombiniert ihn

auch mal mit einem süßen Dessertwein – ein überraschender und doch perfekter Abschluss eines gelungenen Essens.

Fazit: Ein Muss für Käseliebhaber

Wenn Ihr Kunde auf der Suche nach einem Käse ist, der Charakter zeigt, dann ist „Der scharfe Maxx“ die richtige Wahl. Kräftig, pikant und unverwechselbar – ein Käse, der mehr ist als einfach nur ein „Brotbelag“. Setzen Sie „Der scharfe Maxx“ daher an Ihrer Theke perfekt in Szene. In unserer Emmi-Professionals-App finden Sie dazu diverse kostenlose Hilfsmittel, wie Prepacking-Etiketten, POS-Material, Truhen, Gratis-Zugaben und vieles mehr. Jetzt downloaden!

„Der scharfe Maxx“ ist dank der Verwendung von Schweizer Milch ein natürlicher, aromatisch-pikanter Käse für Liebhaber. Die delikate Spezialität wird in der Käserei Studer in Hatswil entwickelt. Nach der Herstellung und Behandlung im Salzbad erfolgt seine Lagerung und Pflege mit einer Sulz in einem speziell klimatisierten Keller. Nach eingehenden Qualitätskontrollen und einer Reifezeit von mindestens fünf Monaten ist „Der scharfe Maxx“ bereit zum Verkauf und erfreut die Käseliebhaber, die seinen würzigen, zart-schmelzenden Geschmack schätzen.

Produktname: Der scharfe Maxx

Sachbezeichnung: Schweizer Schnittkäse mit Rohmilch

Fettgehalt: mind. 56 %

Aussehen/Farbe: Teig cremig, gelblich, vereinzelte Lochung, bräunliche rustikale Oberfläche

Herstellungsgebiet: Amriswil/Ostschweiz

Ursprung: Schweiz

Geschmack: Natürlicher, aromatischer, pikant-würziger Käse

Reifedauer: mind. 5 Monate

„Der edle Maxx 365“ wird nach einem alten, traditionellen Verfahren hergestellt. Dies erfolgt mit viel Erfahrung und Fingerspitzengefühl. Dadurch bekommt der Käse seinen hervorragenden Geschmack. Nach abgeschlossener Reifung der Spezialität „Der scharfe Maxx“ wird eine Séléction weitergepflegt und bis zu 365 Tagen gereift. Er ist ein speziell würziger, hochwertiger Käse, welcher zu einem kräftigen Rotwein passt.

Produktname: Der edle Maxx 365

Sachbezeichnung: Schweizer Hartkäse mit Rohmilch

Fettgehalt: mind. 58 % Fett i.Tr.

Aussehen/Farbe: Teig: fein und brüchig, vereinzelt kleine Löcher, Rinde: natürliche Schmierebildung, rotbräunlich, mit Foodplast behandelt, Rinde nicht zum Verzehr geeignet.

Herstellungsgebiet: Amriswil/Ostschweiz

Ursprung: Schweiz

Geschmack: Extrawürzig mit Reifekristallen

Reifedauer: ca. 365 Tage

Jung, wild und frech – „Der freche Maxx“ will raus und bestimmt nicht warten. Schon nach drei Monaten verlässt er den Reife-keller der Studer Spezialitätenkäserei und überzeugt mit einem besonders milden Geschmack. Ein echter Schweizer, der auch bei Kindern gut ankommt!

Produktname: Der freche Maxx

Sachbezeichnung: Schweizer Schnittkäse mit Rohmilch

Fettgehalt: mind. 58 % Fett i.Tr.

Aussehen/Farbe: Teig weiß gelblich, zartschnittig, vereinzelt kleine Löcher, Rinde: natürliche Schmierebildung, rotbräunlich, mit Foodplast behandelt, Rinde nicht zum Verzehr geeignet.

Herstellungsgebiet: Amriswil/Ostschweiz

Ursprung: Schweiz

Geschmack: feinwürzig und zartschmelzend

Reifedauer: ca. 90 Tage



Professionals

Jetzt App downloaden
und von unserer
digitalen Servicewelt
profitieren!



Exklusives Treuepunkte-Programm

Sammeln Sie mit Ihrer Käsebestellung Treuepunkte und tauschen Sie diese in hochwertige Prämien um.



Emmi Professionals Shop

Prepack-Etiketten, Promotion-Artikel und Leih-Equipment im Online-Shop auswählen, Bestellung abschicken und gratis in den Markt gesendet bekommen. Besuchen Sie auch unseren Web-Shop im Internet: www.emmi-professionals.de.



Alle Informationen auf einen Blick

Reifezeiten, Nährwerte, Geschmacksbeschreibungen und Kombinationsempfehlungen – Sie finden hier alles Wissenswerte rund um unsere Produkte.



Der schnellste Draht zu uns

Sie haben ein dringendes Anliegen? Senden Sie uns oder Ihrem zuständigen Außendienstmitarbeiter eine Nachricht.

Anzeige

Mit den exklusiven und vielfältigen Käsespezialitäten von Prima Donna, Landana und Boer'n Trots aus dem Hause Vandersterre werden nicht nur die unterschiedlichsten Geschmacksrichtungen zufrieden gestellt, sondern jede Käseplatte wird mit ihnen auch zu einem festlichen Genuss.



Für weitere Informationen zu den Marken oder den Blauschimmel-

KÄSESPEZIALITÄTEN Z



Boer'n Trots Honigklee

Der Boer'n Trots Honigklee wird auf dem Landgut Kaamps mit Honigkleeblättern affinert und gereift. Dies verleiht ihm nicht nur einen schönen Kräuter- und Aromageruch, sondern auch einen leicht süßen, cremigen und herzhaften Geschmack. Er reift auf natürliche Weise mindestens 16 Wochen lang und ist frei von zugesetzten Aromen. 12kg-Laib, 50% Fett i.Tr.



Landana TRÜFFEL & STEINPILZ

Landana TRÜFFEL & STEINPILZ mit 4 kg wird mit echtem italienischen schwarzem Trüffel hergestellt. Feine Trüffelstückchen verleihen ihm einen delikaten, erdigen Charakter. Damit passt er wunderbar zu einem festlichen Abend. Diese Käsespezialität ist eine wahre Delikatesse mit einem exquisiten Geschmack. Perfekt für jeden Feinschmecker. 4kg-Laib, 50% Fett i.Tr.



Landana Bio-Ziegenkäse CHARMEUX

Dieser spezielle Biokäse wird auch Rotkulturrkäse genannt. Nach dem Salzbad wird dieser Käse mit einer Mischung aus Rotkulturbakterien und Salzwasser gewaschen. Dies verleiht dem Käse sein spezifisches Aussehen. Er ist weicher in der Textur und etwas kräftiger im Geschmack. Das Ergebnis: schöner und hochwertiger Biokäse mit einem charakteristischen Aroma. Er reift für ca. 6-8 Wochen in ganz speziellen Räumen, die einem Höhlenklima sehr ähneln. 3,5kg-Laib, 50% Fett i.Tr.

Und um die Aromen- und Geschmacksvielfalt auf einem weihnachtlich gedeckten Tisch noch zu vergrößern, sollten weitere exquisite Käsespezialitäten zur Auswahl stehen. So z.B. der sehr beliebte Landana Jersey Käse in den Reifegraden MILD und PIKANT, der kulinarische Allrounder Prima Donna fino sowie Landana SENF und der sehr harmonische Landana Ziegenkäse WALNUS & FEIGE.



Für jeden Käseliebhaber gehören auf eine schöne, festliche Käseplatte auch die beliebten Kuh- und Ziegenkäsespezialitäten mit Blauschimmel und Rotkulturen. Sie überzeugen mit ausgeprägten Geschmacksnoten, schönen Aromen und einem wunderbaren Aussehen.

und Rotkultur-Spezialitäten, einfach die QR-Codes scannen.

UR WEIHNACHTSZEIT



Landana BLUE

Wenigen Käsemeistern gelang es, den cremigen und geschmacklichen Reichtum des traditionellen Goudas mit Roquefort-Schimmel zu verbinden. Mit Hilfe der zarten, blauen Marmorierung entstand eine einzigartige Kombination, die die weiche, cremige Textur des holländischen Goudas mit den würzigen, kräftigen Aromen des Blauschimmelkäses verbindet. Diese einzigartige Rezeptur bringt das Beste aus beiden Welten zusammen. 3,5kg-Laib, 60% Fett i.Tr.



Prima Donna maturo

Maturo, die beliebteste Sorte von Prima Donna. Mit wunderbaren italienischen Hartkäsearomen wird er extra gereift und hat einen vollen, nussigen, angenehm herzhaften Geschmack und eine feste Konsistenz. Die feinen sichtbaren Kristalle kennzeichnen seine perfekte Qualität und seinen exklusiven Charakter. Prima Donna maturo eignet sich hervorragend für die Käseplatte und gehobelt oder fein gerieben für italienische Gerichte. 12kg-Laib, 45% Fett i.Tr.



Landana Jersey X.O.

Landana Jersey wird aus der reichhaltigsten, nicht entrahmten Jersey-Milch hergestellt, was zu einem wunderbar kräftigen, extra gereiften Käse mit unwiderstehlich cremigen Geschmack führt. Er reift traditionell mindestens 18 Monate lang auf Holzbrettern. Das herrliche Knirschen der Kristalle in Kombination mit seiner köstlichen Cremigkeit verleiht diesem Käse ein einzigartiges Aroma, das ihn zu etwas ganz besonderem macht. 11,5kg-Laib, 50% Fett i.Tr.

Sollten Sie noch weitere Anregungen für die bevorstehende Weihnachtszeit benötigen oder Fragen zum Käsespezialitäten-Sortiment haben, so schauen Sie auf www.vandersterre.de oder Sie wenden sich direkt an das Vandersterre Verkaufsteam: **Niels Oskam** + 49 152 563 93 140, n.oskam@vandersterre.nl oder **Paul Mus** + 49 174 924 356 3, p.mus@vandersterre.nl

Käserellen

Produktname:
 (Bio) Nuss Rebell
Käsegruppe: Schnittkäse
Herkunft: Österreich
Fettgehalt: 50 % i.Tr.
Lab: tierisch
Gewicht: 3 kg (Halblaib)



Nach seiner Sommerpause ist der Nuss Rebell in konventioneller und Bio-Qualität zurück in den Käsebedienungsstheken. Der Schnittkäse aus Bergbauern-Heumilch besitzt eine weiche Konsistenz sowie eine essbare bräunliche Rinde. Kleine Walnussstückchen im elfenbeinfarbenen Teig verleihen dem Käse seinen besonderen Geschmack nach Nuss, Vanille und Lebkuchen.

Käserellen

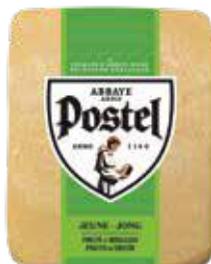
Produktname:
 (Bio) Raclette Rebell
Käsegruppe: Schnittkäse
Herkunft: Österreich
Fettgehalt: 48 % i.Tr.
Lab: tierisch
Gewicht: 3 kg (Halblaib)



Für frischen Wind sorgt in der kalten Jahreszeit der Raclette Rebell. Erhältlich ist der Klassiker in den kommenden Wochen als 3-kg-Halblaib sowohl in konventioneller als auch in Bio-Qualität. Kennzeichnend für den buttergelben Käse sind eine kleine Lochung und ein fein schmelzender Teig. Der cremige Käse empfiehlt sich auch in Aufläufen oder auf knusprigem Brot.

Savencia

Produktname:
 Postel Jeune, Postel Vieux
Käsegruppe: Schnittkäse,
 Hartkäse
Herkunft: Belgien
Fettgehalt: mind. 50 % i.Tr.
Lab: mikrobiell
Gewicht: 3 kg



Unter dem Namen Postel bietet Savencia den belgischen Abteikäse an: Der Postel Jeune reift zirka sechs Wochen und zeichnet sich durch einen sahnig-buttrigen Geschmack mit fruchtig-blumigen Noten aus. Postel Vieux hat eine Reifedauer von mindestens sechs Monaten, einen würzigen Charakter und eine feinnürbe Konsistenz mit beginnenden Reifekristallen.

Henri Willig

Produktname: Henri Willig
 Bio Ziegenkäse Supreme
Käsegruppe: Schnittkäse
Herkunft: Niederlande
Fettgehalt: mind. 50 % i.Tr.
Lab: mikrobiell
Gewicht: 300 g



Der Henri Willig Bio Ziegenkäse Supreme besitzt einen nussigen, leicht süßen Geschmack und ist voller Reifungskristalle. Jedes Stück dieses cremigen Käses wiegt etwa 300 Gramm, kann aber aufgrund der Reifung leicht variieren. Henri Willig bietet ihn in limitierter Auflage vakuumverpackt an. Er schmeckt wunderbar mit Nüssen und Obst, aber auch einfach mit etwas Honig.

Fromi

Produktname:
 Briquerousse d'Argental
Käsegruppe: Weichkäse
Herkunft: Italien
Fettgehalt: mind. 67 % i.Tr.
Lab: mikrobiell
Gewicht: ca. 1 kg



Der Briquerousse d'Argental wird aus Büffelmilch in Bergamo, Italien, handwerklich hergestellt. Der Weichkäse besitzt einen dichten, cremigen Teig. Er zeichnet sich durch seine originelle Ziegelsteinform aus. Seine Rinde wird mit Salzwasser gewaschen und mit natürlichem Annato leicht gefärbt. Während der Reifung bildet sich die Rinde und wird orangefarben.

Fromi

Produktname:
 Brique d'Argental
Käsegruppe: Weichkäse
Herkunft: Italien
Fettgehalt: mind. 60 % i.Tr.
Lab: mikrobiell
Gewicht: ca. 1 kg



Ein weiterer Weichkäse aus Büffelmilch ist der Brique d'Argental. Er stammt aus der italienischen Stadt Bergamo und besitzt eine auffällige Ziegelsteinform, die sich perfekt zum Schneiden eignet. Seine blütenweiße Rinde umhüllt einen dichten, cremigen Teig.

Fromi

Produktname:

Noixrousse d'Argental

Käsegruppe: Weichkäse

Herkunft: Frankreich

Fettgehalt: mind. 50 % i.Tr.

Lab: tierisch

Gewicht: ca. 1,2 kg



Dieser französische Weichkäse mit feinem Walnussaroma wird in einer Käserei in Burgund aus lokaler Milch nach traditionellen Methoden hergestellt. Er reift so lange, bis sich seine reichen Aromen mit einem nussigen Geschmack entfalten und er eine weiche, feine Textur besitzt.

Fromi

Produktname:

Cremoso al pesto

Käsegruppe: Käsezubereitung

Herkunft: Italien

Fettgehalt: mind. 48 % i.Tr.

Lab: tierisch

Gewicht: ca. 1,8 kg



Der in Italien, im Herzen Venetiens, hergestellte Cremoso al Pesto verwendet eine Basis aus 90 Tage gereiftem Gorgonzola DOP. Anschließend wird er mit einer grünen Pesto Zubereitung verfeinert. Dieser Käse ist nur auf Vorbestellung erhältlich, um seine Frische zu garantieren. Löffelweise, auf Toast oder geröstetem Brot serviert, ist der Cremoso al Pesto ein wahrer Genuss.

Fromi

Produktname: Tiramiblu

Käsegruppe: Käsezubereitung

Herkunft: Italien

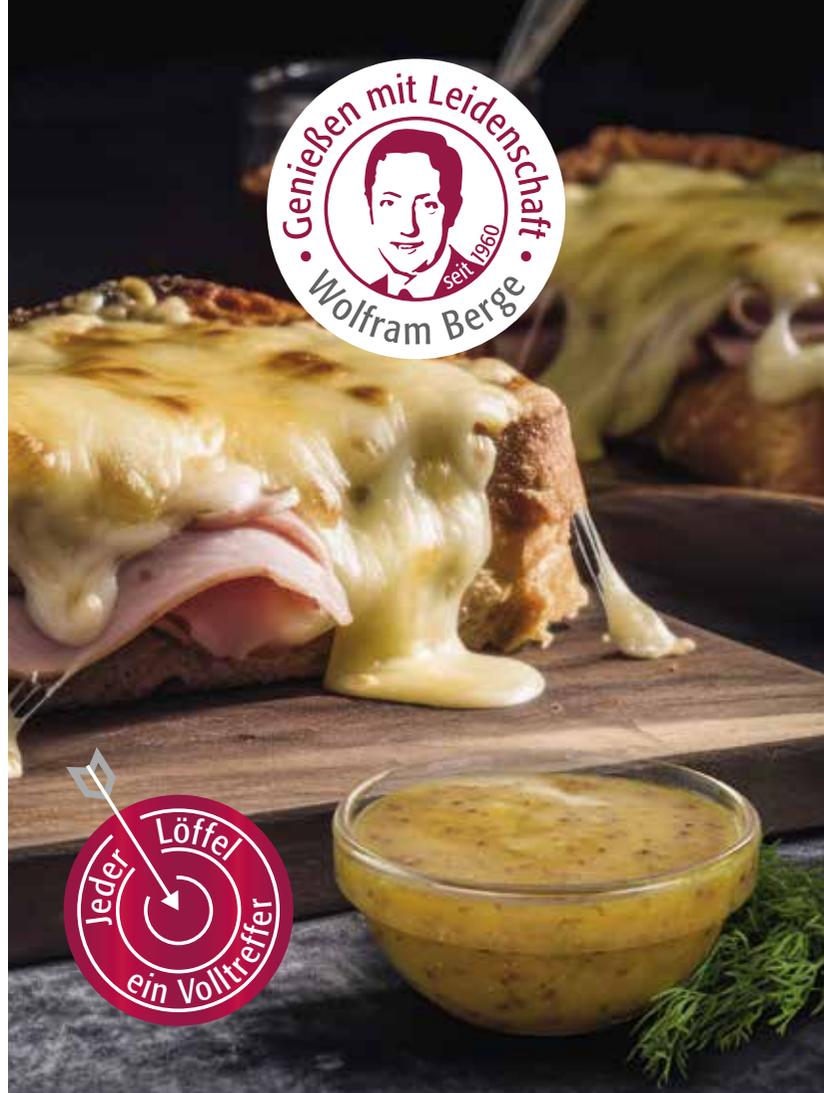
Fettgehalt: mind. 66 % i.Tr.

Lab: tierisch

Gewicht: ca. 1,8 kg



Der Tiramiblu, der auf der Grundlage eines cremigen Gorgonzolas DOP hergestellt und mit einem Kaffeeikör angereichert wird, ist mit einem Kakaoschleier bestäubt, um an Tiramisu zu erinnern. Der überraschend süß-salzige Geschmack dieses Käses erinnert an das klassische italienische Dessert. Der Tiramiblu ist nur auf Vorbestellung erhältlich.



**Ultimativer, mild-süßer Genuss-Allrounder:
Die NEUE Senf-Dill Sauce von Wolfram Berge**

- ✓ mehr als 50 % Senf-Anteil als 1. Zutat
- ✓ Premium-Zutat Rheinischer Zuckerrübensirup g.g.A.
- ✓ knackig-körniger Senf & feinste Dillspitzen
- ✓ vegan & von Hand gerührt
- ✓ 100 % frei von Aroma- & Zusatzstoffen



ANZEIGE

GELEBTE TRADITION

Mit ihrer neuesten Erweiterung des Thekensortiments vereint die Bergader Privatkäserei Trendbewusstsein und Tradition in einem cremig-milden Weichkäse mit feinem Milchsimmel: Lottes Liebling.

Die Neuheit ist eine Hommage an Charlotte Steffel, die Tochter des Firmengründers Basil Weixler und zentrale Figur der Bergader Firmengeschichte. Das moderne, zeitlose Design ist dabei inspiriert vom traditionellen Käsehandwerk und spiegelt den besonders weichen und cremigen Charakter des Käses wider. Lottes Liebling ist ein feiner Weichkäse aus frischer Alpenmilch mit cremiger Textur, mildem Geschmack und zarter Rinde.

Die Käse Neuheit von Bergader bietet eine fettärmere Alternative zu anderen Weichkäse-Sorten und unterstützt so einen modernen, gesünderen sowie qualitätsbewussten Lebensstil. Mit zunehmendem Alter entwickelt der Käse eine leichte Würze, bleibt aber angenehm im Mundgefühl. Das Produkt ist von Natur aus laktose- und glutenfrei, kommt garantiert ohne Gentechnik aus und ist für den vegetarischen Genuss geeignet.



Lottes Liebling von Bergader ist als 1,6 Kilogramm Rundlaib zu einer unverbindlichen Preisempfehlung von 14,99 Euro je Kilogramm in der Käsetheke erhältlich.

Hamburger Käselager

Produktname: Storm's Irrtum
Käsegruppe: Schnittkäse
Herkunft: Deutschland
Fettgehalt: mind. 20 % i.Tr.
Lab: tierisch
Gewicht: 2 kg



Storm's Irrtum ist ein typischer Schnittkäse aus Nordfriesland. Er wird in der Meierei Nordweide im nordfriesischen Süderlügum nach einem alten Rezept hergestellt. In Anlehnung an den „Holsteiner Lederkäse“ wird dieser Käse mit einem geringen Fettanteil gekäst. Anschließend reift er mindestens zehn Wochen im Meierhof Möllgaard.

Hamburger Käselager

Produktname: Primeo
Käsegruppe: Hartkäse
Herkunft: Dänemark
Fettgehalt: 45 % i.Tr.
Lab: tierisch
Gewicht: 6,8 kg



Das Skandinavien-Sortiment des Hamburger Käselagers wird mit Primeo aus Dänemark um einen weiteren besonders würzigen und lang gereiften Hartkäse ergänzt. Der Käse reift rund zwölf Monate und zeigt einen erstaunlich geschmeidigen Teig. Einzelne Reifekristalle im Käseteig sind ein weiteres Qualitätsmerkmal dieses Kuhmilchkäses.

Hamburger Käselager

Produktname: Cheddar Luck o' Irish
Käsegruppe: Hartkäse
Herkunft: Irland
Fettgehalt: 48 % i.Tr.
Lab: mikrobiell
Gewicht: 1,2 kg (Halblaib)



Der neue Cheddar Luck o' Irish ist ein sechs Monate gereifter Cheddar aus Irland von der Old Irish Creamery Cheese. Dieser Cheddar-Mix ist eine Komposition aus Irish Whiskey, Sage Derby und Red Cheddar und ist mit seinem 1,2-kg-Halblaib ein echter Hingucker im Thekensortiment.

Thomas Export

Produktname:
Fondue Saint Nectaire AOP
Käsegruppe: Weichkäse
Herkunft: Frankreich
Fettgehalt: 45 % i.Tr.
Lab: tierisch
Gewicht: 250 g



In seiner hitzebeständigen Holzschachtel lässt sich der Fondue Saint Nectaire AOP einfach im Ofen oder in der Mikrowelle in maximal 15 Minuten zubereiten. Eine Portion dieses französischen Ofenkäses von Dischamps, der wie ein Fondue genossen werden kann, reicht für zwei bis drei Personen.

Thomas Export

Produktname:
Le Pavé de Vache
Käsegruppe: Schnittkäse
Herkunft: Frankreich
Fettgehalt: ca. 56 % i.Tr.
Lab: tierisch
Gewicht: ca. 2,8 kg



Aus Rohmilch wird der Le Pavé de Vache von den Fermiers Basco Béarnais im Ziegelformat hergestellt. Erhältlich ist er mit verschiedenen Zutaten (Natur, Bärlauch, Espelette-Chili, schwarzer Pfeffer). Der Schnittkäse mit seinem biegsamen, weichen Teig und buttrigem Geschmack kann wunderbar als Raclette-Käse verwendet werden.

Thomas Export

Produktname: Ossau-Iraty
Käsegruppe: Schnittkäse
Herkunft: Frankreich
Fettgehalt: ca. 57 % i.Tr.
Lab: tierisch
Gewicht: ca. 2,5 kg



Der Ossau-Iraty aus bäuerlicher Herstellung von den Fermiers Basco Béarnais wird aus der Milch von Schafen der für das Basenland typischen Rasse Manech Tête noire hergestellt. Der Teig des Schnittkäses ist fest, ohne brüchig zu sein. Geschmacklich vermischen sich Noten von Haselnüssen mit Aromen von Heu.

Ruwisch & Zuck/Käsespezialisten Süd

Produktname:
Moser Roter Knopf
Käsegruppe: Weichkäse
Herkunft: Schweiz
Fettgehalt: mind. 55 % i.Tr.
Lab: tierisch
Gewicht: 35 g



Ein kleines rotes Juwel und ein Hingucker auf jeder Käseplatte ist der Moser Roter Knopf aus dem Schweizer Jura. Ein Mini-Weichkäse mit einem Anflug von Rotschmier-Flora, der vollmundig, fruchtig und mild-aromatisch schmeckt. Er reift mindestens eine Woche. Ein Karton für den Handel enthält sechs 35-g-Laibe.

ANZEIGE

**5 Minuten
Wellness für den
Gaumen.**

ZEIT IST GLÜCK.
GLÜCK IST L'HORLOGER. 

www.fromage-horloger.ch

L'HORLOGER

Ruwisch & Zuck/Käsespezialisten Süd

Produktname: Mammut Käse
Käsegruppe: Hartkäse
Herkunft: Österreich
Fettgehalt: 45 % i.Tr.
Lab: mikrobiell
Gewicht: 150 g



Die Kunst der Tiroler Käsemeister steckt in dem sechs Monate gereiften und mit Rotkulturen gepflegten Mammut Käse. Der Hartkäse aus Bergbauernmilch ist leicht parmesanartig. Für die Prepacking-Theke werden pro Karton acht 150-g-Stücke geliefert.

Ruwisch & Zuck/Käsespezialisten Süd

Produktname: Gran Albiero Duro Italian
Käsegruppe: Hartkäse
Herkunft: Italien
Fettgehalt: mind. 32 % i.Tr.
Lab: mikrobiell
Gewicht: 19 kg (Halblaib)



Ein Hartkäse aus Rohmilch ist der Gran Albiero Duro Italian. Er stammt aus der Region Venetien und ist auch für Vegetarier geeignet, da er mit mikrobiellem Lab hergestellt wird. Mit seinem aromatischen Geschmack ist er besonders lecker, wenn er über Gerichte gerieben wird. Der Handel bestellt jeweils zwei 19-kg-Halblaibe (horizontal geteilt).

Ruwisch & Zuck/Käsespezialisten Süd

Produktname: Fleur des Alpes
Käsegruppe: Halbfester Schnittkäse
Herkunft: Frankreich
Fettgehalt: mind. 40 % i.Tr.
Lab: tierisch
Gewicht: 220 g



Aus dem Departement Haute-Savoie in der Region Auvergne-Rhône-Alpes stammt der Fleur des Alpes. Der halbfeste Schnittkäse reift mindestens zwölf Tage, ist feinwürzig und besitzt eine cremige Textur. Ein Karton für den Handel enthält acht 220-g-Halblaibe.

Ruwisch & Zuck/Käsespezialisten Süd

Produktname: Queso de Oveja con Olivas, con Flores, con Trufa
Käsegruppe: Hartkäse
Herkunft: Spanien
Fettgehalt: mind. 45 % i.Tr., mind. 50 % i.Tr.
Lab: tierisch
Gewicht: 3 kg



Mit schwarzen Oliven (mind. 45 % Fett i.Tr.), mit Blüten (mind. 45 % Fett i.Tr.) oder mit Sommertrüffeln (mind. 50 % Fett i.Tr.) sind die aromatischen spanischen Schafskäse aus der Region La Mancha verfeinert. Die Hartkäse reifen zwischen drei und vier Monaten. Sie werden mit tierischem Lab hergestellt. Eine Liefereinheit umfasst jeweils zwei 3-kg-Laibe.

Ruwisch & Zuck/Käsespezialisten Süd

Produktname: Grana Padano DOP
Käsegruppe: Hartkäse
Herkunft: Italien
Fettgehalt: mind. 32 % i.Tr.
Lab: tierisch
Gewicht: 19 kg (Halblaib)



Der Grana Padano DOP besitzt eine geschützte Ursprungsbezeichnung und wird mit Rohmilch in der Lombardei hergestellt. Der zylindrische Laib mit leicht nach außen gewölbten Seitenflächen wird horizontal geteilt. Geliefert werden pro Einheit zwei 19-kg-Halblaibe. Der Hartkäse besitzt einen süßlich-aromatischen Geschmack und eignet sich als Snack oder zum Reiben.

Ruwisch & Zuck/Käsespezialisten Süd

Produktname: Boer'nkaas Subliem
Käsegruppe: Schnittkäse
Herkunft: Niederlande
Fettgehalt: 54 % i.Tr.
Lab: tierisch
Gewicht: 55 kg



Direkt vom Bauernhof in Südholland stammt der Boer'nkaas Subliem. Der Schnittkäse aus erhitzter, nicht pasteurisierter Milch reift mindestens zehn Monate. Er besitzt eine feste Konsistenz und ist sehr vollmundig im Geschmack. Mit 55 Kilogramm pro Laib ist er ein echtes Schwergewicht.



Foto: AdobeStock.com/ Stylecore

Wir wünschen frohe Weihnachten!

Es weihnachtet in der **KÄSE-THEKE**. Und schon jetzt liegen wieder einige kleinere und größere Päckchen unter dem Weihnachtsbaum. Wer eines unserer Weihnachtspresents gewinnen möchte, muss nur eine Frage richtig beantworten und ein bisschen Glück haben. Das Team der **KÄSE-THEKE** wünscht frohe Weihnachten.

HOCHLAND
exklusive Rösle-Käsemesser

15
STÜCK

EMMI
Rezeptbuch "Käse macht glücklich"
mit Rezepten des Schweizer
Sternkochs
Adrian Bühler

10
STÜCK

ERLEBNISSENNEI ZILLERTAL
Käsepaket mit einer
Auswahl an Heumilch-Käsen

5
STÜCK

ANZEIGE

Prämierter,
höhlengereifter
Raclettekäse aus der
Schweiz

seiler
SEIT 1928

Jäckle
Käse

Bist du bereit für köstliches
Raclette? Entdecke über
40 Sorten und genieße
unvergessliche Raclette-
Geschmackserlebnisse!

Zur Jäckle Raclette Auswahl:



KÄSEREBELLEN

Bergpanorama-Wochenende für zwei Personen in Zell am Ziller

Bei den Käserebellen hat das Käserei Handwerk eine lange Tradition. Seit 1860 wird in Sulzberg die Milch der Bauern zu Käse verarbeitet. Heute, über 160 Jahre später, liefern mehr als 500 Bergbauern aus der Alpenregion, wie dem Bregenzerwald, dem Großen Walsertal, Tirol und dem angrenzenden Allgäu ihre gehaltvolle Bergbauern-Heumilch an die Sennereien in Sulzberg, in Thüringerberg und an die Sennerei in Zell am Ziller im Zillertal. Der Name „Käserebellen“ drückt genau das aus, was diese Käsemanufaktur ausmacht. Eine kleine, feine – wenn man will „rebellische“ Sennerei – die ihre Käsespezialitäten weit über die Grenzen Österreichs bekannt und beliebt machen möchte. Die Käserei hat sich auf die Herstellung von Weich-, Schnitt- und Hartkäse aus 100 % Bergbauern-Heumilch spezialisiert. Beim Bergpanorama-Wochenende für zwei Personen in Zell am Ziller können Sie dem Käsermeister über die Schulter schauen und sich auf ein genussreiches Wochenende im Vier-Sterne-Hotel Sonnenhof in Zell am Ziller (sonnenhof.tirol) freuen. Und mit dem Einkaufsgutschein für die Rebellen-Alm in Zell am Ziller haben Sie die Möglichkeit die Rebellen-Käse auch ausgiebig zu probieren.



GEBR. BALDAUF
Käsebox mit Köstlichkeiten aus dem Allgäu

VANDERSTERRE HOLLAND

20 x Landana-Päckchen mit Jersey-Socken und Kartenspielen



ÖMA

„ÖMA WinterGaumenSchmaus“



VALLÉE VERTE

Käsepaket mit einer köstlichen Auswahl an Bio-Käse



ARGE HEUMILCH

exklusive Heumilch-Schürzen



DIE KÄSEMACHER

Antipasti Gourmetglas (1,5 kg), dass das Herz jedes Gourmets höher schlagen lässt



★ WEIHNACHTSGEWINNSPIEL ★

Foto: AdobeStock.com/ Stylecore



TEILNAHME

EINSENDESCHLUSS: 31.12.2024

Wo wurde der Kreativ Award 2024 verliehen?

- Hannover
- Neuwied
- München

Ich arbeite an der Käsetheke von:

Wenn ich gewinne, schicken Sie mir mein Weihnachtspräsent bitte an meine Privatadresse:

Name, Vorname: _____

Straße, Hausnummer: _____

PLZ, Ort: _____

E-Mail: _____

Einfach ausfüllen, ausschneiden und per Post/Fax/E-Mail senden an:

B&L MedienGesellschaft
Redaktion KÄSE-THEKE
 >> Weihnachtsgewinnspiel <<
 Postfach 1363
 53492 Bad Breisig
 Fax: 0 26 33/45 40-99
 E-Mail: tw@blmedien.de

WESTLAND KAAS
 Käsehobel im exklusiven Old-Amsterdam-Look




WOLFRAM BERGE
 Feinkost-Pakete bestehend aus Rotwein, Paprika Cracker, Snowdonia Cheddar und Wolfram Berge Paprika Gelee sowie der Original Tessiner Senfsauce Birne süß scharf




KÄSE-THEKE
 Überraschungspaket




Abbildung dient nur als Beispiel

Foto: AdobeStock.com/ xadartstudio

ANZEIGE

schönengrunder bergkäse



- 100% vegetarisch durch reines mikrobielles Lab ohne Zusatzstoffe
- Aus reinster Schweizer Berg-Milch hergestellt
- Gereift mit Salz ohne Rieselhilfe und Zusatzstoffe
- Gelagert auf unbehandelten Fichtenholzbrettern

Der Geschmack von Tradition und Qualität!
 Unser Schönengrunder Bergchäs wird aus silofreier Milch hergestellt, die ausschliesslich im Berggebiet produziert und verarbeitet wird.

Durch die intensive, fachmännische Pflege im Käsekeller entsteht eine natürliche Rinde, die dem Käse seinen unverwechselbaren Geschmack verleiht. Unser Schönengrunder Bergchäs ist in drei verschiedenen Reifestufen erhältlich. (3 – 4 Monate: mild-würziger Geschmack, 6 Monate: kräftig-würziger Geschmack, 8 Monate: rezent-würziger Geschmack.)




imlig.com

DREI SÄULEN FÜR DEN ERFOLG

Mit dem Konzept Haute Fromagerie möchte Savencia das Fachpersonal und die Käse in der Bedienungstheke zukünftig unterstützen.



Savencia steht für eine Vielzahl an Käsespezialitäten. Um diese zukünftig noch besser an den Bedienungstheken zu unterstützen, hat das Unternehmen die Haute Fromagerie vorgestellt. Frédéric Nalis, Vorsitzender Geschäftsführung Deutschland, hat im Gespräch mit der **KÄSE-THEKE** die Bedeutung von hochwertigen Käsen und deren Unterstützung erklärt.

KÄSE-THEKE: Welchen Stellenwert hat die Bedienungstheke aus Ihrer Sicht heutzutage im Einzelhandel?

Frédéric Nalis: Für uns als Nummer eins für hochwertige Käsespezialitäten in Deutschland¹ und als Marktführer im Bereich Käsetheke² ist die Bedienungstheke strategisch enorm wichtig. Wir sind fest

davon überzeugt, dass sie auch zukünftig eine bedeutende Rolle spielen wird. Die Bedienungstheke ist der zweitwichtigste Absatzkanal für Käse und ein Anziehungspunkt für kaufkräftige Shopper. Nach einem Rückgang in der Corona-Zeit sehen wir seit dem vergangenen Jahr eine Erholung der Situation an der Theke: So ist die Menge an verkauftem Käse je Käuferhaushalt von 4,228 kg auf 4,479 kg gestiegen und erreicht damit nahezu wieder den Wert von 2020. Vor allem verzeichnen wir aber wachsende Ausgaben an der Käsetheke: Mit 62,37 Euro je Käuferhaushalt im Jahr steigen die Käuferausgaben auf ein Rekordniveau seit 2019³.

Wie wichtig ist die Theke für hochwertige Käse?

Wir verstehen die Käsetheke als eine Genusswelt, in der Geschmacksgeschichten erzählt und geschrieben werden. An der Theke kaufen tendenziell eher Menschen mit höherem verfügbarem Einkommen ein⁴, und die Shopper gehen an die Käsetheke, wenn sie etwas Besonderes suchen, wie Länderspezialitäten⁵. Daher ist die Theke für Premiumprodukte äußerst wichtig. Das Sortiment muss sich durch Qualität, Genuss und besondere Expertise auszeichnen und kann so zu einer attraktiven Wertschöpfung im Handel beitragen.

Savencia hat die Haute Fromagerie vorgestellt. Was verbirgt sich dahinter?

Mit unserem neuen Konzept Haute Fromagerie setzen wir genau hier an

und möchten die Käsetheke weiterentwickeln und ihr neue Impulse geben. Unser Thekenkonzept Haute Fromagerie besteht aus drei Säulen: Sortiment, Activation und Education. So bieten wir unter diesem Absender für die Käsetheke besondere Käsesorten, die sich durch ihren Premium-Charakter, regionale Tradition und Handwerkskunst sowie ihren exzellenten Geschmack auszeichnen. Darüber hinaus haben wir ein eigenes Marketing- und Vertriebsteam für die Käsetheke aufgestellt. Unsere Käse-Sommeliers, Bezirksleiter und Key-Account-Manager verfügen über Fachwissen, das sie in Schulungen an das Thekenpersonal weitergeben. Neben den Schulungen zu Produkten und Verkaufstechniken setzen wir auf kontinuierliche Promotions, um die Umsätze an der Theke zu steigern.

Wie unterstützt Savencia die Theke am PoS?

Savencia führt circa drei bis vier Mal pro Jahr Promotions an der Theke durch. Oft steht dabei das Thema „Pairing“ im Fokus, also Produkte, die sich gut mit Käsegenuss kombinieren lassen. Auf diese Weise wollen wir auch für Cross-Selling in den Märkten sorgen. Aktuell haben wir passend zur kalten Jahreszeit eine Promotion mit dem Schwerpunkt Käse und Wein. Beim Kauf von mindestens 200g Aktionskäse erhalten Konsument:innen einen Korkenzieher als Gratiszugabe.

Neben der Abverkaufsunterstützung ist natürlich unser Sortiment ein wichtiger

Erfolgsfaktor. Denn der Hauptgrund für den Kauf an der Käsetheke ist das Angebot von Käse-Spezialitäten, die im SB nicht zu finden sind⁶. So bieten wir unseren Handelspartnern eines der umfangreichsten Sortimente in allen Kategorien für die Theke.

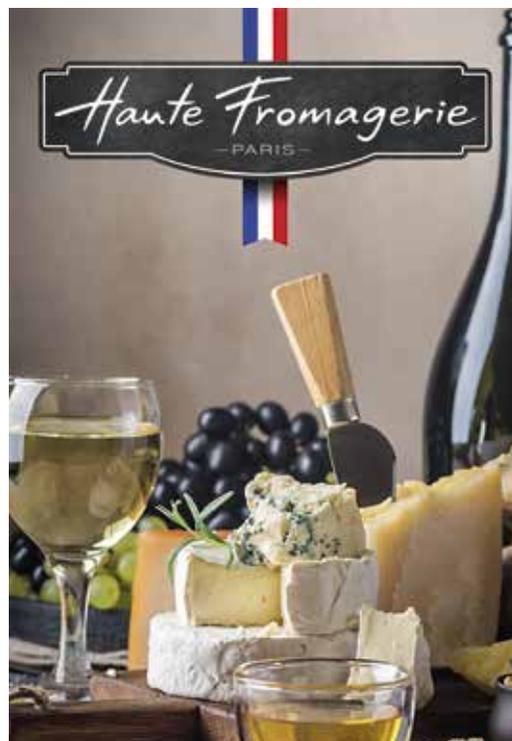
Gibt es neben der Verkaufsunterstützung auch eine fachliche Unterstützung in Form von Schulungen des Personals?

Eine umfassende und kompetente Beratung stellt einen der wichtigsten Gründe für den Kauf an der Käsetheke dar⁷. Auf unserem Thekenforum im Mai wies Trendforscher Thomas Ebenfeld zudem darauf hin, dass vor allem bei jüngeren Zielgruppen Genussleitbilder sinnstiftend sind. Wenn sie beispielsweise ein Connaissanceurturn bei Käse zeigen können, ist das für sie ein Statussymbol. Daher sind das Storytelling und die Vermittlung von Hintergrundinformationen zu Herkunft und Herstellung der verschiedenen Käsearten und -sorten durch das Thekenpersonal essenziell. Im Rahmen unseres Haute Fromagerie Konzepts bauen wir die Schulungen des Thekenpersonals weiter aus. Dies geschieht sowohl direkt durch unser kompetentes Vertriebsteam, das über sehr viel Wissen verfügt, als auch über separate Schulungen bei einzelnen Handelspartnern. Eine Besonderheit hierbei ist, dass wir auch Berufseinsteiger und Auszubildende einbeziehen.

Welchen Wunsch hätten Sie an den Handel im Hinblick auf die Förderung der Theken und deren Mitarbeiter?

Das volle Potenzial der Käsetheke kann nur ausgeschöpft werden, wenn alle Beteiligten zusammenarbeiten. Hersteller können hierzu vor allem durch das Anbieten kundenrelevanter Produkte und verstärkte Wissensvermittlung beitragen. Wichtig für die Motivation des Thekenpersonals ist aus unserer Sicht eine

Unter der neuen Marke „Haute Fromagerie“ bietet Savencia ein umfangreiches Spezialitätensortiment, gepaart mit PoS-Unterstützungen sowie Schulungen an.



stärkere Wertschätzung ihrer Arbeit von allen Seiten. Durch diese Kombination lassen sich Beratungsqualität und Abverkaufserfolge steigern sowie eine echte Wertschöpfung für die Märkte erzielen. tw

¹ Nielsen, Gelbe Linie SB inkl. Brotaufstrich, Umsatz, LEH+DM; YTD KW 26 2024
² Nielsen, Gelbe Linie Theke, Umsatz, LEH+DM; YTD KW 26 2024
³ Menge/ Ausgaben je Käuferhaushalt, CPS DE GfK Consumer Panel CP+2.0 Fresh Food, Jahre 2019-2023
⁴ K&A Brand Research, Drivers and barriers Cheese counter, März 2022
⁵ Quelle: Trend Evaluation Frisch-/ Bedientheke Käse, Mafo Werk 2024
⁶ Quelle: Trend Evaluation Frisch-/ Bedientheke Käse, Mafo Werk 2024
⁷ Quelle: Trend Evaluation Frisch-/ Bedientheke Käse, Mafo Werk 2024

ANZEIGE



ROTER STIER
IN DER KÄSEREI GEKÄST UND GEPFLEGT

Unser kräftig pikanter Roter Stier wird im schönen Alpenland St. Gallen und Appenzellerland traditionell hergestellt. Er reift 4 – 5 Monate auf naturbelassenen Fichtenholzbrettern und wird mit feinstem und reinem Alpensalz gepflegt.

Selbstbewusst im Auftreten und zuverlässig im Geschmack. Ein Naturprodukt mit Charakter. Unsere Empfehlung für anspruchsvolle Kunden.



Da sehe ich Rot!



- ➔ SPECKIG DER TEIG, HARMONISCH/KRÄFTIG SEIN AROMA
- ➔ AUS REINSTER SCHWEIZER MILCH HERGESTELLT
- ➔ GEREIFT MIT ALPENSALZ OHNE RIESELHILFE UND ZUSATZSTOFFE
- ➔ GELAGERT AUF UNBEHANDELTEN FICHTENHOLZBRETTERN



www.imlig.com



WOLFRAM BERGE FESTTAGSTIPP:

Stilvolle Käseplatte und Original Tessiner Senfsaucen

Gerade in der Weihnachtszeit verwöhnen wir uns alle gerne mit Stollen, Lebkuchen und süßen Desserts. Eine elegante und beliebte Alternative ist eine **stilvoll zusammengestellte Käseplatte**. An den Festtagen nimmt man sich gerne Zeit, um mit der Familie und Freunden gemütlich zusammen zu sitzen. Eine Käseplatte ist abwechslungsreich und sorgt für ein geselliges, genussreiches Miteinander. Bei einer sorgfältigen Käseauswahl – von mild bis würzig, cremig bis fest, ist für jeden Geschmack etwas dabei.

Um das geschmackliche Potential der Käsesorten zur vollen Entfaltung zu bringen, sind die **Original Tessiner Senfsaucen von Wolfram Berge Delikatessen** ein echter Festtagstipp. Denn die süße, fruchtige Schärfe der **Original Tessiner Senfsaucen** kombiniert mit der passenden Käsesorte, sorgt für außergewöhnliche Geschmackserlebnisse.

Der Kreativität und Genussfreude sind mit den **Original Tessiner Senfsaucen**

keine Grenzen gesetzt, man kann nach Herzenslust das eigene genussvolle Käse-Traumpaar suchen. Die **Original Tessiner Senfsaucen** stehen für **herausragende Qualität** und **Genuss** und sind in vielen verschiedenen Geschmacksrichtungen erhältlich, perfekt abgestimmt für echte Käseliebhaber!

Die Original Tessiner **Senfsauce Grüne Feige** eignet sich mit ihrer fruchtig-pulsierenden Schärfe zu allen Käsesorten, ob mild oder würzig, jung oder gereift. Der klassische Gourmet Allrounder, der nie zum Käse fehlen darf!

Die fruchtig-scharfe Original Tessiner **Senfsauce Rote Feige** passt zu allen würzigen Kuh-, Schafs- und Ziegenkäsesorten. Sie ist nicht nur ein Hingucker wegen ihrer dunkelrot-violetten Farbe, sie ist auch ein leckerer Geheimtipp bei allen Käse-Liebhabern.

Die Original Tessiner **Senfsauce Birne** ist eine fruchtig-scharfe Gaumenverführerin. Sie passt zu Weich- und Edelschimmel-

käse, gereiftem Schafskäse und auch zu kräftigerem Blauschimmelkäse wie dem italienischen Gorgonzola, dem französischen Roquefort oder dem englischen Blue Stilton. Die Geschmacksrichtung Birne ist Verführung pur für Käse-Anfänger bis Kenner!

Die fröhlich gelb leuchtenden Früchte der Quitte sind sehr aromatisch. Sie verleihen der Original Tessiner **Senfsauce Quitte** eine fruchtige Note, die perfekt mit dem süßlich-scharfen Geschmack der Tessiner Senfsauce harmoniert. Ideale Käsepartner sind Weich- und edelgereifte Hartkäsesorten, wie beispielsweise Appenzeller.

Den Namen **„Das Original“** tragen die Senfsaucen von Wolfram Berge, weil sie zum ersten Mal im Tessin, in enger Zusammenarbeit mit dem Hause Vanini, hergestellt wurden. Für diese Premium-Senfsaucen werden nur erstklassige Früchte und Zutaten verwendet.

Bei der Zusammenstellung der Käseplatte sollte darauf geachtet werden, vier bis fünf unterschiedliche Käsesorten auszuwählen, die sich in ihrer Milchart und Textur voneinander unterscheiden. Hierbei sollten Qualität und Geschmack im Vordergrund stehen. Experten empfehlen eine Menge von 70g - 100g Käse pro Person für Desserts und Buffets, während für Hauptgänge eine Menge von 170g - 200g pro Kopf empfohlen wird. Frisches Obst, Feigen, knackige Nüsse, Brot oder Cracker unterstreichen zudem die Aromen der Käsesorten und sind mit den **Original Tessiner Senfsaucen von Wolfram Berge** ein Highlight für die Festtage.



Wiberg

Dips im Handumdrehen

Die Würzmischung Lemon-Chili-Pepper (780-g-Dose) von Gewürzspezialist Wiberg gibt Sauerrahm-Dips eine ausgeprägte Schärfe. Dank der Zitrone, Tomate und Koriander bekommt der Dip auch eine fruchtige Frische. Er harmonisiert hervorragend mit allerlei Gemüse und mit Süßkartoffelchips. Mit dem neuen Gewürzsalz Afrika Style lässt sich im Handumdrehen bei Dip-Saucen ein exotischer Touch zaubern. Das Salz schmeckt besonders intensiv nach Paradieskörnern und verleiht den Dips eine rosa Farbe. Es wird in einer 380-Gramm-Dose angeboten. wiberg.eu



Wolfram Berge

Geschmacksbühne

Delikatessenspezialist Wolfram Berge hat ein Theken-Display für das Produktkonzept der neuen Grill- und Dip-Saucen entwickelt. Das Display bietet Platz für 24 Saucen und macht in der Farbe Pink sowie durch die nachhaltige Konstruktion aus recyclebarem Karton auf sich aufmerksam. Das Display kann flexibel bestückt werden, Themenwochen sowie saisonale Anlässe können unterstützt werden. Die Saucen sind in acht unterschiedlichen Geschmacksrichtungen vielseitig einsetzbar zu gegrilltem Fleisch, Fisch, Gemüse, Kartoffeln oder Brot. Das Display hat die Maße 130 x 315 x 235 mm und ist ab sofort verfügbar. Es ist über den Vertrieb von Wolfram Berge per E-Mail verkauf@delikatessen-berge.de oder telefonisch unter 02293/3060 bestellbar. delikatessen-berge.de



La Selva

Pesto für die Pasta



Diesen Sommer erfrischt ein neues Bio-Pesto von La Selva neben der Pasta besonders gerne auch Auberginen, Fisch oder saftige Sandwiches. Dem würzigen Basilikum mit seinem intensiven Duft wird ein erfrischend-säuerlicher Zitronenabrieb beigemischt, die dem „Pesto al limone“ eine harmonische Zitronennote ganz ohne Aromazusatz verleiht.

www.laselva.bio

Viani

Cracker, herrlich knackig

Die Maxi Cracker Basil schmecken nach feinen Kräutern und werden nach einem alten Rezept von Josephine Bernaud gebacken. Ihre Größe eignet sich gut als knusprige Basis mit Frischkäse und Tomaten. Die Kekse werden aus Mehl, Olivenöl, Basilikum und etwas Salz handwerklich hergestellt. Die Packung enthält 150 Gramm und ist zum Preis von 6,50 Euro über Viani erhältlich. Das Angebot enthält neben der Variante „Basil“ auch die Geschmacksrichtung „Olives“ mit grünen Oliven und Olivenöl. www.viani.de



PINNWAND





APPLAUS FÜR DIE BESTEN THEKENTEAMS

In diesem Jahr wurden auf der Gala zum „Kreativ Award 2024“ sieben Spitzenteams für ihre kreativen Ideen an der Käsetheke ausgezeichnet.

„Heute Abend zeichnen wir die Besten der Besten aus“, erklärte Thorsten Witteriede, Chefredakteur der **KÄSE-THEKE**, unter großem Beifall im Saal des Food Hotels auf der Gala des Kreativ Awards 2024. „Wenn ein Markt sich vom Discounter abheben möchte, dann schafft er das mit einem Einkaufserlebnis und besonderen Produkten, die es nur an der Käsetheke gibt“, lautete sein Statement. Dem konnte Burkhard Endemann, Objekt-leiter **KÄSE-THEKE**, nur beipflichten: „Die Gewinner-Teams heute Abend sind das beste Beispiel, dass eine Theke weiterhin erfolgreich funktionieren kann.“

Die Fachzeitschrift **KÄSE-THEKE** richtet seit mehr als zwei Jahrzehnten den Wettbewerb Kreativ Award aus, der sich an en-

gagierte Käsetheken-Teams wendet. Im Frühjahr hatte das Fachmagazin wieder zur Teilnahme an dem Wettbewerb aufgerufen. Ende Juli war Einsendeschluss für die Bewerbungen. Und Anfang August traf sich die Jury mit den Redakteurinnen Kathrin Endemann, Ulrike Schmitz und Urte Modlich, Thorsten Witteriede, Eugen Heidt vom Thio-Fachgroßhandel sowie Gast-Jurorin und Käsesommelière Sandra Wienand. Bis alle Siegermärkte feststanden, wurde lange und intensiv diskutiert. Das Niveau der Bewerbungen war hoch und außergewöhnlich.

Anhand der Unterlagen wurde wieder einmal deutlich, wie viel Engagement, Kreativität und Energie von den Thekenteams in die Aktionen gesteckt wurden. In diesem

Jahr waren die Bewerbungen für den Kreativ Award bunt, vielseitig, märchenhaft, biologisch und italienisch. Es wurde gebastelt, genäht, gewerkelt, ein Märchenschloss in den Markt gezaubert. Eine venezianische Gondel sowie italienische Dekorationen verwandelten die Marktfläche in eine Piazza am Canale Grande Venedigs. Alpenfeeling spürten die Kunden beim Länderthema Österreich. Das Fachpersonal war im Weichkäserausch und wurde für den Kreativ Award zu Käse-Konditoren. Die Aktionsthemen wie Käse aus Biomilch, inspirierende Länderaktionen, Bitte zugreifen oder Käse aus Heumilch wurden beispielhaft umgesetzt. Dass Käse aus der Region in vielen Theken mittlerweile zum festen Sortiment gehört, wurde auch dieses Mal in einer interessanten Aktion thematisch

Herzlichen Glückwunsch

Unser Team gratuliert ganz herzlich allen Gewinnern des diesjährigen Kreativ Awards.



ANZEIGE



Poetry Slamer Matti Linke unterhielt das Publikum mit seinen unterhaltsamen und nachdenklichen Vorträgen.

dargestellt. Diese Beispiele zeigten, dass bei den Bewerbungen zum Kreativ Award nicht nur die Umsatzsteigerung im Fokus stand, alle Beteiligten glänzten mit einem großen Maß an Kreativität, Einfallsreichtum und Spaß.

Am 9. Oktober war es soweit, die sieben Gewinnerteams wurden im Foodhotel von Neuwied im Rahmen einer feierlichen

Gala mit dem Award, einer Urkunde und einem Geldpreis für das Team ausgezeichnet. Die Moderatoren Ulrike Schmitz und Thorsten Witteriede feierten zunächst vier Gewinner-Teams. Nach einer kurzen Pause kürte Michael Teodorescu, Chefredakteur Fleisch-Marketing, die drei besten Grillaktionen der Fleischtheken. Seit mehreren Jahren vergibt die Fachzeitschrift Fleisch-Marketing (Fachmagazin der B&L Mediengesellschaft München) ihren Branchenpreis für die besten Grilltheken ebenfalls auf der Gala. Matti Linke, Poetry Slamer, unterhielt das Publikum mit zwei kurzweiligen und anregenden Vorträgen auf der Bühne und ließ den Zuschauern die Wahl, per Applausstärke über ihren Favoriten abzustimmen. Drei weitere Käsetheken-Crews wurden von den Moderatoren auf die Bühne gebeten und ebenfalls mit dem begehrten Award gefeiert. Thorsten Witteriede überreichte den im Saal gewählten Preis für die „Beste Käsetheke“ an das E-Center Wilger.

Die Fachzeitschrift **KÄSE-THEKE** bedankt sich bei allen Theken-Teams, die in diesem Jahr ihre Bewerbungen eingereicht haben. Auch wenn es dieses Mal nicht zu einem Sieg gereicht hat, Gewinner sind alle. Es wurde beispielhaft gezeigt, wie man mit aussagekräftigen Aktionen den Käsebedienungsverkauf fördern und erhalten kann. Danke für das große Engagement und den unermüdlichen Einsatz! Danke auch an die Sponsoren, die dieses Event möglich machten! **us**

Das Team von KÄSE-THEKE und Fleisch-Marketing freut sich über einen erfolgreichen Kreativ Award (v.li.): Thorsten Witteriede, Ulrike Schmitz, Jeannette Knab, Michael Teodorescu, Ramona Moog und Burkhard Endemann.



UNSERE SPONSOREN

REWE MARKT WALDHAUSEN

„Diversity“ im Fokus

Der Rewe Markt in Mönchengladbach unterstrich im Frühjahr die Rewe-Kampagne „Everyone is welcome here“ mit einer aufmerksamkeitsstarken Aktion unter dem Motto „Diversity – Vielfalt in Sachen Käse“. Damit setzte das gesamte Team ein klares Statement für Vielfalt, Toleranz und für Respekt. Egal, wer man ist, wo man herkommt, welcher Religion man angehört und ob mit oder ohne Behinderung: In dem Markt wurde das Thema „Diversity“ in sechs verschiedenen Aktionen erfolgreich und eindrucksvoll umgesetzt.

Die Frage, wo es mehr Vielfalt als beim Käse gibt, war schnell beantwortet und die Antwort wurde in die Tat umgesetzt. Das Team startete mit dem internationalen Tag gegen Rassismus. Im Vorfeld wurde für die verschiedenen Aktionstage gebastelt, genäht und Armbänder geknüpft. Der große farbige Regenbogen tauchte immer wieder an den Aktionsständen im Markt und in der Käsebedienungscheke auf und lenkte so die Blicke auf die bunte Käseaktion. Dabei standen die sechs Farben Rot, Orange, Gelb, Grün, Blau und Lila für jeweils eine, der sechs verschiedene Käsesorten.

Weiter ging es mit dem Girls' Day und Boys' Day im April, an dem eine Schüle-



(v.l.) Jörg Schlesinger, Dorothea Hanke, Tanja Baginski, Olga Adler, Cornelius Hüsgen, Michelle Prager, Romina Franzen, Bärbel Voß

rin für einen Tag an der Käsetheke mit-half. Sie brachte aufgrund ihrer eigenen Persönlichkeit Themen wie Geschlechtsidentität und Behinderung in den Alltag. Am Tag der Gleichstellung wurden sechs Käse verschiedener Lieferanten und Sponsoren des Kreativ Awards 2024 präsentiert. Dazu gab es selbst geknüpfte

Armbänder, die für den guten Zweck verkauft wurden. Der Erlös ging an die evangelische Stiftung Hepatha. Während des dreimonatigen Aktionszeitraumes verzeichnete die Käsebedienungscheke eine Umsatzsteigerung von elf Prozent und die Prepacking-Theke von mehr als acht Prozent.



REWE MARKT EDEMISSEN



(v.l.) Dany Elbert, Anja Pauli, Erkan Dilek, Susanne Speer, Rudolf Becker, Stefanie Helms, Jennifer Römling, Maike Wiegang, Kerstin Kämpfer

sind Bio Weinader, Bio Weißer Hansen, Bio Demeter Uriger Hannes oder Bio Fiete – um einige von vielen Käsesorten aus Bio-Milch zu nennen.

Die Bios wurden auf 28 Käse aufgestockt und den Kunden mit einer speziellen Rallye vorgestellt. Dazu wurde ein Flyer mit zehn Fragen entwickelt, die Antworten fanden die Kunden im Markt, verteilt an vier Stationen. Selbst beschriftete Holzbretter, die zuvor aus einem kleinen Baumstumpf geschnitten, poliert und gebrandet wurden, gaben die Antworten. Die Kunden erlebten eine interessante Reise durch die Bio-Welt und lernten neue Käsesorten kennen. Der Gewinner der Bio-Rallye gewann eine kostenlose Teilnahme am Kundenabend, natürlich mit vielen Bio-Käsesorten. Da der Aktionszeitraum in den Sommerferien lag, haben viele Kinder bei der Rallye mitgemacht. Also wurde kurzerhand ein Zusatzpreis aus einem guten Stück Bio-Käse und ein Besuch auf einem regionalen Biohof – für die ganze Familie – organisiert. Dem Rewe-Markt Edemissen ist es gelungen, den Kunden Käse aus biologischer Herstellung nahezubringen. Ebenfalls beeindruckend ist die satte Umsatzsteigerung im Aktionsmonat um 65 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Attraktive Bio-Rallye

„Rewe hat sich dieses Jahr zum Ziel gesetzt den Bio-Umsatzanteil zu steigern“, kündigte der Rewe-Markt in Edemissen an. Daraufhin ergänzte das Team der Käsetheke: „Das war für uns die Motivation, dass auch in der Käsetheke umzusetzen.“ So gab es zunächst eine Bio-Schulung,

von der alle Kollegen profitierten und natürlich die Kunden: kompetente Beratung als Markenzeichen für die Theke. Zurück im Markt stellte das Team ein neues und größeres Bio-Sortiment für die Bedienungstheke sowie die Prepacking-Theke zusammen. Neu hinzu gekommen



E-CENTER WILGER

Länderthema Österreich

„Auf geht’s! Quer durch das Land der Berge“ stand in großen Lettern auf der Bewerbung des Käseteams vom E-Center Wilger aus Borken. In diesem Jahr wählte die „Wilger-Crew“ das Länderthema Österreich. Und so eröffneten die Profis von der Theke mit der österreichischen Käsevielfalt ein großes Geschmackserlebnis. 32 Aktionen mit Käse aus Österreich wurden über einen Zeitraum von mehr als vier Monaten von dem engagierten Team durchgeführt.

Mit dem Ziel, alle Generationen anzusprechen und sie von der Qualität der Käse aus dem Alpenland zu überzeugen, startete das Projekt Österreich im „Borkener Butterfass“, dem Besprechungsraum bei Edeka Wilger. Im Rahmen der Aktion standen die Themen Nachhaltigkeit, Tradition und Innovation, Tierwohl und gesunde Ernährung sowie Respekt vor Natur im Fokus. Bereits die erste Aktion „Käse- und Wurst-Schmankerl“ heizte die Stimmung im Markt für Käse aus Österreich an. „Jede Käsesorte wurde als Ausgangsprodukt in der Käsetheke vorgestellt, sie zogen alle Blicke auf sich und wurden zum Highlight in unserem Markt“, erzählen Dagmar Pohl und Karin Nolte stolz. Ein Ausflug zum Borkener Rentnertreff, bei dem Österreich im Fokus stand, die österreichische



(v.l.) Karin Nolte, Michaela Kozaryn, Noel Hövelbrinks, Dagmar Pohl, Annette Hensen, Michaela Sator, „Maus Cheesy“

Käsestraße, das Wiener Kaffeehaus oder ein handgefertigtes Alpenpanorama für die Aktion „Der Berg ruft“ beschreiben das Feuerwerk an Aktionen beispielhaft. Groß war auch die Resonanz auf die Kinderevents - wie die Kuh(le) Pflanzaktion für Kids, ein Bonbon-Workshop mit dem Kuhmaskottchen Willy Wilger oder der Wett-

bewerb „Kinder wählen den Käsekaiser“. Das Team erstellte auch ein kleines Buch mit der Maus Cheesy, in dem alle Kinderaktionen mit Käse aus Österreich festgehalten wurden. Die Wilger-Crew zeigte eine Fülle von beispielhaften Aktionen mit denen Käse aus Österreich eindrucksvoll in Szene gesetzt wurde.



KAUFPARK MICHAEL BRÜCKEN



(v.l.) Thorsten Meier, Natascha Fioreli, Diana Meier, Pascal Gräfe, Natascha Adolfs, Frank Potrick, Rabea Spoden, Jochen Weber, Tim Menze, Jessica Studzinska

Spießen wurden selbstgemachte Parmesan-Butter im Markt angeboten.

Eine der größten Aktionen war das italienische Sommerfest. Alle Kollegen aus dem Markt unterstützten das Trio von der Käsetheke und stellten mit vielen italienischen Ideen ein „Sommermärchen“ auf die Beine. Dazu wurden verschiedene Stationen auf der Fläche aufgebaut, die einem Jahrmarkt in Venedig glichen. Am Eingang des Marktes lockte ein Stand mit Honig- und Wassermelonen, frisch zubereiteter Espresso und eine mobile italienische Eisdielen. Neben italienischen Käsesorten wurden auch Pasta, Pizza, Antipasti und Gebäck angeboten. Das Highlight war die Käsebedienungs-Abteilung, wo die Kunden das Gefühl bekamen, auf einem italienischen Marktplatz zu sein. Eine originale italienische Gondel stand im Markt – gefüllt mit italienischem Käse. Schließlich war auch das EM-Fußballspiel Italien gegen die Schweiz zu Gast. Es wurden selbst gemachte Fußball-Frischkäse oder ein Kräuterbutter-Parmesan Fußball sowie Grillkäse den italienischen und Schweizer Landesflaggen angepasst. Zu guter Letzt wurden venezianische Masken bemalt, die im Markt bewundert werden konnten. Der Maskenerlös von 400 Euro wurde kurzerhand von der Rewe Dortmund Stiftung auf 800 Euro verdoppelt.

Venedig zu Gast

Inspiziert von den Kunden, die das Team täglich wissen lassen, dass Käse etwas Besonderes und unglaublich vielfältig ist, präsentierte das Käseteam vom Kaufpark Michael Brücken die „Tausend Geschmäcker Italiens“. Die Kunden wurden zu einer Käse-Reise nach Venedig eingeladen. An

der Frischkäse- und Mozzarella-Bar präsentierten die Käse-Profis unter anderem dreizehn Frischkäse-Kreationen nach italienischen Rezepturen wie Limoncello, Gorgonzola Creme, Grünes Pesto oder Bellini Creme. Neben Burrata Balsamico, Mozzarella mit Melonen-Salsa und Scamorza-



WASGAU CENTER PRIMASENS

Sagenhafte Märchenwelt

Wer kennt sie nicht die Märchen der Gebrüder Grimm? Beim Käse-Team vom Wasgau Center Pirmasens hatte alles mit der Idee, ein Märchen im Markt darzustellen, angefangen. Das erste Märchen mit dem Titel „Der liebe Wolf und die sieben Käselein“ war flott gefunden. Sieben Käse wurden in den Fokus gestellt, die Auswahl mit passendem Wein bot das Team und ein Promoter im Wolfs-Kostüm an einer Sondertheke an.

„Dass diese Aktion so viel Eigendynamik aufnahm und immer kreativer und verrückter wurde, ahnte am Anfang niemand“, hieß es aus dem Thekenteam. Aufgeteilt in die „Sagenhafte Käsewelt eins“ und die „Sagenhafte Käsewelt zwei“ waren es schließlich vier Käse-Märchen, die im Markt über je zwei Aktionswochen dargestellt wurden.

Das Team bastelte und werkelte für die Käse-Märchen. Denn schließlich musste für Dornröschen auch ein Schloss in den Markt gezaubert werden. Für die abenteuerliche Wochenendjagd durch den Wald hinter den sieben Bergen zum Fangen der sieben Zwerge gab es eine aktive Verkostung mit Schneewittchen und Käsesorten aus Ziegenmilch



(v.l.) Thomas Mützel, Carmen Hoffmann, Marika Jüngling, Manuela Eitel, Christine Becker, Janett Schwab

des regionalen Anbieters „Die Meckerei“. Unter dem Motto „Frühstück oder Picknick“ wurde ein Sonderaufbau platziert, dabei bewies die Interpretation eines Märchenklassikers auf ein Neues die Kreativität des Teams. Denn diesmal hieß es „Schneewittchen und Rosérot“. Parmesan- und Dattelbällchen aus eige-

ner Herstellung, Frischkäsesorten, gewürfelter Käse im Becher, Salamisticks, Käsewaffeln, Fruchtsäfte, Weichkäsestücke, frische Brötchen aus der Wasgau Bäckerei, Obst- und Gemüsesticks. Die Kunden konnten sich fünf Artikel aussuchen und zum Preis von zehn Euro erwerben.



E-CENTER KRATZMANN



(v.l.) John Langley, Anke Heymach, Marius Münnich, Petra Schweim, Laura Teichmann, Heiko Niehaus

auch, auf das vielfältige Angebot der Käsetheke Kratzmann aufmerksam zu machen. Nach dem Motto: Wer noch nichts mit uns zu tun hatte, der soll uns kennenlernen!

So folgte nach einem Besuch des Hofes Dannwisch und des Slow-Food-Käsemarktes im Center eine große Aktion. Eine Käse-Quiche mit Bärlauch-Käse aus Bio-Heumilch und anschließender Verkostung kamen bei den Kunden sehr gut an. Auf ungewöhnlichem Terrain bewegte sich das Team bei einer Aktion außerhalb des Marktes: Zuhören, genießen, entspannen – die Kombination ermöglichten die Macherinnen im Rahmen einer Lesung in einer Buchhandlung. Dort wurden regionale Bio-Käse mit passendem Wein vorgestellt, besprochen und gekostet. Beim alljährlichen Weinfest in Schwarzenbek war das E-Center Kratzmann mit einem Stand und verschiedenen Bio-Käsen vertreten. Wieder im Markt war die Kinder-Aktion „Mal Mi(!)ch aus!“ ein unerwarteter Erfolg. Alle 112 Gemälde wurden im Markt ausgestellt. Digital machte das Team auf sich und die Aktionen ebenfalls aufmerksam. Die Käse wurden regelmäßig über Social Media mit Posts bedacht und werden seitdem nicht mehr in Gramm oder Kilos, sondern in Instagram-Likes gewogen.

Ungewöhnliches Terrain

Bio-Käse in seiner ganzen Vielfalt präsentieren – das hat sich das Team der Käsetheke im E-Center Kratzmann in Schwarzenbek zur Aufgabe gemacht. Im Rahmen des Kreativ Awards 2024 konzentrierte sich die Aktion auf Allgäuer Bio-Heumilchkäse im Thekensortiment.

Es gab eine Weiterbildung zur Fachkraft für Bio-Lebensmittel und eine Demeter-Schulung zu Molkereiprodukten auf dem Bauchof Amelinghausen. Anschließend stellte das Team ein umfangreiches Programm für das Thema „Käse aus Bio-Heumilch“ zusammen. Ziel war es dabei



V-MARKT WEISSENHORN

„Weichkäserausch“

In einer dynamischen und emotional aufgeladenen Sitzung des V-Marktes Weissenhorn überlegte sich eine ideenreiche Runde, mit fünf Käse-Aktionen am Kreativ Award 2024 teilzunehmen. Das Ergebnis des Brainstormings lautete „Weichkäserausch“. Selbst gestaltete Plakate im Markt kündigten die besonderen Tage an.

Mit der ersten Aktion wurden 600 Tüten verschiedener Weichkäse der Käseerei Champignon Hofmeister sowie Zugabe-Artikel zum Preis von zehn Euro verkauft. Maßnahme zwei verwandelte den Eingangsbereich des V-Marktes in den Eissalon „Cheese-Cream“ mit Frischkäse in den Geschmacksrichtungen Amarena-Kirsch, Vanille, Toffifee, Oreo, Erdbeer-Rhabarber, Schlümpfeis und Schokolade. Außergewöhnliche Käsesorten waren Hauptbestandteil der dritten Aktivität „Weichkäsezauber“. Die komplette Käsetheke wurde ausgeräumt und mit edlen Weichkäsesorten bestückt und dazu Theken-Preisschilder im Motto-Design erstellt. Die vierte Aktion stand unter dem Motto „Fünf Gänge in fünf Gängen“. Dem Wortspiel folgte eine kulinarische Reise durch den Markt. Auf der Fläche wurden fünf Stationen mit kulinarischen Köstlichkeiten, natürlich in



(v.l.) Peter Hindelang, Thomas Mauersberger, Birgit Fischer, Vivien Goldstein, Angela Dick, Daniela Badam, Thomas Zeller, André Schneider

Verbindung mit Weichkäse, zum Probieren angeboten. An zwei aufeinander folgenden Tagen erlebten die Kunden Käse und Schinken in Gang eins. Ein weiteres Angebot war „Saurer Käse 2.0“ – Winzer-Weichkäse kombiniert mit karamellisierten Zwiebeln und Dressing. Rinder-Roast-Beef und Blauschimmelpilzkäse gab es in

Gang Drei. Der Vierte hielt eine exquisite Auswahl an Frischkäsepralinen bereit. Nach einem Fünf-Gänge-Menü sollte der Espresso nicht fehlen, diesen boten die Kaffee-Baristas mit einem Würfel Allgäuer Rahmtorte an. Schließlich überraschte das Team in Aktion Fünf mit einer Käse-Pralinenwelt in der Theke.





NEUES JAHR, NEUE AKTIONEN

Anfang März startet der Thekenwettbewerb Kreativ Award in seine nächste Auflage.

Nach dem Kreativ Award ist vor dem Kreativ Award! Und kaum war die Gala im Neuwieder Food Hotel beendet, begannen bereits die Planungen für die nächste Auflage des Thekenwettbewerbs. Denn Jahr für Jahr zeigen die teilnehmenden Märkte, wie man mit kreativen Aktionen die Kunden für die Bedienungstheke begeistern und Umsätze steigern kann. Macht mit und zeigt uns, wie groß die Kreativität in Deutschlands Bedienstungen ist. Denn nicht nur die Jury freut sich über kreative Einsendungen. Vor allem sind es die Kunden, die sich im Markt und an der Käsetheke gerne vom Käsetheken-Team und der Sortimentsvielfalt

inspirieren lassen möchten. Startschuss ist der 1. März 2025. Damit bleibt ausreichend Zeit, um bis zum Einsendeschluss, dem 31.7.2025, wieder neue kreative Ideen zu entwickeln, auszuarbeiten, umzusetzen und als aussagekräftige Bewerbungsmappe der Redaktion **KÄSE-THEKE** einzusenden. Damit die Ausschreibungsunterlagen möglichst schnell vorliegen, können diese mit dem nachfolgenden Coupon schon vorbestellt werden. Bei Fragen rund um die Ausschreibungsunterlagen hilft das Team der **KÄSE-THEKE** gerne weiter. Wir freuen uns auf Euch und Eure kreativen Bewerbungen! Euer Kreativ-Award-Team **tw**



**Mein Thekenteam und ich möchten Deutschlands beste Käsetheke werden.
Senden Sie mir ___ Stück Bewerbungsunterlagen für den Kreativ Award 2025 zu.**
(Bitte in Blockbuchstaben ausfüllen, ausschneiden und an die angegebene Adresse senden)

Markt/Fachgeschäft:	PLZ/Ort:
_____	_____
_____	_____
Vorname, Name:	Telefon:
_____	_____
_____	E-Mail:
Marktadresse:	Datum/Unterschrift:
_____	_____
_____	_____

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

B&L MedienGesellschaft mbH,
Redaktion KÄSE-THEKE
Stichwort: Kreativ Award 2025,
Postfach1363,
53492 Bad Breisig,
Tel.: 0 26 33/45 40-13
Fax: 0 26 33/45 40 99,
E-Mail: sk@blmedien.de

KÄSE- VIELFALT IN ULM

Ende September hatte Fachgroßhändler Jäckle seine Kunden zu einer zweitägigen Hausmesse nach Ulm eingeladen.

Fachpersonal, Einkäufer, Marktverantwortliche und Feinkosthändler kamen am 28. und 29. September nach Ulm, um sich über Käse-Neuheiten und Sortimente für die Theken zu informieren. Viele Besucher nutzten traditionell den Samstagnachmittag, um im Anschluss an die Messe an der Abendveranstaltung teilzunehmen.

Jäckle Frische-Partner ist sowohl Käsegroßhändler als auch Streckenlieferant für ganz Deutschland. Einmal im Jahr lädt das Unternehmen seine Lieferanten und Kunden zu einer Hausmesse ein. In diesem Jahr waren erstmalig auch Hersteller wie Gouda-Produzent Aurora Kaas, Vivaldi mit italienischen Käseklassikern, die Hofkäserei Weinland sowie die Brülisauer Käse AG dabei. Neben den Jäckle-Eigenmarken Ulmer Spatzen und Neuheiten, wie dem Lausbua aus Österreich und Murmeli Bergkäse aus der Schweiz, zeigte die Langenegger Dorfsennerei Heumilchkäse aus dem Bregenzerwald. Seit 2019 ist Hans Eberle in Ulm dabei, er bot neben dem Bischofszeller Nachtwächterkäse Schweizer Käse-Spezialitäten von der Käserei Muolen an. Positiv überrascht waren die Besucher auch von den beiden neuen Geschmacksrichtungen des Schweizer Raclette-Spezialisten Seiler. Stamm-Aussteller Dodin brachte wieder den traditionellen Munster AOP mit nach Ulm. Auch die Milchbuben aus Österreich und die Gebr. Baldauf aus dem Allgäu gehören seit vielen Jahren zum festen Stamm der Aussteller.

Auf intensive Gespräche mit Ausstellern und dem Jäckle-Verkaufsteam folgten für die Besucher zwischendurch Führungen in das neue Reifelager. Es wurde im vergangenen Jahr zum 90-jährigen Firmen-Jubiläum eröffnet. „Das Lager bietet Platz für 8.000 Käselaike“, berichtet Christian Jäckle, Geschäftsführer. „Wir reifen Schnitt-, Hart- und Bergkäse in dem Lager und können zukünftig flexibel auf individuelle Kundenwünsche eingehen.“ Die jungen Laibe kommen in einem Alter von einem Monat in das Lager und werden bis zur optimalen Reife gepflegt. Je nach Käsetyp dauert die Reifung auf Tannenholzbrettern zwischen vier und 18 Monaten. Hand in Hand werden auf diese Weise Spezialitäten mit den Produzenten für Kunden erschaffen, die innovative und ausgefallene Käsesorten suchen. us



(v.r.) Petra Renn von Vivaldi zeigte dem Publikum ausgesuchte italienische Käsesorten. Jessica Gagliano und Sema Ziebarth von Edeka Hacker, Altdorf, favorisierten den gerührten Gorgonzola.



(v.l.) Fritz, Jessica und Christian Jäckle sowie Klaus Rösner setzen auf gute Zusammenarbeit mit ihren Lieferanten.



Bei Thomas Ehamer von den Milchbuben konnten sich die Besucher neben den Camemberts auch von der guten Qualität der österreichischen Briesorten überzeugen.



Hans Eberle von der Käseerei Muolen brachte unter anderem den Nachtwächterkäse mit, der eine Hommage an die Nachtwächterzunft ist.



Harry ten Dam, Gründer der niederländischen Bio-Käseerei Aurora Kaas, war nach Ulm gekommen, um die neuesten Bioland-Käse vorzustellen.



Jäckle Frische Partner und die Gebr. Baldauf arbeiten seit vielen Jahren eng zusammen. Carla Müssig, Key Account Managerin Baldauf, präsentierte die neuen Scheibenverpackungen.



(v.l.) Werner und Dorothe Hinderer, Metzgerei Hinderer, überzeugten sich bei Fabian Spielhofer von den Brülisauer Käsespezialitäten aus Künten in der Schweiz.

(v.r.) André Schneider, Käsesommelier und Podcaster CheeseCommerce, besuchte zusammen mit Partnerin Nancy Rostel die Hausmesse von Fritz und Christian Jäckle.



Die Schwestern Julia und Theresa Engster von der Dorfsennerei Langenegger brachten eine Auswahl gereifter und affinierter Käsespezialitäten aus dem Bregenzerwald mit.

Anja Kiser und ihr Vater Martin vertraten die Schweizer Raclettes von Seiler.



(v.r.) Fritz Jäckle schätzt die Zusammenarbeit mit Munster-Hersteller Brigitte Dodin und Marc Lefevre sehr.

HANSE- ATISCHES KÄSE- FESTIVAL

Mit einer Herbstmesse ist das Hamburger Käselager in das bevorstehende Weihnachtsgeschäft gestartet.

Im September hatte das Hamburger Käselager (HKL) zur diesjährigen Herbstbörse in das Alte Hauptzollamt der Hamburger Speicherstadt eingeladen. Bei sonnigem Wetter und spätsommerlichen Temperaturen war die Besucherschlange am Sonntagmorgen zur Einlasszeit bereits lang. Käsebegeisterte, Einkäufer, Fachberater, Gebietsmanager und das Verkaufspersonal informierten sich über das Käseangebot für das Weihnachtsgeschäft und sprachen mit Lieferanten und Herstellern direkt vor Ort über aktuelle Trends und die Entwicklungen für den Käsebedienungsverkauf.

HKL-Käsescout Wolf Wagener hatte für diese Messe zahlreiche Käse ausgesucht sowie neue Konzepte entwickelt. Das Gut-von-Holstein-Regional-konzept wird zukünftig typisch norddeutsche Käsesorten unter der zugkräftigen Marke vertreiben. Neue Prepacking-Konzepte zeigten Baldauf mit nachhaltigen Scheibenverpackungen sowie die Schweizer Käsemarke Reichenbach, deren Stücke kürzlich auf ein Blockformat umgestellt wurden.

Im Schweizer Käsesortiment ist der „Jakobskäse“ jetzt wieder erhältlich. Dieser Hartkäse wird nach einem uralten Rezept in einer Käserei hergestellt, die direkt am Jakobsweg im Toggenburger Land liegt. Ebenso wurde auf der Messe das 150-jährige Jubiläum der Anton-Käserei Schönengrund im Schweizer Kanton St. Gallen angekündigt. Attraktive Impulse für die Winterzeit geben auch zwei neue Schweizer Raclettekäse. Sie konnten in den beiden Geschmacksrichtungen Knoblauch und Pfeffer unmittelbar aus dem Raclette-Ofen auf der Messe probiert werden.

Das Skandinavien-Sortiment wurde um den neuen dänischen Hartkäse „Primeo“ erweitert. Dieser Käse, stammt aus Jütland und reift bis zu zwölf Monate. Erste Reifekristalle im Teig und der besonders würzige Geschmack machen ihn zu einem Geheimtipp. Für den Weihnachtsordersatz in der Theke wurden auch neue italienische Käse, wie der rotgeschmierte Käse „Formagella Cremasca“ und „Impepato Ennese“ aus Kuh-, Schafs- und Ziegenmilch präsentiert. Die spanischen Käse „Queso de Oveja“, „Iberico Curado“ und der „Schafkäse Anejo“ sind ebenfalls neu und werden zukünftig das spanische Käse-Sortiment bereichern. us



Beemster stellte den „Beemster Trüffel“ vor. Das Saisonhighlight ist nur in den Wintermonaten erhältlich.



(v.l.) Vertretend für die Old Irish Creamery Cheese Company kam Kieran Fahy, der zusammen mit Wolf Wagener den Irischen Cheddar Sage mit Salbei testete.



Amaury Proud und Sandrine Stahr kombinierten die Fromil-Käse mit herrlich duftendem Lebkuchen und gaben damit attraktive Impulse für das Weihnachtsgeschäft.



AMA-Markenbotschafterin Laura-Sophie Lenk präsentierte Käsespezialitäten aus Österreich.



(v.l.) Marcel Thamke und Christin Vie rich von Edeka Martens aus Hamburg interessierten sich für die Schweizer Käsesorten „Rheintaler“.



Robert Häne (links) und Kuno Mock von Güntensperger Käse empfehlen zum neuen Schweizer Hartkäse „Perle des Alpes Suisse Violet“ einen Gewürztraminer oder ein IPA Indian Pale (US-Bier).



(v. r.) Ryan und Thomas Rohrer präsentierten mit André Reichardt-Prosch und Michael Rohrer die Imlig-Käse aus der Schweiz.

Der Stand von Vandersterre war gut besucht: (v.r.n.l.) Paul Mus, Janette Kuich (Edeka Meibohm), Niels Oskam, Antonia Krüger und Nadescha Kaiser (beide Edeka Meibohm).



Typisch französisch zeigte Stéphanie Alliot das HKL-Frankreich-Sortiment.



Laura Teichmann und Martin Oleksiewicz von Gebr. Baldauf zeigten neben Allgäuer Heumilchkäse auch die neuen Scheibenverpackungen für die Prepack-Theke.



Den neuen Jakobskäse stellten Oliver Fleischer und Michael Strauß (beide HKL) im Alten Hauptzollamt vor.

Käse Moosbrugger

Käse aus den USA sind an deutschen Theken noch eine Rarität. Käse Moosbrugger aus Mäder in Vorarlberg möchte das ändern und importiert zukünftig ein besonderes Sortiment aus Kuh-, Schafs- und Ziegenmilch von der Käse-rei Carr Valley Cheese aus Wisconsin. In Deutschland werden die Käse über Heiderbeck vertrieben. Gemeinsam mit Reto Güntensperger (links) von der Güntensperger Käse AG und Holger Meyers (rechts), Heiderbeck, nahm Thorsten Witteriede, Chefredakteur KÄSE-THEKE, die schmackhaften „Amerikaner“ genauer unter die Lupe.



Ulmer Käsetreffen

Jäckle Frische Partner hatte seine Kunden in diesem Herbst wieder zu einer Herbstmesse eingeladen. Zahlreiche Käselieferanten präsentierten an zwei aufeinander Tagen ihre Sortimente und Neuheiten für die bevorstehende Festtagszeit. Bei der Besichtigung des neuen Jäckle-Reifelagers traf Ulrike Schmitz auch André Schneider, Käsesommelier und Chee-commerce-Podcaster.



Sommeliers auf Reisen

Die Mitglieder des Käse-Sommelier Verbands waren Anfang Oktober auf ihrer all-jährlichen Fachexkursion in Österreich unterwegs. Die Schulungsreise wurde gemeinsam mit der Agrarmarkt Austria Marketing (AMA) organisiert und bot ein Programm aus Schulungen und Besichtigungen. Anika Kirschning (links), Redakteurin KÄSE-THEKE und Harald Weidacher, Vorstand Verein Käse-sommelier Österreich wurden von Jutta Jung, Vorstand Verband der Käse-Sommeliers e.V., auf der Reise begrüßt.



Klostermauern

Auf der Hausmesse von Käsefachvermarkter Heiderbeck zeigten Doris Ploner und Claudia Mus (v.r.) das Käsemacher-Sortiment aus Niederösterreich. KÄSE-THEKE-Redakteurin Ulrike Schmitz überzeugte sich unter anderem von den feinen Ziegenkäseröllchen im Blütenmantel.



Käse-Kreationen

Dass sich Käse auch als Dessert eignet, hat Ulrike Schmitz (KÄSE-THEKE) gemeinsam mit Patricia Bockstrahler (Fromi) auf dem Fromi-Event „Käse mal anders“ probiert. Die köstliche Blauschimmelkäse mit feinen Zutaten runden jedes Menü genussvoll ab.

Raffinierte Schweizer

Die Schweiz ist für ihre gereiften Sorten wie Appenzeller, Emmentaler oder Le Gruyère bekannt. Dass es den Käsemeistern dort aber nicht an Kreativität fehlt, beweisen Thomas und Michael Rohrer mit ihrer Marke Bruddi. Dabei werden je nach Wunsch milde oder würzige Schnittkäse mit außergewöhnlichen Zutaten verfeinert. Thorsten Witteriede wollte in Oberriet mehr über die Bruddi-Käse erfahren.



Thorsten Witteriede (2. v.l.) schaute den „Bruddis“ über die Schulter: v.l. Die Rohrsers Ryan, Thomas, Angela und Michael – mit den Kindern Nora, Lion und Fynn.

Bio-Regionalmessen

Bio-Messen

Vor zehn Jahren wurde das Konzept der regionalen BioMessen mit BioSüd, BioNord, BioOst und BioWest flächendeckend umgesetzt. Das Konzept dieser Veranstaltungen richtet sich ausschließlich an Fachpublikum aus dem Naturkost- und Reformwarenhandel, Bio-Supermärkte, selbstständigem Einzelhandel/Spezialitätenhandel sowie Gastronomie und Großverbrauch. Die Aussteller kommen bundesweit aus den Bereichen Bio-Lebensmittel und Naturkosmetik sowie aus dem entsprechenden Großhandel. Auch Käseereien, Weingüter und Imker sind dabei. Im nächsten Jahr findet die BioWest am 6. April 2025 in Düsseldorf und die BioOst am 13. April in Leipzig statt. In Augsburg lautet der Termin für die BioSüd 28.09. und in Hamburg wurde der 13.09.2025 für die BioNord vorgesehen. www.biomessen.info

Naturland

Keine Gentechnik durch die Hintertür

Von Mitte September bis Mitte Oktober hatten zahlreiche Verbände aus der Land- und Lebensmittelwirtschaft sowie dem Umweltschutz, darunter auch die Bio-Verbände Bioland, Demeter und Naturland, zu „Aktionswochen für gentechnikfreies Essen“ eingeladen. Die Aktionswochen fanden unter dem Motto „Keine Gentechnik auf unseren Tellern und Äckern“ bundesweit statt. Die EU-Kommission plant eine Deregulierung der Gentechnik. Naturland-Präsident Heigl warnt, dass mit den bisherigen Plänen der EU-Kommission Tür und Tor für eine massenhafte Patentierung von Pflanzen geöffnet würden. Mit den Prinzipien des Öko-Landbaus sei dies nicht vereinbar. Für Bio-Betriebe sei es daher in Zukunft schwierig ohne Kennzeichnungspflicht und Transparenzregeln die Gentechnik-Freiheit ihrer Produktion zu sichern. Bürger und Politiker erfuhren bei Hoffesten, Diskussionsveranstaltungen und Filmabenden, wie Brüsseler Pläne die gentechnikfreie Lebensmittelerzeugung und Nahrungsmittelsicherheit bedrohen.

Bio Schaukäserei Wiggensbach

Wiggensbacher Erlebniswelt

Die Bio-Schaukäserei Wiggensbach im Allgäu hat im Rahmen der Bayerischen Bio-Erlebnistage ihre neue Erlebniswelt „HEUGarta“ eröffnet. In dem neuen Begegnungsort spiegeln Bilder des heimischen Künstlers Akram Sultan im Zeitraffer die Geschichte der Bio-Schaukäserei Wiggensbach. Zukünftig sind in den Räumlichkeiten Verkostungen, Führungen, Koch-Seminare und vieles mehr geplant. Im September wurden die neuen Räume feierlich von Michaela Kaniber, Bayerns Landwirtschaftsministerin, und Franz Bechthold, Geschäftsführer Bio-Schaukäserei Wiggensbach, eröffnet. Die Allgäuer Genossenschaft besteht seit 20 Jahren und ist für ihre nachhaltige und umweltverträgliche Produktion von Käse und anderen Lebensmitteln aus reiner Bio-Heumilch bekannt. 500 Kühe der Genossenschaft produzierten 2023 rund vier Millionen Liter Heumilch. Daraus werden bis zu 500 Tonnen Bio-Käse hergestellt. Der Käse reift in Naturziegelkellern, die im Jahre 2017 gebaut wurden. Das 20-jährige Bestehen feierte die Schaukäserei Mitte September mit einem Jubiläumsabend und einem zweitägigen Herbstmarkt.



(von links): Roswitha Boppeler (Allgäuer Käse-Sommelière), Michaela Kaniber (Bayerische Landwirtschaftsministerin) und Franz Bechthold (Geschäftsführer der Bio-Schaukäserei Wiggensbach) eröffneten im Rahmen der Bayerischen Bio-Erlebnistage die neue Erlebniswelt „HEUGarta“.
Foto: Bio-Schaukäserei Wiggensbach

Alnatura

Platz eins in Sachen Kundenzufriedenheit

Naturkostanbieter Alnatura erreichte in der jährlich für ganz Deutschland durchgeführten Verbraucherstudie „Kundenmonitor“ zum dritten Mal in Folge den ersten Platz bei den Biomärkten. Bei der repräsentativen Erhebung von der Service Barometer AG wurden 9.000 Kunden über die deutschen Lebensmittelmärkte befragt. Die Teilnehmer bewerteten auf einer Skala von eins (vollkommen zufrieden) bis fünf (unzufrieden). Abgefragt wurden Themen wie Auswahl, Qualität der Produkte, Service, Einkaufserlebnis und Image bei Kundinnen und Kunden. Die Zustimmung zur Aussage „Es macht mir Spaß bei Alnatura einzukaufen“ erreichte einen Spitzenwert von 1,61. Die Kunden lobten auch besonders die Auswahl und Qualität der Bio-Produkte bei Alnatura, beispielsweise bei Obst- und Gemüse. Stark hervorgerufen wurde in diesem Jahr auch die Frische der Produkte im Vergleich zum Wettbewerb. Alnatura feiert in diesem Jahr seinen 40. Geburtstag.

Wenn man auf Nachhaltigkeit und Qualität setzt, sind **Käse aus Bio-Milch** eine gute Wahl, um das Sortiment in der Theke zu ergänzen. Es gibt eine Vielzahl an Käsesorten, die aus Bio-Milch hergestellt werden. „Bios“ aus Kuh, Schafs-, Ziegen und aus Büffelmilch werden nach ökologischen Richtlinien hergestellt. Wir zeigen Ihnen eine große Auswahl und informieren über die Unterschiede zu Käse aus konventioneller Milch.

Händeringend werden qualifizierte Fachkräfte für die Käsetheke gesucht. Das Thema **Schulungen für den Käsebedienungsbereich** gewinnt mehr und mehr an Bedeutung. Wir veröffentlichen eine Übersicht über Schulungszentren, die verschiedenste Seminare anbieten. Von der Käse-Herstellung, über die Verarbeitung, Warenkunde, Lagerung, über Verkostungen und Verkaufspraxis – wer sich informieren möchte, erhält in der Januar-Ausgabe der Käsetheke einen umfassenden Einblick über die Schulungsanbieter. Auch die Ausbildung zum Käsesommelier ist in der Januar-Ausgabe der **KÄSE-THEKE** berücksichtigt.



Ihre Ansprechpartner für weitere Informationen und Angebote:

Dirk Zimmermann
Medienberatung
E-Mail: dz@blmedien.de
Tel.: 01 57/86 80 74 79

Burkhard Endemann
Objektleiter
E-Mail: be@blmedien.de
Tel.: 0 26 33/45 40 16

Thorsten Witteriede
Chefredakteur
E-Mail: tw@blmedien.de
Tel.: 0 26 33/45 40 20

★ MELDUNGEN ★



Edeka Harmeling

Honigsüßer Käsegenuss

Mitte September hieß das Thema bei Edeka Harmeling in Bocholt „Käse und Honig“. Käsesommelière Sandra Wienand setzte zum Herbst Geschmackskombinationen mit einer attraktiven Zweitplatzierung in den Fokus des Käsebedienungsbereichs. Die Kunden konnten jeden Tag ein neues Käse-Honig-Duo probieren. Dazu gab es von der Käsesommelière interessante Tipps zum Verfeinern von Honig. Einige ihrer Lieblingskombinationen lauten: Ziegenfrischkäse mit Thymianhonig, Blauschimmelkäse und Akazienhonig, Manchego mit Rosmarinhonig. Empfehlen kann

sie auch Parmigiano Reggiano mit Trüffelhonig oder Hartkäse mit Blüten- oder Tannenhonig sowie Pecorino mit Orangenblütenhonig. Schließlich verriet sie, wie man Honig mit Rosmarin, Thymian, Trüffeln oder einer Bio-Orange selbst verfeinern kann.

IMPRESSUM

(ISSN 0940-208X)

Verlag: B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG
Hilden, Verlagsniederlassung Bad Breisig,
Postfach 1363, 53492 Bad Breisig/Rhein
Telefon: 02633/4540-0
Telefax: 02633/45 40-99
E-Mail: infobb@blmedien.de
Homepage: www.kaeseweb.de

Herausgeber: Hans Wortelkamp
(-14, hw@blmedien.de)

Objektleitung: Burkhard Endemann
(-16, be@blmedien.de)

Redaktion: tw: Thorsten Witteriede
(Chefredakteur (V.i.S.d.P.))
(-20, tw@blmedien.de),
us: Ulrike Schmitz
(-12, us@blmedien.de),
ke: Kathrin Endemann
(01 77/6 88 69 57, ke@blmedien.de),
ak: Anika Kirschning
(0 30/92 15 04 39, ak@blmedien.de)
um: Urte Modlich
(01 74/8 30 05 56, um@blmedien.de)
ng: Norbert Gefäller
(-28, ng@blmedien.de)

Medienberatung: Dirk Zimmermann
(01 57/86 80 74 79), dz@blmedien.de)

Grafik-Design: Jeannette Knab
(-18, jk@blmedien.de)

Anzeigenabteilung: Stefan Seul
(-17, sts@blmedien.de)

Redaktionssekretariat: Stephanie Kusber
(0 26 33/45 40-0, sk@blmedien.de)

Abonnentenbetreuung und Leserservice:
B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG,
Verlagsniederlassung München,
Garmischer Straße 7, 80339 München,
Ansprechpartner: Roland Ertl,
Tel.: 0 89/3 70 60-271,
Fax: 0 89/3 70 60-111,
E-Mail: rertl@blmedien.de
KÄSE-THEKE erscheint sechsmal im Jahr
im Zweimonatsrhythmus. Jahresbezugspreis
Inland 41,00 € brutto, Ausland 51,00 €,
Einzelheftpreis 7,80 €

Bank: Commerzbank AG, Hilden
IBAN DE583004 0000 0652 2007 00,
BIC: COBADEFFXXX
Gläubiger-ID: DE 13ZZZ00000326043

Erfüllungsort und Gerichtsstand: Hilden

Druck: Ortmaier Druck GmbH, Birnbachstraße
2, 84160 Frontenhausen
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.

Titelfoto: Fromi

Beilage: DMK

Geschäftsführer: Harry Lietzenmayer,
Stephan Toth, Björn Hansen



Angeschlossen der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW) – Sicherung der Auflagenwahrheit



ABO + PRÄMIE

- Die **KÄSE-THEKE** ist die Fachzeitschrift **exklusiv** für das Verkaufspersonal in den Käse-Bedienungsabteilungen.
- Jede Ausgabe enthält u. a.: Neuheiten, Aktionen, Berichte, Reportagen, Waren- und Verkaufskunde, **Erfolgsgeschichten** aus dem Einzelhandel.
- **6 x im Jahr** die druckfrische Ausgabe in Ihrem Briefkasten.
- Zugang zum **Käse-Profi-Portal** auf kaeseweb.de.

Ihre Abo-Prämie: Tischreibe Monaco+

Mit der Tischreibe Monaco+ von Boska reiben Sie Käse für Pasta, Pizza, Soßen, Suppen oder Gratins. Die Qualitätsreibe aus Edelstahl hat einen festen Stand auf jedem Tisch. Die vier Reibebenen ermöglichen unterschiedliche Ergebnisse.



Foto: AdobeStock.com/Lukas

Bitte füllen Sie das Formular aus und senden es an Fax: + 49(0)26 33/45 40 99 oder per Post an B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG, Abo „KÄSE-THEKE“, Postfach 1363, 53492 Bad Breisig, Deutschland

KÄSE-THEKE

- Ja, ich möchte die Fachzeitschrift **KÄSE-THEKE** abonnieren und erhalte gratis die Tischreibe von Boska. Der Jahresbeitrag beträgt 41,00 Euro (Inland) inkl. MwSt. und Versand.
- Ja, ich möchte aktuelle Nachrichten aus der Käsewelt erhalten und abonniere zusätzlich den kostenlosen Newsletter. Diesen kann ich jederzeit abbestellen.
- Bitte senden Sie mir ein weiteres kostenloses Probeheft.
- Mit meiner Unterschrift erkenne ich das Widerrufsrecht an.

Widerrufsrecht: Mir ist bekannt, dass ich diese Bestellung innerhalb von 14 Tagen mit einer kurzen und formlosen Mitteilung an die B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG, Postfach 1363, 53492 Bad Breisig, widerrufen kann. Für die Fristwahrung genügt das Absendedatum.

Vorname, Name

Ich arbeite an der Käsetheke von

Straße

PLZ/Ort

Telefon

E-Mail

Datum/Unterschrift

▲ FREIFELD FÜR POSTVERSAND ▲

JETZT NEU! **KÄSEWEB** **NEWSLETTER!**

Aktuell & kostenlos.
Infos zum Thema Käse.



Jetzt anmelden unter
www.kaeseweb.de



K *immer ein Genuss!*
KÄSEWEB

Weitere Informationen: Burkhard Endemann, E-Mail: be@blmedien.de, Tel.: 02633/454016