

KÄSE- THEKE

Nr. 3 | 2026
www.kaeseweb.de

Nachhaltiger Genuss mit
Europäischem Gütesiegel



**Heumilch-Käse:
Nachhaltige Qualität
mit Muh und Siegel.**





So macht man Milch.

Heuwirtschaft ist die ursprünglichste Form der Milcherzeugung. Traditionell erfolgt die Fütterung angepasst an den Lauf der Jahreszeiten: Heumilchkühe bekommen frische Gräser und Kräuter im Sommer sowie Heu im Winter. Als Ergänzung erhalten sie Getreideschrot. Vergorene Futtermittel sind verboten.

Mehr auf heumilch.com

Höchster Geschmack

Nur durch den konsequenten Verzicht auf vergorene Futtermittel kann Hart- und Schnittkäse ohne mechanische Behandlung und ohne Konservierungsstoffe hergestellt werden. Heumilch gilt deshalb als Spezialmilch für Käse.

Gut für's Klima

Die Heuwirtschaft leistet einen wichtigen Beitrag zum Klimaschutz. Denn durch die nachhaltige Nutzung der Wiesen und Weiden entsteht ein hoher Humusgehalt im Boden, der große Mengen an Kohlenstoff bzw. CO₂ speichert.

Fördert die Artenvielfalt

Gräser und Kräuter dürfen lange reifen und werden erst gemäht, wenn eine Vielzahl der Pflanzen in voller Blüte steht. Die Mahd erfolgt zeitlich gestaffelt und räumlich versetzt. So bleiben für Insekten und kleine Tiere stets Lebensraum und Nahrung erhalten.



Garantiert gentechnikfrei



Kofinanziert von der
Europäischen Union



Mehr für's Tierwohl

Neben der artgemäßen Fütterung stehen Heumilchkühen mindestens 120 Tage Weide oder Auslauf bzw. Laufstallhaltung zur Verfügung und sorgen für ausreichend Bewegung. Eine dauernde Anbindehaltung ist verboten.

Weltkulturerbe

Heumilch ist Weltkulturerbe: Die Heuwirtschaft wurde von der Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen (FAO) als „landwirtschaftliches Kulturerbe von globaler Bedeutung“ anerkannt.





KALTBACH

NEU!



KALTBACH Der Kräftig-Würzige

Unsere neueste Käsespezialität entfaltet nach sechs Monaten Reifung in der KALTBACH Höhle seinen unverwechselbaren Geschmack: ausgewogen würzig, mit kräftigem Aroma und dezent fruchtiger Note.

Seine feste, leicht mürbe Konsistenz und das harmonische Geschmacksprofil machen ihn zu einer außergewöhnlichen Wahl für anspruchsvolle Genießer.

Charakterkäse veredelt von Höhle und Meister.

MITARBEITER GESUCHT!



**THORSTEN
WITTERIEDE**
Chefredakteur

Den klassischen Publikumsmedien ist inzwischen nicht entgangen, dass an den Bedienungstheken ein erheblicher Fachkräftemangel droht. So berichtete der Nachrichtensender N-TV über eine Studie des Kompetenzzentrums Fachkräftesicherung (Kofa). Demnach ist die Fachkräftelücke in Deutschland in keiner Berufsgruppe zuletzt so stark gewachsen wie bei Fleischfachverkäuferinnen – die häufig auch für die Käsetheken zuständig sind. Als Hauptgrund wird der demografische Wandel genannt. Was für die Kofa-Marktforscher eine neue Erkenntnis sein mag, ist in der Lebensmittelbranche seit Langem bekannt. Händler beklagen schon seit geraumer Zeit, dass sie kein geeignetes Personal für ihre Bedienungstheken finden. Auch Kunden stehen immer häufiger vor geschlossenen Theken oder müssen sich mit Prepacking- oder Hybridlösungen begnügen. Zur Wahrheit gehört jedoch auch, dass zahlreiche Supermarktbetreiber in diesen Konzepten ein Zukunftsmodell sehen und sich davon Kostensenkungen bei gleichbleibendem Angebot versprechen. Gleichzeitig gibt es Händler, die sich der Bedeutung ihrer Frischeabteilungen bewusst sind. So kündigte Rewe Dortmund bereits Ende des vergangenen Jahres an, dass ein neu geschaffener interner Personaldienstleister die Händler in der Region dabei unterstützen soll, ihre Theken mit qualifiziertem Personal zukunftssicher aufzustellen. Ob es der Rewe-Region gelingt, die Fachkräfte zu gewinnen, die ihre Händler bislang nicht finden konnten, bleibt abzuwarten. Einen Schritt weiter geht die Rewe-Zentrale: Mit Werbespots auf reichweitenstarken Fernsehsendern trommelt sie offensiv für die Arbeit an der Käsetheke – ausdrücklich auch für Quereinsteiger. Ein vielversprechender Ansatz, den hoffentlich auch die Mitbewerber aufgreifen. Denn neben der gezielten Suche nach neuen Mitarbeitern würde dies zugleich die Bedeutung der Bedienungstheken insgesamt unterstreichen.

Nur für
kurze Zeit!



DER Graskäas Original Beemster IST DA!

Aus der ersten
Frühlings-Weidemilch
des Jahres

Ab KW 21
an Ihrer Käsetheke



ANZEIGE



INHALT

★ Fachthema

- Frischkäse sind impulsstarke Stars für die Theke 6
- Sandra Reißmann zeigt Leidenschaft für Frischkäse..... 16
- Bayernland Landfrischkäse als Basis für kreativen Genuss 18



Foto: Rabeller

★ Neuheiten

- Graskaas bietet den Geschmack des Frühlings..... 20
- Aus Bavaria blu Der Würzige wird Amorososo blu 21
- Der Bio Rocker aus dem Münsterland..... 21
- Ein Diamant aus der Rhön 21
- Kleiner handgeformter Ziegenweichkäse..... 21
- Aus den Almzeit Alpenkäse wird die Marke Basils..... 22
- Die Alte freche Kuh aus der Schweiz..... 23
- Der Lemon Cheesecake für die Käsetheke 23
- Die Rosmarin Hexe aus St. Gallen..... 23
- Bergkäse aus dem Kärntner Lesachtal..... 23
- Der wilde Österreicher in Bio-Qualität 24
- Bio Gipfel Rebell aus Bergbauern-Heumilch..... 24
- Deutsche Käseflagge zur Fußball-WM..... 24
- Drei Hütt'n-Käse aus dem Allgäu 24
- Picandou Ziegen-Crottin in Natur und ummantelt 25
- Traditioneller Ziegenfrischkäse von Picandou 25
- Französischer Brie-Klassiker im Weidner-Sortiment 25
- Der Grashüpfer-Käse aus der Schweiz..... 25

★ Aktionen

- Frühlingsgenuss mit Landana Jersey Käse 26
- Zwei Frühlingsaktionen für Tête de Moine AOP..... 27
- Ruckzuck gekocht mit Heumilch-Käse..... 27
- Parmigiano Reggiano legt glänzenden Auftritt hin 27
- Spendenaktion des neuen Bio Rockers..... 27
- Ein SudoKuh der Arge Heumilch..... 27
- Saisonales Design für Picandou..... 28
- Wellenschneider für Beemster-Käse..... 28
- Fruchtige Zugabe für Savencia-Sorten 28
- Aromatische Gewürzboxen gewinnen..... 28
- Sommeliers und Arge Heumilch
erklären den Genuss der Alpen..... 29
- Mit der Gläsernen Molkerei sammeln und gewinnen 29
- Käse und Wein im Sommelier-Dialog..... 29



Foto: Jäckle Frische-Partner/rampant pictures

★ Unterwegs

- Jäckle bietet Eigensorten statt Eigenmarke..... 30

★ Länderthema Skandinavien

- Reif für den Norden..... 32

★ Kreativ Award 2026

- Erfolgreich mit neuen Länderaktionen 40



Skandinavische Käsespezialitäten stehen für Naturverbundenheit und unverwechselbare Aromen. Von mild-würzigen Schnittkäsen über charaktervolle Blauschimmelkäse bis zu karamellbraunen Molkenkäse bietet der Norden eine spannende Auswahl für die Theke.

ab Seite 32

★ Bio

Neue Mitglieder in der Bio-Allianz 41
 Bio wächst in Österreich 41
 Regionales Partnermodell der Bio Company 41
 Auch in Deutschland wächst die Bio-Nachfrage 41
 40 Jahre Ökologische Molkereien Allgäu 42

★ Im Gespräch

mit Robert Abele zu den himmlischen Neuheiten 44

★ Messen

Heiderbeck präsentierte Käse und Finefood im nostalgischen Gemäuer 46
 Traditioneller Expertentreff bei Jäckle Frische-Partner 48

★ Zusatzverkauf

Neue Bio-Frucht-Dips von Furore 51
 Kletzz-Fruchtbrote von Wolfram Berge 51
 Potluck-Gewürze sind genussvolle Eyecatcher 51
 Stilvolles Zubehör von Easy Cheesy 51
 Griechisches Flair mit Ziegenkäse und Paprika 51

★ Rubriken

Vorwort 3
 Meldungen 19, 31, 39, 45
 Bücher 50
 Vorschau/Impressum 52

ANZEIGE

Basils



Echtes Käsehandwerk nach Rezeptur von Firmengründer Basil Weixler.

Jetzt neu!



FRISCHE STARS FÜR DIE THEKE

In der Käsetheke hat sich das Frischkäsesortiment zu einem wichtigen Impulsgeber entwickelt. Für diese Käsegruppe spricht vor allem die Frische und eine große Vielfalt.



Landfrischkäse Blaue Birne

Zutaten: 1 kg Land-Frischkäse von Bayernland, ca. 500 g Edelpilzkäse, 2 frische Birnen oder Dosenbirnen, 100 g Walnüsse (auch zum Dekorieren)

Zubereitung: Edelpilzkäse mit einer Gabel fein zerdrücken. Die Birnen in kleinere Stückchen schneiden, die Walnüsse hacken. Land-Frischkäse mit allen Zutaten gut vermengen und mit einigen übrigen Walnüssen dekorieren.

Ökonomisch betrachtet ist Frischkäse ein schneller Umsatzgarant: Es fällt keine Reifezeit an, der Käse ist unmittelbar nach seiner Herstellung verzehrfertig und kann direkt verkauft werden. Frischkäse unterscheidet sich in der Herstellung von den anderen Käsegruppen. Hart- und Schnittkäse sowie Weichkäse entstehen grundsätzlich durch Labgerinnung. Der Bruch für Frischkäse wird hauptsächlich durch Milchsäurebakterien von der Molke getrennt. Lab kommt nur vereinzelt hinzu, und wenn, nur in geringen Mengen. Ist die Milch geronnen wird der Bruch mit einer Käseharfe geschnitten und Molke tritt aus. Das Bruch-Molkegemisch wird etwas gepresst, damit die überschüssige Molke abfließen kann. Im Grunde ist der Frischkäse dann fertig. Diese Käsegruppe hat den höchsten Wassergehalt in der fettfreien Käsemasse – er beträgt mehr als 73 Prozent. Charakteristisch für den Frischkäse ist außerdem sein mild-säuerlicher Geschmack und die streichfähige Konsistenz. Er bildet zudem keine Rinde.

Grundwissen

Frischkäse wird – wie andere Käsearten – in Fettgehaltsstufen eingeteilt (z. B. Doppelrahmstufe, Rahmstufe, Vollfettstufe etc.). Um den Fettgehalt zu erhöhen wird bei der Herstellung Rahm zugegeben. Maßgeblich ist der Fettgehalt in der Trockenmasse (F.i.Tr.). Die Angabe der Fettstufe ist verpflichtend, sofern keine Verkehrsbezeichnung wie „Doppelrahm-Frischkäse“ verwendet wird, aus der sie eindeutig hervorgeht. Selbsthergestellte Frischkäsezubereitungen sind keine eigenständige Käsegruppe, sondern Zubereitungen auf Basis von Frischkäse mit weiteren Zutaten wie Kräutern, Gewürzen oder Gemüse. Sobald Zutaten zugesetzt werden, lautet die korrekte Verkehrsbezeichnung nicht mehr „Frischkäse“, sondern beispielsweise „Frischkäsezubereitung mit Kräutern“ oder „Frischkäsezubereitung mit Paprika“. Werden Frischkäse, Sauerrahm, Buttermilch oder Joghurt miteinander vermischt, sind solche Produkte als „Milchmischerzeugnisse“ kenntlich zu machen. Da Frischkäse einen hohen Wassergehalt besitzt, sind selbst hergestellte Zubereitungen mikrobiologisch sensibel. Entscheidend

Theken-Tipps

- Frischkäsezubereitungen mit den entsprechenden Zutaten großzügig garnieren (Kräuter, Beeren, Chili, Krokant...)
- Unterschiedliche Formen präsentieren: Kugeln, Rollen, Cups
- Frischkäse zum Probieren mit Minilöffeln/-Gabeln anbieten
- Kombiaktion zum Probieren mit Brotchips oder Gemüsesticks
- Frischkäse/Dip des Monats anbieten
- Frischkäsezubereitungen im Block präsentieren, das sorgt für Aufmerksamkeit
- Hingucker Schild „Frischkäse-Bar“

sind daher eine strikte Kühlkette (max. +7 °C) und kurze Haltbarkeitsfristen. Bei der Herstellung ist auf eine saubere und sorgfältige Verarbeitung zu achten.

Kreativ mit Frischkäse

Eigene Frischkäsezubereitungen werden vor Ort an der Theke frisch hergestellt und mit Zutaten verfeinert. Saisonale Themen bieten zahlreiche Anlässe: im Frühling mit einer Bärlauch-Radieschen-Creme, im Sommer mit Kräutern und Lemon oder im Winter mit Spekulatius und Zimt kombiniert. Der Kreativität sind kaum Grenzen gesetzt. Und genau hier entfalten sie ihre Wirkung: als farbenfrohe, kreative Highlights, die Lust aufs Probieren machen – und zeigen, wie vielseitig Frischkäse an der Bedienungstheke inszeniert werden kann.

Die Deklaration

„Das Fachpersonal an der Käsebedienungstheke entwickelt gerne eigene Kreationen“, sagt Bärbel Wolpers, Käsesommelière und Rewe-Service-Trainerin. „Die Zubereitungen können drei Monate lang an der Käsetheke im Verkauf getestet werden. Dafür erhalten sie eine eigene, kurzfristige PLU-Nummer – der mehrstellige Code zur Identifikation loser Ware.“ Anschließend kann die Frischkäsezubereitung von einem akkreditierten Labor (Bilacon) hinsichtlich ihrer Nährwertangaben untersucht werden. Sollte die Zubereitung den Anforderungen der Qualitätssicherung genügen, wird der

40
öma

40
JAHRE ÖMA-
LASST
UNS KÄSE
FEIERN.

1986 – 2026.



Jubi Bergkäse

40 Wochen gereift

Jubi Alpentorte

Eine „Käsetorte“
der besonderen Art.

www.oema.bio

Vallée Verte



Der Crottin Cranberry (mind. 45 % Fett i. Tr., 360 g, tierisches Lab) aus der Familienkäserei Chêne Vert verbindet eine cremige Frischkäsebasis mit Cranberrys. Ummantelt von rot-violetten Früchten überzeugt der Bio-Ziegenfrischkäse mit zart-schmelzender Konsistenz und feinfuchtigem Geschmack.

Vulkanhof



Der Eifelfrische Ziegenfrischkäse (mind. 40 % Fett i. Tr., ca. 340 bis 450 g, tierisches Lab) mit Gewürzpeffer-Ummantelung überzeugt durch seine cremige, feinschmelzende Textur und ein mildes, leicht säuerliches Aroma. Die würzige Pfeffermischung verleiht ihm eine elegante Schärfe.

Foto: Werbeagentur Phormat Andreas Goltz

Carl Fr. Scheer



Fachgroßhändler Scheer empfiehlt zur Frühlingszeit eine Frischkäsecreme mit Bärlauch (50 % Fett i. Tr., mikrobielles Lab). Die Käsezubereitung zeichnet sich durch eine cremig-weiche Konsistenz aus und wird mit Sahne, Joghurt, Bärlauch und Gewürzen verfeinert. Für die Theke ist sie im Ein-Kilogramm-Gebinde erhältlich.

Die Käsemacher



Die Ziegenkäsetorte mit Cranberry und Honig (mind. 45 % Fett i. Tr., 1 kg, mikrobielles Lab) ist optisch ein Highlight. Cranberrys bilden einen schützenden, dekorativen Mantel. Die Torte überzeugt durch ihre locker-cremige bis weich-samtige Textur. Ergänzend sind pikante Frischkäsetorten erhältlich.

Die Käsemacher



Die würzig-pikante Ziegenkäsetorte Steinpilz-Kräuter (mind. 45 % Fett i. Tr., 1 kg, mikrobielles Lab) wird aus Ziegenfrischkäse handwerklich hergestellt. Der Mantel aus Steinpilzen und Kräutern sowie die locker-cremige bis weich-samtige Textur machen ihn zu einer Waldviertler Käsespezialität.

Ruwisch und Zuck/ Käsespezialisten Süd



Mit der Leineperle Scharfer Schäfer (1 kg, tierisches Lab) präsentiert der Fachgroßhändler eine besondere Frischkäsezubereitung, bei der Frischkäse mit Feta und Chilischoten kombiniert wird. Cremige Konsistenz und pikante Schärfe sorgen für ein markantes Geschmacksprofil.

Artikelstamm angelegt und das Rezept steht allen Rewe-Märkten zur Verfügung.

„Bei Frischkäse oder einer Frischkäsezubereitung handelt es sich um unverpackte Ware. Daher müssen auf dem Preisschild an der Theke folgende Angaben stehen: die Bezeichnung, die Tierart (falls es sich nicht um Kuhmilchkäse handelt), der Hinweis ‚Frischkäsezubereitung‘ sowie - falls zutreffend - der Zusatz ‚enthält Allergene‘“, so die Käsesommelière. „Die wichtigsten Zutaten, die in der Käsezube-

ereitung verarbeitet werden, sollten ebenfalls auf dem Schild angegeben sein. Die vollständige Zutatenliste ist im Artikelpass hinterlegt.“ Die Artikelpässe müssen für Kunden einsehbar und dafür an der Theke hinterlegt sein. Ist Alkohol in der Zubereitung enthalten, muss dies auf dem Etikett vermerkt werden. „Wichtig ist außerdem das Mindesthaltbarkeitsdatum: Hier empfehle ich, das Herstellungsdatum plus fünf Tage anzugeben. Hinzu kommen die Lagerbedingungen: maximal bis sieben Grad Celsius gekühlt haltbar und schließ-

lich darf der Grundpreis pro Kilogramm nicht fehlen“, sagt Bärbel Wolpers.

Es gibt Käsetorten, Törtchen, Kreationen mit Frischkäse oder lose Ware für die Schale, die Vielfalt in puncto Geschmack und Optik ist riesig. Viele Käsehersteller und -händler entwickeln regelmäßig neue Rezepte für schmackhafte und ausgefallene Frischkäsezubereitungen. Fromi veröffentlicht auf seiner Website unter entsprechender Rubrik, je nach Anlass viele Rezepte verschiedener Frischkäse-Labels.

Bayernland



Wir lieben KÄSE seit 1930



DOPPELRAHMSTUFE

Zutaten: Frischkäse, Speisesalz, Verdickungsmittel E412

| Durchschnittliche Nährwerte pro 100 g | 20 g |
|---------------------------------------|--------|
| Energie | 285 kJ |
| Fett | 17 g |
| davon gesättigte | 3,0 g |
| Kohlenhydrate | 2,0 g |
| davon Zucker | 0,1 g |
| Eiweiß | 5,1 g |
| Salz | 0,20 g |

Bei +4°C bis +8°C mindestens haltbar bis mehrer Stempel
Bayernland eG, Breslauer Str. 49, 90771 Nürnberg

bayernland.de



**Ruwisch und Zuck/
Käsespezialisten Süd**



Der Leineperle Dattel-Dip süß (1 kg, tierisches Lab) vereint Frischkäse mit sonnengereiften Datteln. Die aus Niedersachsen stammende Zubereitung überzeugt mit cremiger Textur und ausgewogen süßlichem Geschmack.

Bettinehoeve



Die Bettine Ziegenfrischkäserolle (mind. 48 % Fett i.Tr., 1 kg, mikrobielles Lab) wird aus frischer niederländischer Ziegenmilch hergestellt. Charakteristisch ist die feine Weißschimmelkultur, die die Rolle umhüllt. Für die Käsetheke sind Ein-Kilogramm-Rollen in den Varianten Natur sowie mit Honig verfeinert erhältlich.

Bettinehoeve



Der Bettine Frischkäse (mind. 48 % Fett i.Tr., mikrobielles Lab) aus 100 Prozent reiner Ziegenmilch ist zusätzlich als 60-Gramm-Taler für die Theke verfügbar. Eine Packung enthält zwei Taler. Angeboten werden die Sorten Natur, Honig, Kräuter sowie mit Speck ummantelt. Die Taler eignen sich für attraktive Frischkäsezubereitungen.

Jäckle Frische-Partner



Die Frischkäsezubereitung Bärlauch (mind. 70 % Fett i. Tr., 1,5-kg-Schale) kombiniert Frischkäse mit frischem Bärlauch. Die sahnige Spezialität ist saisonal erhältlich und eignet sich ideal für die Frühjahrs- und Grillsaison.

Jäckle Frische-Partner



Die Frischkäsezubereitung Mediterran (mind. 70 % Fett i. Tr., 1,5-kg-Schale) vereint Frischkäse mit Kräutern, Oliven und sonnengetrockneten Tomaten. Sie eignet sich hervorragend als Dip zum Grillen oder pur zu frischem Baguette.

Käse-direkt



Aus Fontenille im Poitou stammt der handwerklich hergestellte Ziegenfrischkäse Chèvre Frais (45 % Fett i. Tr., 80 g). Die Familienkäserei Beillevaire verarbeitet Milch von sechs nahegelegenen Höfen. Erhältlich ist der Frischkäse in Natur, Pfeffer, Knoblauch-Kräuter, Blüten, Cranberry, Aprikose oder Kräutern mit rotem Pfeffer.

Emmi kommuniziert stets neue Rezepte für das Fachpersonal unter einer dafür eingerichteten Rubrik in der Emmi-Professionals-App. Stefan Hußmann, Marketing-Manager bei Emmi Deutschland, sagt: „Mit raffinierten Rezepten bieten sie dem Handel aufmerksamkeitsstarke Impulse, um Kunden an die Käsetheke heranzuführen und sie immer wieder neu zu inspirieren.“ Das Rezeptportal in der App umfasst sowohl Thekenrezepte mit Bettine-Ziegenfrischkäse als auch mit den Kaltbach-Käsespezialitäten sowie „Der scharfe Maxx“.

Hersteller Bayernland gibt einen neuen Folder heraus, der verführerische, trendig-moderne und klassische Rezepte für den Land-Frischkäse enthält und damit reichlich Impulse für mehr Umsatz mit Frischkäse gibt.

Die Käserei Champignon bietet Broschüren mit attraktiven Tortenkreationen aus Weichkäse an. Auch die dritte und neueste Auflage mit dem Titel „Wir machen Lust auf Käse – Käsetorten für jeden Anlass“ enthält wieder sieben raffinierte Tor-

ten-Kreationen, die vielfach mit Frischkäse verfeinert sind.

Sommerhit

Wenn Kunden neugierig an die Käsetheke im E-Center Mössingen treten, geschieht das oft aus einem Grund: die Frischkäsezubereitung „Spaghetti-Eis“ ist wieder erhältlich. Was nach einer beliebten Kreation im Eissalon klingt, ist eine raffinierte, sommerliche Zubereitung – und ein absoluter Renner. „Im Durchschnitt verkaufen wir rund 3,5 Kilogramm



**ZIEGENKÄSE
MILD & CREMIG**



**JETZT
ENTDECKEN!**

Odenwälder Käsekeller



Der Odenwälder Käsekeller bietet fertig zubereitete Schlemmertorten (60 % Fett i.Tr., ca. 1,5 kg, mikrobielles Lab) für die Käsetheke an. Sie werden aus Weichkäse hergestellt sowie mit Frischkäse gefüllt und bestrichen. Es gibt die Sorten Cranberry, Stracciatella, Out of Afrika (südafrikanische Peppersweet) sowie Bärlauch.

Landkäserei Herzog



Bei der Roggenburger Bio Frischcreme Bärlauch (25 % Fett im Milchanteil, 1,2 kg) handelt es sich um Sauerrahm aus Bioland-Milch, der mit Gewürzen und Bärlauch verfeinert ist. Die Frischcremes gibt es auch in Natur, Lauch, Kräuter, Bärlauch, Toscana, Meerrettich, Hirte, Paprika, Bruschetta, Honig-Senf, Lachs und Bunter Biogarten.

Hamburger Käselager



Snøfrisk (70 % Fett i. Tr., 1-kg-Eimer) wird in Norwegen aus frischer Ziegenmilch hergestellt. Snøfrisk bedeutet „schneefrisch“ – passend zu seinem mild-frischen Geschmack. Die Ziegenmilch wird schonend gesäuert und mit etwas Kuhsahne verfeinert. Das Ergebnis ist ein besonders milder Frischkäse mit feiner Ziegennote.

Fromi



Der St. Céols (mind. 40 % Fett i. Tr., ca. 2,2 kg) ist ein feincremiger Frischkäse aus Kuhmilch aus den Vogesen. Die Milch wird langsam dickgelegt, der Bruch traditionell von Hand mit der Kelle in Formen gefüllt und nach kurzem Abtropfen leicht gesalzen. Ideal für herzhaftes wie süße Kreationen an der Käsetheke.

Fromi



Die Picandou Ziegenkäsekronen (mind. 40 % Fett i. Tr., 140 g x 6, tierisches Lab) haben eine charakteristische Kronenform mit Loch in der Mitte. Sie überzeugen mit milder, leicht säuerlicher Note und luftiger Textur. In Handarbeit geformt, sind sie in Natur, mit Schalotten oder mit süßlich-würziger Paprika erhältlich.

Weidner Käse



Nach Original-Novo-Food-Rezeptur wird die Frischkäsezubereitung Honig-Senf-Feige (75 % Fett i. Tr., 1,5-kg-Schale, mikrobielles Lab) hergestellt. Die Creme überzeugt mit feiner Fruchtsüße und einem leichten Knusperereffekt durch die Feigenkerne.

Friskkäse pro Woche“, berichtet Miriam Hedtke, Käsesommelière und Abteilungsleiterin Frische im E-Center Mössingen. Gerade in den warmen Monaten ist die Friskkäseidee besonders gefragt. Die Basis bildet cremiger Friskkäse, der durch eine Spätzlepresse gedrückt wird und so seine „Spaghett“-Optik erhält. Verfeinert wird sie mit fruchtigem Lemon Curd, weißer Schokolade und knusprigem Haselnuss-Krokant. „Optisch ein Hingucker – geschmacklich eine kleine Sommerverführung“, berichtet Miriam

am Hedtke. Bis zu sieben verschiedene Friskkäsezubereitungen entstehen jede Woche: von bewährten Klassikern wie Schnittlauch oder Curry über saisonale



Varianten wie herbstlich mit Kürbis, winterlich als Spekulatius- oder Vanillekipferl-Creme, österlich mit Radieschen und Mohn bis zu sommerlich-frisch mit Limette. Eine besondere Hommage an die Region ist die „Mössinger Luft“ – eine pikante Friskkäsezubereitung mit Gelee, Apfelchili und Worcestersauce. „Jede neue Sorte probiere ich zu Hause aus“, erzählt die Käsesommelière. Erst wenn Geschmack und Konsistenz überzeugen, schafft es die Kreation in die Theke. Für die Zubereitung plant das Team zwei bis

PRIMA DONNA MATURO

Vollmundiger, nussiger Käse mit charakteristischen Reifekristallen.
Ein niederländisches Herz mit einer italienischen Seele.

Formaggio con passione



SOMMERACTION!

Wenden Sie sich bitte an Ihre
Vandersterre Kontaktperson.



Kaltbach der Cremig-Würzige „Caipi Style“.

Zutaten: Kaltbach Der Cremig-Würzige 100 g, Frischkäse 1 kg, Caramel-Creme 100 g, Limetten (Abrieb und Saft) 2 Stück, 3 g frische Minze, 5 g Salz

Zubereitung: Den Käse fein reiben. Die Limettenschalen fein abreiben und den Saft auspressen. Anschließend den Käse mit Frischkäse, Caramel-Creme, Limettenabrieb und -saft, Minze und Salz zu einer cremigen Masse verrühren. In einer Schale anrichten.

drei Stunden ein. Frische Zutaten werden sorgfältig vorbereitet. Das Mindesthaltbarkeitsdatum inklusive Herstellungstag beträgt drei Tage – Frische hat oberste Priorität. Gerade zum Wochenende hin ist präzise Planung gefragt. Präsentiert werden die Frischkäsekreationen in der Mitte der Theke.

Wie selbstgemacht

Eigenkreationen aus Frischkäse sind an der Bedienungstheke gefragt. Individuelle Rezepturen unterstreichen die Kompetenz des Fachpersonals und sorgen für Abwechslung im Sortiment. Die Herstellung der Eigenkreationen auf Frischkäsebasis bedeutet jedoch auch einen erheblichen Zeit- und Arbeitsaufwand. „Rezepte müssen entwickelt, Zutaten zusammengestellt sowie Früchte, Gemüse und frische Kräuter vorbereitet werden“, erklärt Andreas Heimann, Leiter Vertrieb beim Fachgroßhändler Ruwisch und Zuck. „Das bindet Personal und kostet wertvolle Zeit im Thekenalltag.“ Mit dem neuen Konzept „Leinernerle“ bietet Ruwisch und Zuck eine Lösung für die Bedienungstheke. Aktuell stehen sieben Geschmacksrichtungen zur Verfügung: Aioli, Kichererbse, Datteldip süß, Datteldip herzhaft, Curry-Barbecue sowie Scharfer Schäfer.

Die Zubereitungen bestehen zu 50 bis 60 Prozent aus Frischkäse und werden mit ausgewählten Zutaten verfeinert. „Bei dem neuen Konzept handelt es sich um Trendsorten, die in der Eigenherstellung vergleichsweise aufwendig sind. Für das Fachpersonal an der Bedienungstheke entsteht jedoch kein zusätzlicher Zeit- oder Arbeitsaufwand“, erklärt Andreas Heimann. Die Produkte überzeugen durch ihre handwerkliche Optik, treffen den aktuellen Geschmack und lassen gleichzeitig ausreichend Raum an der Theke für individuelle Kreationen im eigenen Sortiment. Eine Erweiterung um saisonale Varianten sowie thematische Konzepte sind bereits in Planung. Die Dips werden in praktischen Ein-Kilo-Schalen angeboten. Dabei gilt: Es muss nicht das komplette Sortiment bestellt werden – einzelne Varianten lassen sich flexibel in das Thekenangebot integrieren.

Kreative Zubereitungen mit Frischkäse lassen sich auch mit getrockneten Genussflocken aus Früchten oder Gemüse zaubern. Die Rabella Genuss-Manufaktur vertreibt unter der Marke Dr. Crispy und Mr. Dried getrocknete Frucht- und Gemüsegenussflocken sowie Flocken aus natürlichen Süßen in Bio-Qualität. Sie eignen sich vielseitig zur Veredelung von Speisen, beispielsweise in Salaten, Suppen, Saucen und in Frischkäsezubereitungen. Die Flocken werden aus reifen passierten Früchten und Gemüse sowie aus Säften oder Saftkonzentraten hergestellt und sind besonders gut geeignet, um Frischkäse geschmacklich zu verfeinern. Sie werden

unter den Frischkäse gerührt und zusätzlich kann die Zubereitung damit dekoriert werden. Der Aufwand für eine Frischkäsekomposition entfällt somit komplett.

Am Beispiel einer Mango-Frischkäsezubereitung lassen sich die Vorteile besonders gut darstellen: Bei der Verwendung der Flocken entfällt das Säubern, Schälen und Schneiden frischer Mangos vollständig. Ebenso kann auf Mangosirup als zusätzlicher Geschmacksverstärker verzichtet werden. Eine Beispielkalkulation Frischkäse und Dr. Crispy Mr. Dried Bio-Mango Genussflocken – anstelle frischer Mangos – zeigt, dass der Gesamtkostenanteil um 0,62 Euro unter der Originalkalkulation liegt.

Nach dem Motto: „Erzeugt Aufmerksamkeit bei Euren Kunden“ lockt der niederländische Käsehersteller Westland Kaasspezialiteiten die Verbraucher mit selbst kreierten Frischkäsekreationen wie Küken, Hasen, Weihnachtsmännern, Tannenbäumen, Schneemännern und Clowns an die Theke. Die Kreationen tragen auffällige Gesichter aus fertigen Backzutaten. Claus Christmann, Nationaler Key-Account-Manager Westland Kaasspezialiteiten, wurde von den vielen Eigenkreationen aus Frischkäse an den Theken inspiriert und entwickelte Rezepte mit Old Amsterdam und Frischkäse. Entstanden sind genussvolle und zudem aufmerksamkeitsstarke Kreationen für die Theken. Um es dem Fachpersonal dabei so einfach wie möglich zu machen, wurden die Produktpässe (Bilacon-Zer-

Mit den Frucht- und Gemüseflocken von Rabella lassen sich schnell und kostengünstig Kreationen mit Frischkäse herstellen.



★ FRISCHKÄSE ★

tifikate) inklusive Zutaten, Zusatzstoffe, Mindesthaltbarkeitsdatum und enthaltener Allergene gleich mitentwickelt. „Die Verwendung von Käseendstücken in

geriebener Form für die Zubereitung ist sicherlich ein weiteres, gutes Argument für die Frischkäsezubereitungen“, erklärt Claus Christmann. „Die Kunden bleiben

an der Theke stehen, wenn sie die Kreationen aus Frischkäse sehen, kaufen sie die leckere Creme und noch ein Stück Old Amsterdam dazu.“ **us**



Optisch kreative Zubereitungen sind echte Hingucker in der Theke.

Ideenvielfalt für die Käsetheke

Frischkäse ist weit mehr als ein Klassiker im Standardsortiment der Theke. Kreative Variationen raffinierter Frischkäsezubereitungen begeistern die Kundschaft. Das European Cheese Center (ECC) bietet mit dem Seminar „Kreativ mit Käse“ eine interessante Schulung an, die genau diese Thematik aufgreift. Neben dem Schwerpunkt Frischkäsevariationen umfasst das Seminar zwei weitere Themenblöcke: „Cheeseboards und Co.“ sowie „Winterzauber“. Der Unterricht findet an jeweils drei verschiedenen Tagen im ECC in Hannover statt. Referentin ist Diplom-Käsesommelière und Fromelière, Verkaufstrainerin, Coach und Autorin Melanie Koithahn. In den Seminaren steht die praxisnahe Umsetzung im Mittelpunkt. Vermittelt werden die Grundlagen der geschmacklichen Harmonielehre sowie der Sensorik. Wie lassen sich unterschiedliche Käsetypen optimal kombinieren und veredeln? Darüber hinaus werden die Aufgaben und Unterschiede eines Affineurs und eines Aromatiseurs erläutert. Der Schwerpunkt liegt auf der fachgerechten Veredelung von Frischkäse sowie auf den rechtlichen Bestimmungen zur Deklaration in der Käsetheke. Das Seminar richtet sich an alle, die ihre Kundschaft mit hausgemachten Kreationen begeistern und kompetent beraten möchten. Informationen zu diesen Schulungen sowie zum weiteren Schulungsangebot des ECC sind unter cheesecenter.de zu finden.

ANZEIGE

Hochwertige Produkte

auf einen Blick erkennen

- Verbesserte Tierhaltung durch **mehr Bewegungsfreiheit**
- Erhöhter Kuhkomfort durch **Kuhbürsten**
- **Transparente Kennzeichnung** und **kontrollierte Qualität**



LEIDENSCHAFT FÜR FRISCHKÄSE

Der schönste Moment an der Käsetheke ist für Sandra Reißmann, wenn Kinder ihre Eltern bitten, ein „Eis“ aus dem großen Frischkäse-Angebot des E-Centers Weil der Stadt zu kaufen.



Sandra Reißmann ist gelernte Einzelhandelskauffrau und arbeitet seit 22 Jahren im E-Center in Weil der Stadt an der Käsetheke. Vor vier Jahren wurde ihr die Leitung der Abteilung übertragen. Bereits 2023 gewann sie mit ihrer Käsetheke einen Preis. 2024 absolvierte sie die Weiterbildung zur Käseexpertin und im vergangenen Jahr zur Diplom-Käsesommelière im European Cheese Center (ECC) in Hannover. Käse begleitet Sandra Reißmann bereits ihr ganzes Berufsleben – und sie möchte ihn nicht missen.

Die Käsetheke von Sandra Reißmann fällt durch eine besonders umfangreiche Auswahl selbst hergestellter Frischkäsekreationen auf. Gespräch mit der **KÄSE-THEKE** berichtet die Abteilungsleiterin über Zubereitungen und worauf zu achten ist – sie ließ sich dabei auch einige Tipps entlocken.

KÄSE-THEKE: Was sind die wichtigsten Grundsätze bei der Herstellung von Frischkäsezubereitungen für die Theke?

Sandra Weil: Die wichtigsten Grundsätze sind zunächst ein hygienischer, sauberer Arbeitsplatz und natürlich frische, einwandfreie Produkte. Außerdem sollte auf bedarfsgerechte Mengen geachtet werden. Zu große Mengen bedeuten Abschriften – und diese reduzieren den Ertrag. Kreativität und Leidenschaft ergänzen sich bei der Herstellung von Frischkäsezubereitungen perfekt und führen zu einem attraktiven Angebot in der Theke.

Wie viele Zubereitungen werden täglich in Ihrer Theke angeboten?

Wir bieten täglich mindestens 14 Frischkäsezubereitungen aus eigener Herstellung an. Diese variieren nicht nur je nach Saison, sondern berücksichtigen auch aktuelle Trends. So haben wir beispielsweise den Trend zur Dubai-Schokolade aufge-

griffen und einen Pistazien-Frischkäse mit Schokostückchen und Engelshaar kreiert.

Wer entwickelt die Rezepte und was ist bei den Zutaten zu beachten?

Ich habe das Glück, dass es bei Edeka eine Datenbank mit vielen Rezepturen gibt. Aber auch eigene Rezeptideen werden ausprobiert. Meine Kolleginnen und ich können hier unserer Kreativität freien Lauf lassen. Wenn die Zubereitungen bei den Kunden gut ankommen, werden sie ins Programm aufgenommen, und die Rezeptur wird noch einmal ausführlicher überarbeitet. Verwendet werden nur frische und einwandfreie Produkte für die Frischkäsekreationen. Werden mehrere Zutaten kombiniert, sollten sie geschmacklich harmonieren. Darüber hinaus achten wir natürlich auf die korrekten Mengenangaben.

Wie wird das Mindesthaltbarkeitsdatum (MHD) bestimmt?

Bei uns gilt die Regel: Tag der Herstellung plus zwei Tage. Das ist eine Vorgabe unserer QS-Abteilung, die ich sehr sinnvoll finde. So sind gleichbleibende Qualität und Frische garantiert. Gerade am Wochenanfang stelle ich daher lieber kleinere Mengen her, als Ware später vernichten zu müssen.

Wie reagieren die Kunden auf die große Auswahl an Frischkäsezubereitungen?

Meine Kunden sind begeistert, interessiert und neugierig – viele sind fasziniert davon, was sich alles aus Frischkäse zaubern lässt. Manche sind allerdings zunächst skeptisch und können sich bestimmte Kombinationen geschmacklich nicht vorstellen. Dann gibt es eine einfache Lösung: eine Kostprobe. In etwa 90 Prozent der Fälle können wir sie anschließend zum Kauf überzeugen. Einer der schönsten Momente ist für mich immer noch, wenn kleine Kinder vor der Theke stehen und zu ihren Eltern sagen, sie hätten gern das „Eis“ aus der Käsetheke – und dabei auf die Frischkäsezubereitungen zeigen. Das ist auch ein Grund, warum wir süße Varianten anbieten.

Verraten Sie den Lesern der KÄSE-THEKE ein paar Tipps?

Achten Sie immer auf Frische – das ist für mich das A und O. Außerdem sollte man kreativ und experimentierfreudig sein und ruhig auch einmal ein bisschen verrückt denken. Neue Ideen kann man überall finden: bei Kunden, im Urlaub oder auf Märkten. Stehen Sie hinter dem Produkt – nicht nur, weil es Ihr Job ist, sondern weil es Ihnen am Herzen liegt und Käse pure Leidenschaft ist. **us**

ANZEIGE

Landkäserei Herzog

vielfältig – regional – traditionell



<https://www.landkaeserei-herzog.de>



Landkäserei Herzog GmbH - Stoffenrieder Straße 1 - 89297 Schießen/Roggenburg
Telefon: 07300/92164-0 - E-Mail: kontakt@landkaeserei-herzog.de

KREATIVER GENUSS

Das Traditionsunternehmen Bayernland ist Spezialist für Frischkäse. Mit erstklassigen Rohstoffen, sorgfältig ausgewählten Rezepturen und 95 Jahren Erfahrung sorgt Bayernland für Genussmomente. Nicht nur in Deutschland, sondern auch international zählt das Unternehmen zu den führenden Vermarktern milchwirtschaftlicher Erzeugnisse.



In einem ansprechenden Folder präsentiert Bayernland eine Vielzahl köstlicher Rezepte.

Der Bayernland Land-Frischkäse ist seit vielen Jahren fester Bestandteil der Käsetheken. Hergestellt wird er in der Doppelrahmstufe aus frischer Vollmilch und exzellentem Rahm. Er ist speziell für den Einsatz in Großküchen, der weiterverarbeitenden Industrie sowie für die Veredelung an Käse-Bedienungstheken konzipiert. Mit seiner streichfähigen Konsistenz und dem frischen, feinsäuerlichen Aroma ist er eine hervorragende Basis für zahlreiche Rezepte.

Bei der Entwicklung neuer Rezepte für Dips, Cremes und Aufstriche sind der Kreativität keine Grenzen gesetzt. In einem ansprechend gestalteten Folder präsentiert das Unternehmen köstliche Rezepte. Ob herzhaft-pikant, trendig-modern oder verführerisch-süß – mit dem hochwertigen Land-Frischkäse werden kreative Genussmomente geboten.

Viele Käsetheken in ganz Deutschland setzen auf saisonal wechselnde Rezeptideen und überraschen ihre Kundschaft immer wieder mit neuen, geschmackvollen Variationen. Der Bayernland Land-Frischkäse bietet die optimale Basis – natürlich, einfach und vielseitig. Und in der industriellen Verarbeitung findet der Land-Frischkäse unter anderem Verwendung als Füllung für Antipasti – etwa in Kirschpaprika, Champignons oder Peperoni.

Den Artikel gibt es in Großgebinden von 1,5 bis zehn Kilogramm. Neben der klassischen Variante ist er im attraktiven 1,5-Kilogramm-Tainer auch in der Kräutervariante erhältlich, die besonders für die herzhafteste Anwendung geeignet ist. **ng**

Picandou

Webseite überarbeitet

Die französische Ziegenkäse-Marke Picandou, die exklusiv über Fromi vertreten wird, hat ihre Website umfassend überarbeitet und präsentiert sich nun mit einem modernen, nutzerfreundlichen Auftritt. Ziel der Marke ist es, Ziegenkäse in all seinen Facetten bekannter zu machen: als Frischkäse oder gereifte Spezialität, pur aus reiner Ziegenmilch oder mit aromatischen Zutaten verfeinert. Die neue Website bietet einen Überblick über das Sortiment, informiert über Herkunft und Herstellung der Ziegenkäse und liefert Inspirationen rund um den Genuss von Ziegenkäse. Darüber hinaus stehen den Besuchern mehr als 100 Rezepte zur



Verfügung, die vielfältige Einsatzmöglichkeiten von Ziegenkäse in der Küche zeigen.

ANZEIGE



Beeenster

Zum Weltmeister gekürt

Beim World Championship Cheese Contest in Wisconsin errang Beeenster Royal Grand Cru den Titel World Champion Cheese 2026. Mit 98,68 von 100 Punkten setzte sich der Käse gegen 3.375 Einsendungen von Herstellern aus 25 Ländern durch. Seit 1957 bewertet eine internationale Expertenjury Käse aus zahlreichen Ländern in Blindverkostungen unter anderem nach Geschmack, Aroma, Textur und Mundgefühl. „Dass unser Beeenster Royal Grand Cru nun zum besten Käse der Welt gekürt wurde, ist für uns eine besondere Anerkennung – und zugleich eine Bestätigung von 125 Jahren Käsehandwerk im Beeenster Polder“, erklärte Jan Roelofs, Managing Director Beeenster Deutschland & International.

Francisco Josephinum

Ausbildung startet

Am Francisco Josephinum im österreichischen Wieselburg beginnt die nächste Ausbildung zum zertifizierten Milch- und Käsesensoriker. Teilnehmer erwerben dabei fundierte Kenntnisse zu Grundlagen, Normen und Prüfmethoden der sensorischen Beurteilung von Milch und Käse. Nach erfolgreichem Abschluss erhalten sie das Zertifikat „Zertifizierter Milch- und Käsesensoriker“. Weitere Informationen: josephinum.at.

Großer Geschmack im kleinen Format: Die Portion Südtirol für Zuhause!



**KÄSE AUS
SÜDTIROL**

Erhältlich bei unseren
Vertriebspartnern

Ruwisch & Zuck
DIE KÄSESPEZIALISTEN
www.ruwischzuck.de

HEIDERBECK
www.heiderbeck.com

SCHEER
www.kaesescheer.de

www.kaese-aus-suedtirol.com

DER GESCHMACK DES FRÜHLINGS

Mit dem ersten Weidegang der Kühe beginnt in Nordholland eine besondere Saison: Aus der frischen Frühlingsmilch entsteht der Beemster Graskaas – eine regionale Spezialität mit cremig-mildem Charakter und geschützter Herkunft, die nur wenige Wochen im Jahr erhältlich ist.



Sobald das Gras wächst und die Temperaturen steigen, öffnen die Beemster-Bauern die Stalltüren. Die Kühe kehren auf die Wiesen zurück und zeigen dabei sichtbar ihre Freude. Der sogenannte „Koeien-dans“, der Tanz der Kühe, gilt in den Niederlanden als traditionelles Zeichen für den Beginn der Weidesaison. Ab diesem Zeitpunkt verbringen Beemster-Kühe bis zu 185 Tage im Jahr mehr als zehn Stunden täglich im Freien. Damit liegen die Weidezeiten der kleinen Genossenschaft deutlich über dem Standard von 120 Tagen und sechs Stunden pro Tag.

Die Beemster-Kühe grasen auf üppigen, mineralreichen Polderwiesen Nordhollands. Sie bilden die Grundlage für eine besonders gehaltvolle Milch. Beim ersten Weidegang fressen sie das junge, aromatische Gras. Die daraus gewonnene Milch ist sehr geschmacksintensiv und verleiht dem Beemster Graskaas sein einzigartiges Aroma. In der Käserei im Unesco-Welterbe Beemster-Polder wird er aus 100 Prozent reiner Weidemilch hergestellt. Die Käsemeister rühren den Käsebruch von Hand, die geformten Laibe reifen auf Fichtenholzbrettern und werden sorgfältig gepflegt und gewendet. Nach rund fünf Wochen überzeugt der Beemster Graskaas mit cremiger Textur und einem unnachahmlich mild-frischen Frühlingsaroma. Als echter Nordholland-Gouda trägt er das gelb-rote EU-Siegel für den geschützten Ursprung (g.U.).

Seit mehr als 125 Jahren arbeiten Milchbauern und Käsemeister eng zusammen, um aus echter Weidemilch charaktervolle Käsespezialitäten zu erzeugen. Der Beemster Graskaas ist eine limitierte Spezialität und wird ausschließlich aus der ersten Weidemilch des Jahres hergestellt.

Um die Aufmerksamkeit der Kunden auf den Graskaas an der Theke zu lenken, hält Beemster umfangreiches Werbe- und Dekorationsmaterial für den Point of Sale bereit. Dazu zählen Ellipsen in verschiedenen Formaten, ein informativer Verbraucherflyer zur Geschichte des Beemster Graskaas sowie passende grüne Luftballons, Prepacking-Etiketten, Käsepicker und Käseattrappen im Graskaas-Look.



Das Geheimnis hinter dem Beemster Graskaas und der Tanz der Kühe – jetzt im Video entdecken.

Saisonspezialität mit kurzer Verfügbarkeit

Beemster Graskaas (48 % Fett i.Tr.) ist ein echter Noord-Hollandse-Gouda (g.U.). Er wird aus der ersten frischen Weidemilch des Jahres mit mikrobiellem Lab im Unesco-Welterbe Beemster-Polder in der Beemster-Käserei hergestellt. Nach einer rund fünf-wöchigen Reifezeit entfaltet er seinen besonders cremigen und milden Geschmack – ein Genuss für die ganze Familie. Erhältlich ist die Saisonspezialität ab Kalenderwoche 21 an der Käsetheke, aber nur für begrenzte Zeit. Frühzeitig disponieren lohnt sich!

Bergader Privatkäserei

Produktname:
Amoroso blu
Käsegruppe: Weichkäse
Herkunft: Deutschland
Fettgehalt: 70 % i.Tr.
Lab: mikrobiell
Gewicht: 1,2 kg



Bergader präsentiert seinen Blaukäseklassiker in neuem Design und mit neuem Namen: Aus Bavaria blu Der Würzige wird Amoroso blu. Die Rezeptur bleibt dabei unverändert. Der Käse wird aus Alpenmilch hergestellt, ist von Natur aus laktose- und glutenfrei sowie für Vegetarier geeignet (UVP: 24,90 Euro/kg). Er wird als eigenständige Marke exklusiv für die Bedienungstheke hergestellt.

Molkerei Söbbeke

Produktname: Bio Rocker
Käsegruppe: Schnittkäse
Herkunft: Deutschland
Fettgehalt: 50 % i.Tr.
Lab: mikrobiell
Gewicht: 4,5 kg



Mit dem Bio Rocker präsentiert die Bio-Molkerei Söbbeke in Kooperation mit dem Rock'n'Popmuseum in Gronau eine Neuheit: ein Bio-Schnittkäse mit Ingwer, Kurkuma und Knoblauch. Der Käse fällt durch sein schwarzes Coating in Schallplattenoptik ins Auge. Je verkauftem Kilogramm spendet Söbbeke einen Euro an die Udo-Lindenberg-Stiftung zur Förderung des Panik-Preises.

Hungener Käsescheune

Produktname:
Rhöner Diamant
Käsegruppe: Weichkäse
Herkunft: Deutschland
Fettgehalt: 50 % i.Tr.
Lab: mikrobiell
Gewicht: ca. 180 – 200 g



Der Weichkäse Rhöner Diamant wird aus Bio-Heumilch aus dem Biosphärenreservat Rhön hergestellt. Er wird nach Camembert-Tradition handwerklich gekäst. Eine Ummantelung mit Pflanzenasche reguliert die Feuchtigkeit. Die aschgraue Rinde ist essbar.

Vallée Verte

Produktname:
Garonnais Cendré
Käsegruppe: Weichkäse
Herkunft: Frankreich
Fettgehalt: mind. 45 % i.Tr.
Lab: tierisch
Gewicht: 60 g



Der französische Bio-Ziegenweichkäse Garonnais Cendré wird in kleiner, von Hand geformter Ausführung gekäst, was eine gleichmäßige und schnelle Reifung ermöglicht. Er hat einen milden, frisch-fruchtigen Geschmack. Die Oberfläche ist mit Pflanzenkohle bestreut.

ANZEIGE

**ROTWILD
KÄSE**
AUS BESTER SCHWEIZER MILCH

Unser Rotwild Käse, einzigartig würzig und von sündhaft gutem Geschmack, ist ein feiner Rahmkäse, dem wir viel Zeit zur perfekten Reifung geben. Vollmundig und geprägt vom unverwechselbaren Geschmack unserer Region. Authentisch und original. Er wird sechs Monate lang auf natürlichen Fichtenholzbrettern gereift und dabei mit feinstem reinen Salz gepflegt.

Tauchen Sie ein in den Zauber der Wildnis mit seinem vielschichtigen und raffinierten Aroma. Ein wahres Fest für die Sinne. Unsere Empfehlung für wahre Geniesser.

→ 100% VEGETARISCH DURCH REINES MIKROBIELLES LAB OHNE ZUSATZSTOFFE
→ AUCH IN BIO-QUALITÄT ERHÄLTICH
→ GEREIFT MIT SALZ OHNE RIESELHILFE UND ZUSATZSTOFFE
→ GELAGERT AUF UNBEHANDELTEN FICHTENHOLZBRETTERN

Ein wilder Schweizer Käse

www.imlig.com



Der halbfeste Schnittkäse aus dem Hause Bergader bietet unter dem neuen Namen Basils vielseitige Genussmomente.

NEUER NAME FÜR VERTRAUTE MARKE

Eine vertraute Marke aus dem Hause Bergader erhält mit Basils einen neuen Namen und einen weiterentwickelten Auftritt. Viele Käseliebhaber kennen die Sorten bisher als Almzeit Alpenkäse.

Seit März werden die Käsespezialitäten unter dem neuen Namen Basils als eigenständige Marke exklusiv an der Theke geführt – die bewährten Rezepturen bleiben unverändert. Der neue Markenname geht auf Firmengründer Basil Weixler zurück und verleiht den Produkten eine persönliche Handschrift. „Unsere Käsespezialitäten sind seit jeher eng mit unserer Geschichte und den Menschen dahinter verbunden“, sagt Maria Tempelin, Produktmanagerin bei Bergader. „Mit Basils knüpfen wir bewusst an diese Tradition an. Basil Weixler hat Bergader im Jahr 1902 mit großer Leidenschaft gegründet. Basils Käsespezialitäten werden nach seiner Originalrezeptur hergestellt und stehen für das, was unsere Produkte seit fast 125 Jahren prägt: handwerkliche Qualität, Herkunft und alpinen Käsegenuss“, erklärt sie.

Das Sortiment umfasst fünf abwechslungsreiche Sorten: Grüner Pfeffer, Paprika-Zwiebel, Kümmel, Mediterrane Kräuter sowie Rauchkäse Chili-Paprika. Der halbfeste Schnittkäse mit ausgewählten Zutaten bietet vielseitige Genussmomente – von der klassischen Brotzeit über die Käseplatte bis zur warmen Küche. Jede Variante besitzt ihren eigenen Charakter und eröffnet Thekenkräften individuelle Beratungsmöglichkeiten.

Der Marken- und Verpackungsauftritt ist gezielt auf die Anforderungen der Bedienungstheke abgestimmt. Das neue, hochwertige Design erleichtert die schnelle Sortenerkennung,

sorgt durch die klare Beschriftung für Orientierung im Sortiment und schafft einen hohen Wiedererkennungswert. So wird Thekenkräften die Zuordnung der Sorten vereinfacht und die Beratung unterstützt.

Als exklusive Thekenmarke grenzt sich Basils vom SB-Sortiment ab und stärkt das Profil im Bedienungsbereich. Mit Basils erhalten Thekenkräfte eine vertraute Käsespezialität in zeitgemäßer Form – persönlich, klar positioniert und hervorragend auf die Bedürfnisse der Bedienungstheke zugeschnitten. **ng**



Das neue Design erleichtert die schnelle Sortenerkennung.

Ruwisch & Zuck/Käsespezialisten Süd

Produktname:
Alte Freche Kuh
Käsegruppe: Hartkäse
Herkunft: Schweiz
Fettgehalt: mind. 50 % i.Tr.
Lab: tierisch
Gewicht: ca. 3,3 kg



Die Alte Freche Kuh ist ein Schweizer Hartkäse, der aus Rohmilch hergestellt wird und mindestens zehn Monate reift. Er besitzt einen festen, elfenbeinfarbenen bis hellgelben Teig und einen kräftigen Geschmack. Bestellbar ist ein Laib mit ungefähr 3,3 Kilogramm.

Ruwisch & Zuck/Käsespezialisten Süd

Produktname:
Machelle Lemon
Käsegruppe:
Frischkäsezubereitung
Herkunft: Niederlande
Fettgehalt: mind. 50 % i.Tr.
Lab: mikrobiell
Gewicht: 1,3 kg



Der Machelle Lemon Cheesecake Style ist eine Frischkäsezubereitung aus den Niederlanden. Der cremige Frischkäse besitzt einen erfrischenden Zitronengeschmack und die süße Note eines klassischen Zitronenkäsekuchens. Er ist auch für Vegetarier geeignet. Eine Liefereinheit umfasst drei Laibe à 1,3 Kilogramm.

Ruwisch & Zuck/Käsespezialisten Süd

Produktname:
Rosmarin Hexe
Käsegruppe: Schnittkäse
Herkunft: Schweiz
Fettgehalt: mind. 55 % i.Tr.
Lab: tierisch
Gewicht: 3 kg



Aus Rohmilch wird die Rosmarin Hexe hergestellt. Der cremige Schnittkäse aus St. Gallen wird mit Rosmarin verfeinert und verführt mit einem ausgewogenen, aromatischen Charakter. Er reift mindestens zwei Monate.

Kärntnermilch

Produktname:
Lesachtaler Bergkäse
Käsegruppe: Hartkäse
Herkunft: Österreich
Fettgehalt: 50 % i.Tr.
Lab: mikrobiell
Gewicht: ca. 4 kg



Das Lesachtal in Kärnten zählt zu den naturbelassensten Tälern Europas. Hier entsteht aus pasteurisierter Bio-Wiesensmilch der würzige Lesachtaler Bergkäse. Der rindenlose Hartkäse reift mindestens fünf Monate im Block.

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.

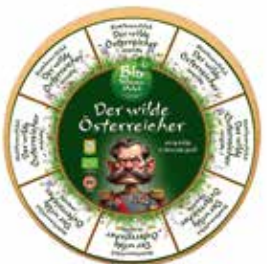

Da sehe ich Rot!



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



www.imlig.com

| | | | |
|--|---|--|---|
| <p>Kärntnermilch</p> <p><i>Produktname:</i> Der wilde Österreicher (Bio) <i>Käsegruppe:</i> Schnittkäse <i>Herkunft:</i> Österreich <i>Fettgehalt:</i> 50 % i.Tr. <i>Lab:</i> mikrobiell <i>Gewicht:</i> ca. 4 kg</p> |  | <p>Käserebellen</p> <p><i>Produktname:</i> Bio Gipfel Rebell <i>Käsegruppe:</i> Hartkäse <i>Herkunft:</i> Österreich <i>Fettgehalt:</i> 51 % i.Tr. <i>Lab:</i> tierisch <i>Gewicht:</i> 3 kg (Halblaib)</p> |  |
|--|---|--|---|

Aus den Kärntner Alpen stammt Der wilde Österreicher in Bio-Qualität. Der naturgereifte Schnittkäse aus pasteurisierter Bio-Wiesensmilch entwickelt nach einer Reifezeit von zwei bis drei Monaten seinen intensiv würzig kräftigen Charakter.

Der Bio Gipfel Rebell wird aus reiner Bio-Bergbauern-Heumilch hergestellt. Der laktosefreie Hartkäse mit kräftig-cremigem Teig entfaltet nach sechsmonatiger Reifung eine ausgewogene Würze mit dezenten Anklängen von Bergkräutern. Seine rötliche Rinde ist zum Verzehr geeignet. Lieferbar ist der Bio Gipfel Rebell als Halblaib mit drei Kilogramm.

| | | | |
|--|--|---|--|
| <p>Odenwälder Käsekeller</p> <p><i>Produktname:</i> Käseflagge <i>Käsegruppe:</i> Schnittkäse <i>Herkunft:</i> Deutschland <i>Fettgehalt:</i> mind. 50 % i.Tr. <i>Lab:</i> mikrobiell <i>Gewicht:</i> 1,5 kg, 140 g</p> |  | <p>Gebr. Baldauf</p> <p><i>Produktname:</i> Baldauf Hütt'n Sepp <i>Käsegruppe:</i> Schnittkäse <i>Herkunft:</i> Deutschland <i>Fettgehalt:</i> mind. 50 % i.Tr. <i>Lab:</i> tierisch <i>Gewicht:</i> 180 g</p> |  |
|--|--|---|--|

Passend zur Fußball Weltmeisterschaft 2026 präsentiert der Odenwälder Käsekeller einen Käse mit den deutschen Flaggenfarben. Die Farben werden durch die Zutaten Schwarzknoblauch, Tomaten und Ingwer-Curry erzeugt. Erhältlich ist die Käseflagge als Stange mit circa 1,5 kg oder als 140-g-Stück. Sie wird mit mikrobiellem Lab hergestellt.

Ein echtes Berghüttengefühl vermittelt der Baldauf Hütt'n Sepp. Der Schnittkäse aus Heumilch ist auf der Schnittfläche affiniert mit Schalotten, Zwiebeln und Schnittlauch und besitzt einen mild-würzigen Geschmack. Er passt besonders gut zu einer klassischen Brotzeit mit Butter, hellem Brot und Weißwein oder hellem Bier. Geliefert wird ein Karton mit sechs 180-g-Stücken.

| | | | |
|---|---|---|---|
| <p>Gebr. Baldauf</p> <p><i>Produktname:</i> Baldauf Hütt'n Toni <i>Käsegruppe:</i> Schnittkäse <i>Herkunft:</i> Deutschland <i>Fettgehalt:</i> mind. 50 % i.Tr. <i>Lab:</i> tierisch <i>Gewicht:</i> 180 g</p> |  | <p>Gebr. Baldauf</p> <p><i>Produktname:</i> Baldauf Hütt'n Resi <i>Käsegruppe:</i> Schnittkäse <i>Herkunft:</i> Deutschland <i>Fettgehalt:</i> mind. 50 % i.Tr. <i>Lab:</i> tierisch <i>Gewicht:</i> 180 g</p> |  |
|---|---|---|---|

Der Baldauf Hütt'n Toni ist eine neue Schnittkäse-Spezialität aus Heumilch. Er wird von Hand auf der Schnittfläche mit Tomaten, Paprika, Kräutern und einem Hauch Chili veredelt, wodurch er würzig und aromatisch schmeckt. Lecker ist er auf einer Vesperplatte mit Rotwein oder naturtrübem Bier. Ein Karton für den Handel enthält sechs 180-g-Stücke.

Mit Rosmarin, Zwiebeln und feinen Gewürzen ist die Baldauf Hütt'n Resi auf der Schnittfläche von Hand affiniert. Der Schnittkäse aus Schafs-Heumilch schmeckt dadurch herzhaft und würzig und passt wunderbar zu einer kräftigen Brotzeit mit Bauernbrot und Allgäuer Bier. Eine Handelseinheit umfasst sechs 180-g-Stücke.

Fromi

Produktname:
Picandou Ziegen-Crottin
natur
Käsegruppe: Frischkäse
Herkunft: Frankreich
Fettgehalt: mind. 45 % i.Tr.
Lab: tierisch
Gewicht: 80 g



Fromi

Produktname:
Picandou Ziegen-Crottin
ummantelt
Käsegruppe: Frischkäse
Herkunft: Frankreich
Fettgehalt: mind. 45 % i.Tr.
Lab: tierisch
Gewicht: 90 g



Der Picandou Ziegen-Crottin natur wird aus französischer Ziegenmilch hergestellt und traditionell geformt. Der Frischkäse zeichnet sich durch einen frischen, feinen Ziegengeschmack sowie eine schmelzende und luftige Textur aus. Erhältlich ist er in Schalen und damit sowohl für die Käsebedienungs- als auch für Prepackingtheke geeignet.

Die ummantelten Picandou Ziegen-Crottins werden wie die Natur-Variante aus französischer Ziegenmilch hergestellt und traditionell geformt. Die zartschmelzenden Frischkäse werden großzügig von Hand mit sorgfältig ausgewählten Gewürzen umhüllt – mit Pfeffer oder Paprika. Sie sind in Schalen erhältlich und ein Farbtupfer in jeder Bedienungs- und Prepackingtheke.

Fromi

Produktname:
Picandou Chèvre Tradition
Käsegruppe: Frischkäse
Herkunft: Frankreich
Fettgehalt: mind. 40 % i.Tr.
Lab: tierisch
Gewicht: 115 g



Der Picandou Chèvre Tradition ist ein französischer Ziegenkäse. Dieser Frischkäse mit seiner zartschmelzenden und luftigen Konsistenz macht sich wunderbar auf belegten Broten oder in Salaten. Picandou Chèvre Tradition ist einzeln verpackt (115 g) erhältlich und eignet sich daher bestens für den Selbstbedienungsbereich.

Weidner Käse

Produktname:
Brie des Meaux AOP
Käsegruppe: Weichkäse
Herkunft: Frankreich
Fettgehalt: mind. 45 % i.Tr.
Lab: tierisch
Gewicht: ca. 3 kg



Der Brie de Meaux AOP von der Fromagerie Renard Gillard ist ein charaktvoller französischer Weichkäse mit Ursprungsbezeichnung, der aus Rohmilch hergestellt wird und 35 Tage reift.

ANZEIGE

Weidner Käse

Produktname:
Grashüpfer
Käsegruppe: Schnittkäse
Herkunft: Schweiz
Fettgehalt: mind. 55 % i.Tr.
Lab: tierisch
Gewicht: ca. 4,8 kg



Aus silofreier Rohmilch wird der Schweizer Schnittkäse Grashüpfer hergestellt. Nur Milch von bäuerlichen Betrieben aus der Region, deren Kühe auf intakten Wiesen grasen, auf denen auch der Grashüpfer noch ein Zuhause hat, wird für diesen Käse verarbeitet. Er reift drei Monate, bis er ein würziges Aroma mit Anklängen von Heu besitzt.

Mölltaler
ALMKÄSE
Selektion
WÜRZIG-KRÄFTIG
12 Monate
in Naturrinde gereift

Weidner
KÄSE

WORLD CHEESE
ALMADE
SCHAFFL

Kärntnermilch

... vollendet für höchsten Genuss.

DER FRÜHLING SCHMECKT NACH JERSEY KÄSE

Landana Jersey Käse stammt von 100% reinrassigen holländischen Jersey-Kühen, die zu den weltweit ältesten Rinderrassen zählen. Diese kleinen hellbraunen Kühe sehen nicht nur anders aus, sie sind es auch! Sie gelten als besonders freundlich, verschmust und ganz schön eigensinnig.



Die Zeit ist gekommen: Die Jersey-Kühe dürfen wieder auf die Weide. Die Freude ist den Tieren deutlich anzusehen! Wussten Sie, dass die Käse von Landana Jersey als Weidemilch-Käse zertifiziert sind? Das bedeutet, dass die Kühe mindestens 120 Tage im Jahr und jeweils mindestens sechs Stunden pro Tag auf den niederländischen Weiden grasen dürfen. Und genau das schmeckt man in den besonders cremigen Jersey-Käsen.

Nicht nur die Kühe freuen sich darüber, wieder das schöne Wetter genießen zu können, auch der Mensch zieht es zurück in die Sonne. Im Freien brunchen! Denken Sie an einen köstlichen, selbstgemachten Brunch am Gartentisch oder an ein ausgedehntes Picknick im Park.

Jersey-Käse eignet sich hervorragend als Belag für frisch gebackenes Brot und überzeugt ebenso durch sein besonders cremiges Schmelzverhalten. Die Landana Jersey Käse werden nicht entrahmt, sind dadurch besonders cremig und enthalten von Natur aus mehr Protein.

Genuss-Tipp für Frühling und Sommer!

Bereiten Sie köstliche gefüllte Eier mit Landana Jersey Pikant zu. Scannen Sie den QR-Code für das Rezept.



Das Landana Jersey Sortiment ist in den Alterstufen Mild, Pikant, Alt und X.O. erhältlich. Die Käse werden sowohl als ganze Laibe, halbe Laibe als auch vorverpackt angeboten.



Vertriebskontakt

Paul Mus p.mus@vandersterre.nl • T: 0174 924 356 3

Niels Oskam n.oskam@vandersterre.nl • T: 0152 563 93 140

Sortenorganisation Tête de Moine

Zwei Frühlingsaktionen

Aufmerksamkeit für den Tête de Moine AOP schaffen zwei Aktionen im Frühjahr 2026. In den Monaten April und Mai animieren Aktionsetiketten auf mit Käserosetten gefüllten SB-Schalen sowie halben Laiben Tête de Moine AOP zum Kauf. Bei der Gewinnaktion haben Verbraucher die Chance auf einen von drei Lotus-Grills XL im Wert von je zirka 380 Euro. Eine Thekenpromotion findet im Mai und Juni statt. Die Werbematerialien umfassen unter anderem ein Display mit 40 Gewinnkarten sowie zwölf Etiketten. Bei der Gewinnaktion werden drei Lotus-Holzkohlegrills XL verlost. Das Fachpersonal kann bei einer Extra-Aktion einen Rosomat im Wert von 920 Euro für die Käsebedienungstheke gewinnen. Die Teilnahme ist jeweils möglich auf schweizerkaese.de sowie über QR-Codes auf den Werbemitteln. Der Handel kann alle Werbemittel gratis bei der Switzerland Cheese Marketing ordern (info@schweizerkaese.de).



Parmigiano Reggiano

Glänzender Auftritt in Madrid

Am 11. Februar 2026 verwandelte sich das Real Casino in Madrid in einen Tempel italienischer Genussskultur: Bei den Casello d'Oro Awards ehrte das Consorzio del Parmigiano Reggiano die 13 Siegerkäseereien der Parmigiano Reggiano Palii 2025. Zwei Sonderpreise für beste Struktur und Aromaprofil gingen an die Caseificio Sociale di Monzato (Traversetolo, Parma). Moderiert von Ilaria Mulinacci, verband die Veranstaltung Tradition, Handwerkskunst und Fine Dining. Spanien gehört zu den dynamischsten Exportmärkten mit über 1.800 Tonnen importiertem Parmigiano Reggiano (+2,5 % gegenüber 2024). Genussvolle Akzente setzte der Signature-Cocktail „Combinación Italiana“ von Giorgio Bargiani, der die Aromen von 24 und 40 Monate gereiftem Parmigiano Reggiano unterstrich. Begleitend startete eine breit angelegte Multichannel-Kampagne mit TV-, Digital- und Out-of-Home-Maßnahmen. Parmigiano Reggiano steht auch international als Symbol für Qualität, Tradition und italienische Lebensart.



Arge Heumilch

Schnell gekocht

Mit dem neuen Rezeptheft „Ruckzuck köstlich“ zeigt die Arge Heumilch, dass sich eine hochwertige Mahlzeit und ein zeitintensiver Alltag bestens vereinen lassen. Im Mittelpunkt stehen schnelle Gerichte, die mit qualitativ hochwertigen Heumilch-Produkten zubereitet werden und in rund 20 Minuten auf dem Tisch stehen. Das Rezeptheft kann kostenlos online bestellt werden. Zusätzlich stehen ausgewählte Rezepte auch auf der Website heumilch.com zur Verfügung.



Molkerei Söbbeke

Käsegenuss, der rockt

Mit dem Bio Rocker bringt die Bio-Molkerei Söbbeke in Kooperation mit dem Rock'n'Popmuseum in Gronau eine Neuheit in die Käsebedienungstheke: ein Bio-Schnittkäse mit besonderem Geschmackserlebnis durch Ingwer, Kurkuma und Knoblauch – und einem Look, der im Thekenumfeld für Aufmerksamkeit sorgt. Pro verkauftem Kilogramm spendet Söbbeke einen Euro an die Udo-Lindenberg-Stiftung. Die Unterstützung fließt in den Panik-Preis 2026, der junge Musiker, Texter und Bands ermutigen soll, ihren Weg zu gehen und dranzubleiben.



Arge Heumilch

SudoKUH lösen

Bei dem Gewinnspiel der Arge Heumilch lösen Teilnehmer ein SudoKUH auf der Website heumilch.com/gewinnspiel. Die Regeln entsprechen denen eines klassischen Sudokus – mit einem Unterschied: Statt Zahlen werden Gräser, Kräuter, Heu und eine Heumilchkuh platziert. Wer das Rätsel richtig löst, kann einen von drei Airfryern gewinnen. Teilnahme-schluss ist der 31. Mai 2026.



Beemster

Genuss in Wellen

Von Mitte April bis Ende Mai 2026 (KW 16 bis 21) bringt Beemster frischen Schwung an die Käsetheke: Beim Kauf von Beemster-Premium-Gouda erhalten Kunden einen praktischen Wellenschneider in vier verschiedenen Farben als Gratiszugabe. Zusätzlich verlost Beemster 500 Snackboxen mit acht herausnehmbaren Fächern. Der Wellenschneider formt den Genuss für unterwegs, die Snackbox eignet sich ideal für Picknicks, Radtouren und andere Aktivitäten im Freien. Die Teilnahme am Gewinnspiel ist einfach: Nach dem Kauf von Beemster-Käse den Kassenzettel fotografieren, den QR-Code auf dem Aktionsflyer scannen und den Bon hochladen. Flyer mit Snackideen sowie eine auffällige Ellipse im A4-Format machen an der Theke auf die Aktion aufmerksam. Sie ist über den Außendienst, die Beemster-Cheese-Club-App oder per E-Mail an info@beemster.de bestellbar.

ANZEIGE



Fromi

Ziegenkäsegenuss mit Frühlingscharme

Seit Mitte März präsentieren sich die französischen Ziegenkäsetaler Picandou im saisonalen Design. Sie werden aus 100 Prozent Ziegenmilch hergestellt und tragen noch bis Ende Juni frühlingshafte Etiketten. Damit setzen sie einen attraktiven Akzent in der Käsetheke. Die Sonderedition ist Teil der Neugestaltung des Markenbildes und unterstreicht den modernen, hochwertigen Auftritt der Marke. Mit den limitierten Etiketten sorgt Picandou für zusätzliche Kaufimpulse und saisonale Aufmerksamkeit am PoS. Zur Aktion zählen die beliebten Schalen mit sechs Picandou-Talern. Die Etiketten werden im Aktionszeitraum in limitierter Auflage mitgeliefert.



Savencia

Gratis Fruchtaufstriche

Fruchtigen Käsegenuss verspricht Savencia bei einer Promotion an der Käsebedienungs- theke von April bis September 2026. Beim Kauf von mindestens 200 Gramm Aktionskäse der Haute Fromagerie erhalten Kunden einen von drei Mini-Fruchtaufstrichen im Glas (28 g) von St. Dalfour gratis dazu. Die Sorten Feige, Schwarzkirsche und Orange-Ingwer passen wunderbar zu der jeweiligen Käseauswahl wie Peyrigoux, Chaumes, Fol Epi und Postel Vieux. Für Aufmerksamkeit sorgen verschiedene PoS-Materialien wie Poster, Aufsteller und Produktblätter zu den Käsespezialitäten und Prepacking-Etiketten sowie Wobbler für Cross-Verweise im Konfitüre-Regal.



Savencia

Aromatische Gewürz-Boxen

Für die Frühlingsküche und die ersten Grillabende verlost Savencia 15 Gewürz-Geschenkböden. Wer am Gewinnspiel teilnehmen möchte, beantwortet auf der Website ich-liebe-kaese.de/aktionen/gewinnspiele/gewinne-gewuerze-von-ostmann die Frage im Chat und landet im Lostopf. Teilnahmeschluss ist der 17. Mai 2026.



Verein Käsesommelier
Österreich/Arge Heumilch

Terroir der Alpen

Johannes Einzenberger, Obmann des Verbands Käsesommelier Österreich, begrüßte rund 40 Teilnehmer zum Online-Workshop des Verein Käsesommeliers

Österreich. Gemeinsam mit der Arge Heumilch hatte der Verein eingeladen, sich dem Terroir der Alpen und den feinen Unterschieden von Alm-, Alp- und Bergkäse zu widmen. Im Mittelpunkt der Veranstaltung standen zentrale Fragen: Was genau zeichnet Alm- und Alpkäse aus? Worin unterscheiden sie sich vom Bergkäse? Welche gesetzlichen Vorgaben gelten – und lässt sich die jeweilige Herkunft tatsächlich im Geschmack erkennen?

Nach Begrüßung erläuterten Christiane Mösl und Valerie Kerle von der Arge Heumilch, was Heumilch ausmacht: die Spezialmilch für die Käseherstellung, deren Ziel der Erhalt der silofreien Heuwirtschaft ist. Die besondere Fütterung wirkt sich nicht nur auf Tierwohl und Landschaftspflege aus, sondern prägt auch Aroma und Qualität der Käse. Auf die rechtlichen Grundlagen ging Martin Rogenhofer vom Lebensmitteltechnologischen Zentrum Wieselburg (LMTZ) ein. Ergänzend beleuchtete Christiane Mösl den EU-Schutz österreichischer Käse sowie die Bedeutung der geschützten Heumilch. Mit Gailtaler Almkäse g.U., Tiroler Almkäse g.U. Bergsteigerkäse, Vorarlberger Bergkäse g.U., Alpbjergkäse und Vorarlberger Alpkäse g.U. standen sechs Käse an diesem Abend zur Verkostung. Caspar Greber sorgte für eine sensorische Einordnung der Verkostung des Alpbjergkäse vom Vorsäss Schönenbach sowie des Vorarlberger Alpkäses von der Alpe Obere aus dem Jahr 2024.

In diesem Seminar wurde deutlich, dass Bergkäse eine Typbezeichnung ist. Die Milch stammt in der Regel von Kühen aus dem Tal, und auch die Herstellung erfolgt überwiegend dort. Alm- und Alpkäse hingegen werden ausschließlich während der Sommermonate direkt auf den Alpen und Almen produziert. Greber berichtete vom Leben und Arbeiten auf der Alp und ging auf die bis heute gelebte, bäuerlich geprägte Drei-Stufen-Landwirtschaft im Bregenzerwald ein – ein System, das die Qualität und Authentizität dieser Käse maßgeblich beeinflusst.



Gläserne Molkerei

Sammeln und gewinnen

Wie viele Tiere stecken in einer Handvoll Bio-Erde und warum lieben Igel Streuobstwiesen? Das neue Sticker Sammelheft „Abenteuer Bio-Landwirtschaft“ lädt ab Mai 2026 Familien dazu ein, die Welt der ökologischen Landwirtschaft spielerisch zu entdecken und zu erfahren, was das tägliche Essen und Trinken mit Bienen und Igel zu tun hat. In einer für die deutsche Bio-Branche besonderen Kooperation haben sich die Hersteller Allos, Bauck Mühle, Gläserne Molkerei, Holle und Voelkel zusammengetan, um die Konsumenten von morgen für Bio und den Schutz der Natur zu begeistern. Wer drei Produkte der teilnehmenden Partner kauft, erhält eine Stickertüte gratis. Die Stickeralben liegen kostenlos bei teilnehmenden Märkten bereit. Ein Gewinnspiel im Heft lädt zusätzlich ein, die Marienkäfer im Album zu zählen. Zu gewinnen ist ein Urlaub auf dem Bio-Bauernhof oder eines von zwanzig Probierpaketen der Partner.



Verband der Käse-Sommeliers

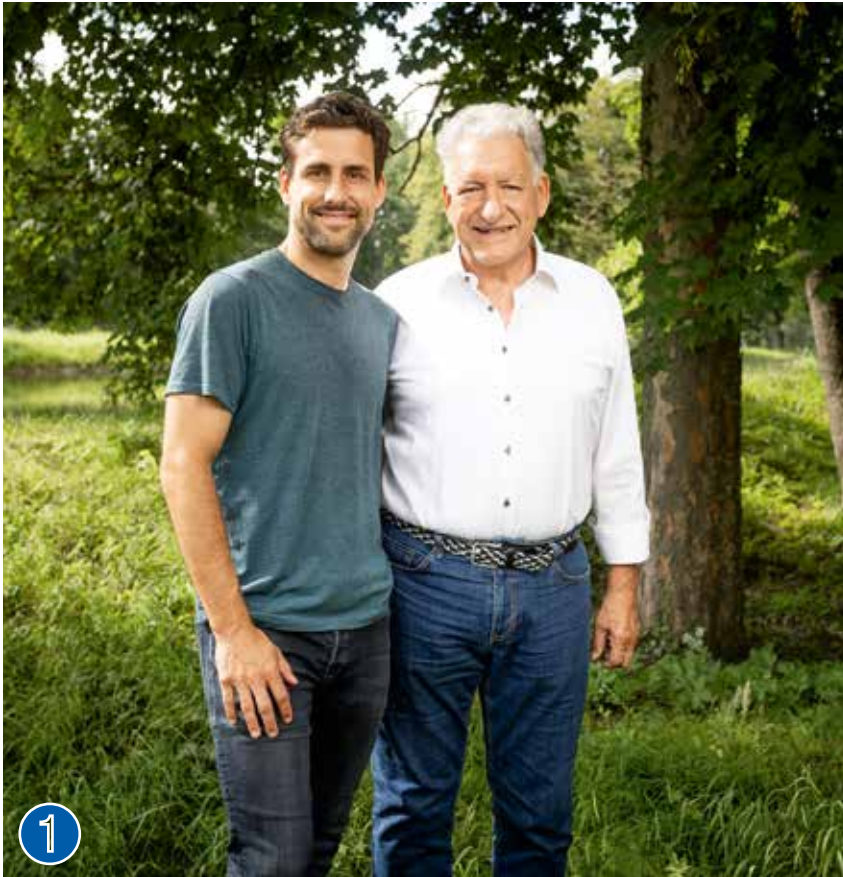
Käse und Wein im Dialog

Wenn traditionell gereifter Käse auf italienischen Wein trifft, hat der Verband der Käsesommeliers wieder zu einem seiner beliebten Online-Workshops eingeladen. Dieses Mal stand das Event unter dem genussvollen Leitmotiv „Tradition trifft Terroir“. Begleitet wurde der Workshop von Fritz Jäckle, Geschäftsführer von Jäckle Frische-Partner. Er hatte im Vorfeld sechs verschiedene Käsesorten sowie italienische Weine ausgesucht und zu einem Degustationspaket geschnürt, das die Teilnehmer rechtzeitig vor dem Workshop erreichte. Begrüßt von Markus Bornholdt und Jutta Jung, Vorstand des Verbands der Käse-Sommeliers, trafen sich am Sonntagnachmittag mehr als 40 Teilnehmer vor ihren Bildschirmen. Jutta Jung führte gemeinsam

mit Fritz Jäckle durch das abwechslungsreiche Programm. Dabei wurde diskutiert, beraten, probiert – und erneut probiert. Die Teilnehmer tauschten Eindrücke aus, verglichen Aromenprofile und bewerteten sowohl Texturen als auch die Harmonie mit den begleitenden Weinen. Der nächste Online-Workshop des Verbands der Käse-Sommeliers, am 19. Juli 2026, stellt das Thema „Käse und Fleisch“ in den Mittelpunkt.

Qualität statt Masse

Mit einem eigenen Reifelager definiert Jäckle Frische-Partner das Thema Eigenmarken neu und bietet Kunden einzigartige Käse zur Profilierung.



- 1 v. li. Mit Christian und Fritz Jäckle stehen zwei Generationen in der Verantwortung beim Ulmer Fachgroßhändler.
- 2 Auf Fichtenholzbrettern können sich die Aromen der Käse ideal entwickeln.
- 3 v. li.: Jessica Jäckle, Thorsten Witteriede und Christian Jäckle schauen sich gemeinsam das Ergebnis der Reifung an.
- 4 Direkt an das Verwaltungsgebäude wurde das neue Reifelager angebaut.
- 5 Roboter „Cheesus“ pflegt regelmäßig die Käse mit Salzwasser.

Foto: Jäckle Frische-Partner/rampant pictures

Vor rund zwei Jahren hat der Fachgroßhändler Jäckle Frische-Partner aus Ulm in ein neues Lager investiert. Statt zusätzliche klassische Lagerfläche für Käse und Frischprodukte zu schaffen, entstand ein Reifelager mit rund 400 Quadratmetern. In den drei Gängen mit 36 Regalmodulen und 21 Ebenen können je nach Laibgröße bis zu 8.000 Käselaibe eingelagert werden. Das Reifelager ist mit Fichtenholzbrettern ausgestattet, auf denen die Käse traditionell lagern.

Eine Besonderheit sind die Wände, die mit einem speziellem Sumpfkalk versehen sind, der Feuchtigkeit und Gerüche aufnimmt und so ein konstantes Mikroklima für die Reifung schafft. Der Plan hinter dieser – für einen Käsegroßhändler – außergewöhnlichen Investition ist in erster Linie der Ausbau der Eigenmarken. Aber auch hier ist die Herangehensweise eine andere als bei anderen Großhändlern in der Branche. Denn betrachtet man die Zielsetzung etwas genauer, wäre der Begriff „Eigensorten“ passender. Denn es geht um besondere Käse unter eigenem Etikett, bei denen statt der Menge vor allem die einzigartige Qualität im Fokus steht.

Denn „bei den gängigen Eigenmarken wird in der Regel nichts am Käse verändert, sondern einfach ein anderes Etikett aufgebracht. Wir haben auch Eigenmarken, aber wir rücken den Hersteller beziehungsweise die Käserei in den Fokus. Wir kommunizieren, wer den Käse hergestellt hat und reifen ihn zu einer einzigartigen Spezialität aus“, erklärt Geschäftsführer Christian Jäckle die Ausrichtung.

Durch die eigene Reifung kann das Unternehmen flexibel auf Kundenwünsche reagieren. „Wenn ein Markthändler kommt und sagt: ‚Ich möchte den Käse etwas jünger oder älter‘, dann kann ich darauf reagieren und ihm das perfekte Produkt liefern“, sagt Christian Jäckle. Gleichzeitig erhalten kleinere Hersteller eine Plattform, insbesondere wenn ihnen Flächen oder Möglichkeiten fehlen, um größere Mengen selbst auszureifen.

Als Beispiel nennt Christian Jäckle die Käserei Eberle aus der Schweiz: „Eberle stellt neben seinem Appenzeller weitere Käse her, hat dafür aber keine eigene Marke. Ihm geben wir die Möglichkeit, seine Käse bei uns zu lagern und gemeinsam zur optimalen Reife zu bringen.“ Darüber hinaus hat die Käserei bisher mit einem klassischen Reifeunternehmen zusammengearbeitet; auf individuelle Wünsche habe man von außen nur selten zugreifen können. Nun könne direkt bei der Käserei eingekauft und nach Kundenvorgaben ausgereift werden. Zudem würden Logistikkosten zwischen Käserei, Reifepartner und Großhändler reduziert.

Darüber hinaus erklärt Jäckle, dass es bei länger gereiften Käsen für den Großhandel häufig schwierig sei, die passende Menge zu disponieren. Mit dem eigenen Reifelager könne nun auch eine größere Charge eingekauft und eventuell zu viel bestellte Ware fachgerecht weitergelagert und entsprechend gepfllegt werden.

Dabei bestehe auch die Möglichkeit, Käse gezielt weiterzuentwickeln. Strategisch positioniert sich das Unternehmen damit bewusst nicht ausschließlich als Logistiker für den Lebensmitteleinzelhandel. „Viele werden zu reinen Logistikern für den LEH. Das möchten wir nur bedingt sein beziehungsweise uns nicht nur darauf konzentrieren. Wir wollen nah beim Käse sein und beim Kunden“, erklärt Christian Jäckle. Er versteht eigene Reifungsthemen als Alleinstellungsmerkmal und nennt als Beispiel besondere Reifungen von Klassiker wie einem Le Gruyère AOP, den er als milde Variante einkauft und mit Genehmigung der Sortenorganisation ausreifen darf.

Diese Individualität des Angebots soll insbesondere Markthändlern und selbstständigen Einzelhändlern zugutekommen, die sich vom Wettbewerb abheben wollen. „Weniger Produkte mit eigener Selektion und Preisgestaltung – das ist unser Ziel“, unterstreicht Christian Jäckle die Zielsetzung des hauseigenen Reifezentrums. tw



Beemster

Weidegangquote gesteigert

Cono, die Genossenschaft hinter der Premium-Gouda-Marke Beemster, unterstrich 2025 erneut ihre Führungsrolle beim Tierwohl. Wie der Hersteller Ende letzten Jahres mitteilte, erfüllen inzwischen 98 Prozent der Mitgliedsbetriebe die Weidegangnorm – ein deutlicher Vorsprung gegenüber dem niederländischen Durchschnitt. Die Kühe verbrachten im Jahresverlauf 185 Tage jeweils mehr als zehn Stunden auf der Weide und kamen so auf insgesamt 1.915 Weidestunden pro Tier. Gegenüber 2024 entspricht das zehn zusätzlichen Weidetagen.

Für Beemster ist Weidegang seit jeher zentraler Bestandteil der Markenidentität. Die nordholländische Genossenschaft vereint regionale Familienbetriebe, die nach einheitlich hohen Tierwohlstandards wirtschaften und konsequent auf echte Weidehaltung setzen. „Von der Weide bis zum Käse – alles aus einer Region“ lautet der Grundsatz. Jan Roelofs, Managing Director Beemster Deutschland und International, betont: „Tierwohl, Regionalität und Spitzenqualität gehören untrennbar zusammen. Die Weidegangzahlen 2025 sind ein Beweis dafür und ein Versprechen an unsere Konsumenten.“

Studien belegen zudem die Vorteile von Weidegangmilch: ein günstigeres Fettsäureprofil mit mehr Omega-3-Fettsäuren und mehr konjugierte Linolsäuren CLA. Diese hochwertige Milch bildet die Basis für den charakteristisch cremigen, aromatischen Beemster Premium-Gouda.

REIF FÜR DEN NORDEN

Skandinavische Käsespezialitäten stehen für Naturverbundenheit und unverwechselbare Aromen. Von mild-würzigen Schnittkäsen über charaktervolle Blauschimmelkäse bis zu karamellbraunen Molkenkäse bietet der Norden ein ausgesuchtes Sortiment für die Theke.

Leipäjuusto: Dieser traditionelle finnische Frischkäse wird im Ofen gebacken, bis er braune Flecken bekommt. Er wird oft warm mit Moltebeerenmarmelade serviert.



Mit Käse aus Dänemark, Norwegen, Schweden und Finnland kann sich die Bedienungstheke profilieren. Die nordische Herkunft – verbunden mit Natur, einzigartigen Landschaften, Tierwohl und handwerklicher Tradition – liefert überzeugende Argumente für das Verkaufsgespräch. Verkostungsaktionen an der Theke oder thematische Kundenabende lenken die Aufmerksamkeit der Kunden auf skandinavische Käsesorten.

Mittsommer im Supermarkt

Wie sich skandinavische Käsekompetenz während eines vierwöchigen Aktionszeitraumes aufmerksamkeitsstark und umsatzwirksam in Szene setzen lässt, zeigte im letzten Jahr das Team von Edeka Scheller in Großenhain. Unter dem Motto „Nordische Käsevielfalt zur Mittsommerzeit“ verwandelten Janett Sammler, Maria Schönert und das Team die Theke in eine Bühne für skandinavische Spezialitäten. Bereits beim Betreten des Marktes wurde deutlich: Hier weht ein Hauch von Mittsommer. Sowohl die Bedienungstheke als auch die SB-Theke präsentierten sich im nordischen Look. Roll-ups, gestaltete Truhenbrandings und ausgelegte Flyer sorgten für Orientierung und luden die Kunden zur Entdeckungsreise ein. Ergänzend setzte das Team konsequent auf persönliche Ansprache und Mundpropaganda. Verschiedene Kreationen – unter anderem mit dem norwegischen Ziegenfrischkäse Snøfrisk – sorgten für Impulse. Hinzu kamen Grillpfännchen-Variationen sowie ein eigens entwickelter „Wikinger-Raclette-Burger“. Im Mittelpunkt stand eine Stempelkarte: Beim Kauf der Sorten

Gudbrandsdalen, Snøfrisk, Lønneberga, Ziegenfinnlapi, Gardländer und Prinz von Dänemark erhielten Kunden einen Stempel. Die Botschaft: „Mit jedem Stempel reist du weiter Richtung Mittsommer.“ Eine volle Karte berechnete zur Teilnahme am Gewinnspiel und war zugleich auch Eintrittskarte für das große Finale: das Mittsommer-Event am 21. Juni, das im und vor dem Markt bei den Kunden auf große Resonanz stieß.

Das ist Skandinavien

Trotz klimatisch anspruchsvoller Bedingungen verfügt Skandinavien über eine stabile, technologisch gut entwickelte Milchwirtschaft. Die Käseproduktion ist vielfach genossenschaftlich organisiert und eng mit der nationalen Identität verknüpft. Allen vier Ländern gemeinsam ist die erst relativ spät einsetzende Käseproduktion. Zur Haltbarmachung der Milch dominierten lange Frischeprodukte wie Joghurt, Sauermilchquark und Buttermilch – Käse wurde nur vereinzelt hergestellt. Erst im 19. Jahrhundert begann die Labkäseproduktion in größerem Maße – häufig auf Basis europäischer Rezepturen. Für den deutschen Lebensmitteleinzelhandel und die Theken eröffnet Käse aus Skandinavien ein klar positionierbares Sortiment zwischen Handwerkskultur und international ausgerichteter Markenware. Charakteristisch für viele nordische Sorten ist eine feine, leicht süßliche Geschmacksnote.

Nordic Champion

Dänemark, das kleinste der skandinavischen Länder, zählt zu den wichtigsten Milchproduzenten. Es verfügt über frucht-

Das „Bolle med Ost“ (Brötchen mit Käse) ist ein absolutes Trendfood in dänischen Großstädten. Es besteht aus Brötchen, Butter und Käse.

bare Böden, flaches Terrain und ein maritim geprägtes Klima – ideale Voraussetzungen für die Milchwirtschaft. Dänemark ist sehr exportorientiert. Auffällig ist, dass es bei der Betrachtung der dort hergestellten Käsesorten nur wenige ursprünglich dänische Käsesorten gibt. Die Käsekultur entwickelte sich aus der Anpassung europäischer Rezepturen – zunächst aus Deutschland und den Niederlanden, später auch aus Großbritannien, Frankreich, der Schweiz sowie Griechenland und Italien. International bekannt ist Dänemark für Schnitt- und Blauschimmelkäse wie Danablu (g.g.A.), und die Schnittkäse Estrom (g.g.A.), Havarti (g.g.A.) und Danbo (g.g.A.). Für Estrom charakteristisch ist seine Schlitzlochung, während der dreiwöchigen Reifezeit wird er regelmäßig mit Salzlake geschmiert. Auch Havarti zeigt im Käseteig die typische Schlitzlochung. Damit er die richtige Reife besitzt, muss er allerdings drei Monate lagern.

Ein Großteil der Milch wird von der dominierenden Molkereigenossenschaft Arla Foods verarbeitet. Sie entstand aus der Fusion dänischer, später auch schwedischer Molkereiunternehmen und verfügt über bedeutende Exportmärkte weltweit. Käse wird unter den Marken Arla und Castello produziert. Typische Käse unter der Marke Castello sind Höhlenkäse, Frischkäse in verschiedenen Geschmacksrichtungen, Blaukäse und Estrom. Aktuell befindet sich die Käserange in einer umfassenden Umstellung des Produktdesigns.

Der dänische Pionier

Auf dem deutschen Markt, vor allem im Bio-Fachhandel bekannt, ist die dänische Bio-Molkerei Thise Mejeri. Sie wurde vor rund 38 Jahren von einer Gruppe ambitionierter Bio-Bauern in Jütland, gegründet. Thise ist ein kleiner Ort im Nordwesten

Die Nordic Cheesemongers

Im Mai 2023 versammelten sich auf dem Bio-Landgut Almnäs Bruk am Vätternsee (Schweden) Käsemacher, Affineure und Händler aus Dänemark, Norwegen, Schweden und Finnland, um für nordeuropäische Handwerkskäse weltweit mehr Aufmerksamkeit zu erlangen. Nordische Käsesorten hatten auf internationalen Wettbewerben wie den World Cheese A-wards bereits mehrere Preise gewonnen. Mit den Nordic Cheesemongers soll eine Schlüsselrolle zu den Endverbrauchern geschaffen werden. Auf Gut Almnäs trugen Workshops, Verkostungen, Vorträge und der intensive Austausch zum Eintauchen in die nordische Käsevielfalt bei. Um den nordischen Käsespezialitäten noch mehr Aufmerksamkeit zu geben, soll diese Veranstaltung nun jedes Jahr in einem anderen skandinavischen Land fortgesetzt werden. Wie im vergangenen Jahr sind die Nordic Cheesemongers auf der Cheese in Berlin vertreten.

Thise Mejeri



Für die Reifung des Schnittkäses Jens Langkniv (20 % Fett i.Tr. / 45 % Fett i.Tr. ca. 1,3 kg und ca. 8 kg, mikrobielles Lab) wählte die Bio-Molkerei Thise die Kalksteinhöhle in Hjerm. Durch die hohe Luftfeuchtigkeit in der Höhle entwickelt der Käse seinen charakteristischen, fein ausbalancierten Geschmack.

Thise Mejeri



An der schroffen Nordseeküste im Nord-Westen Dänemarks befindet sich das Windreifungslager der Bio-Molkerei Thise. Hier reift der Bio-Leuchtturmkäse (mind. 48 % Fett i.Tr., ca. 7 kg, Viertellaib ca. 1,7 kg, mikrobielles Lab) für circa zwölf Monate. Er wurde vom Käsemeister extra für diese lange Reifezeit ausgewählt.

Carl Fr. Scheer



Der Bio-Nordseekäse (48 % Fett i.Tr., 7 kg, mikrobielles Lab) reift etwa 30 Wochen in der salzhaltigen Nordseeluft in Jütland. Durch ein spezielles Belüftungssystem wird die Luft in die Reiferäume geleitet. Mehr als sechs Monate gereift entwickelt der Bio-Hartkäse einen leicht nussigen und kräftigen Geschmack sowie eine feste Textur.

**Ruwisch und Zuck/
Käsespezialisten Süd**



Danbo g.g.A. (30 % Fett i.Tr., 3,3 kg, mikrobielles Lab) ist ein geschützter dänischer Schnittkäse aus pasteurisierter Kuhmilch. Er hat eine halbfeste Konsistenz und zeigt im Käseteig oft kleine runde Löcher. Jung hat er einen milden, sahnigen und leicht säuerlichen Geschmack, später wird er würzig und pikant.

Velfrisk



Havarti g.g.A. (45 % Fett i.Tr., 4-5 kg) ist ein halbfester Schnittkäse, der aus Kuhmilch hergestellt wird. Inspiriert von einer Reise durch Europa, soll die dänische Landwirtin Johanne Ane Margarethe Nielsen ihn erfunden haben. Der Havarti von Velfrisk wird in einer kleinen Meierei in Midtjylland (Mitteljütland) hergestellt.

Würth Biokäse & Feinkost



Zwölfmal im Jahr bei Vollmond wird der Bio-Vollmondkäse (mind. 50 % Fett i. Tr., ca. 7,5 kg, mikrobielles Lab) hergestellt. Während der siebenmonatigen Reifung in der Kalkgrube von Hjerm entwickelt sich eine Rinde mit weißem Schimmel, die wie die Oberfläche des Mondes aussieht. Sein Aroma erinnert an Pilze, Nüsse und Butter.

Dänemarks, in dem die Erfolgsgeschichte der Bio-Molkerei ihren Lauf nahm. Unverkennbar für jeden Besucher, zierte die Molkerei außen vor dem Gebäude eine große Eisen-Skulptur in Form einer Kuh. Heute liefern 72 Bio-Landwirte jährlich 129 Millionen Kilogramm Milch an die Bio-Molkerei, die daraus Käse, Butter, Joghurt, Trinkmilch und Skyr herstellt. Fünf Tankwagen sind täglich unterwegs, um die Milch bei den Landwirten abzuholen. Einige Kunden in Dänemark werden mit einem vollelektrischen LKW beliefert. Um Hartkäse, wie den

Nordseekäse oder den Leuchtturmkäse in der frischen salzhaltigen Seeluft zu reifen, unterhält Thise an der rauen Nordseeküste von Bovjeberg ein Windreifungslager. In dem roten Backsteingebäude mit den charakteristischen Luftschächten auf dem Dach, nur einen Steinwurf von der Nordseeküste entfernt, lagern rund 80.000 Käselaike. Käsespezialitäten, wie Jens Langkniv, Blaue Grube, Höhlenkäse und Nordseekäse „Grube“ reifen dazu noch in der 40 Kilometer entfernten Kalkgrube von Hjerm. Bei Thise arbeiten rund 300 Ange-

stellte. In 2025 wurden etwa 235 Millionen Euro umgesetzt. Neben den Niederlanden und Skandinavien gehört Deutschland für Thise zu den wichtigsten Exportländern. Hier werden die Bio-Produkte, insbesondere Käse, hauptsächlich über den Bio-Fachhandel vertrieben. Thise ist neben Käse auch Produzent von Eigenmarken-Produkten. In Zukunft sollen die Bio-Käse von Thise im konventionellen Handel in Deutschland weiter ausgebaut werden. Um die Bekanntheit beim Endverbraucher zu erhöhen, setzt Thise auf hochwertiges

Hamburger Käselager



Sieben Monate reift der dänische Hartkäse Prinz von Dänemark (45 % Fett i.Tr., 7 kg, tierisches Lab). Hergestellt wird er traditionell auf der Halbinsel Jütland. Besonders zeichnet ihn sein würziger Geschmack sowie seine kristalline Struktur aus.

Würth Biokäse & Feinkost



Der Bio-Blauschimmelkäse Blaue Grube (mind. 60 % Fett i. Tr., ca. 1,5 kg, mikrobielles Lab) reift mindestens acht Wochen, davon zwei Wochen in einer Kalkhöhle. Das Klima der Höhle verleiht dem Käse eine cremige Konsistenz und einen ausgeprägten Geschmack – intensiv, jedoch nicht scharf und angenehm dezent salzig.

Material für den Point of Sale und stellt über Außendienstler Niklas Dudek Holzdummyes, Prepacking-Sticker, Pappaufsteller und Holzboxen mit Rezepten zum Mitnehmen kostenlos zur Verfügung.

Aus dem Fjordland

In Norwegen ist die landwirtschaftliche Nutzfläche durch die einzigartige Natur wilder Küsten, Fjorde mit gewaltigen Wasserfällen und Gebirgsregionen sowie kurzen Vegetationsperioden begrenzt. Ziegen im gebirgigen Landesinneren und Kühe auf

dem Weideland in Küstennähe liefern Milch für die Käseproduktion. Die Milchviehhaltung konzentriert sich daher auf kleinere, oft familiengeführte Betriebe in Tallagen, die unter anderem auch handwerkliche Rohmilchkäse hervorbringen. Raues Klima und lange Winter bringen haltbare Käsesorten hervor. Norwegens Milchwirtschaft ist von der Weidewirtschaft mit den Sommer-Almen geprägt. Sie ist genossenschaftlich strukturiert und wird maßgeblich von Tine Norske Meierier getragen. Der norwegische Molkereieriese bündelt den Großteil der Rohmilch und sichert damit auch die landesweite Abnahme der Milch. Für Norwegen charakteristisch sind vor allem die Braunkäse – „Brunost“ genannt. Sie sind die Nationalkäse Norwegens. Es handelt sich um karamellierte Molkenkäse mit süßlich-malzigem Geschmack. Erfunden wurde der Molkenkäse im Gudbrandsdal – einem Tal, das im Osten Norwegens liegt. (siehe KÄSE-THEKE 6/25, S. 14/15). International sehr bekannt ist auch Jarlsberg, ein mild-nussiger Schnittkäse mit großer Lochbildung, der sich klar am Export orientiert. Sie ist Norwegens wichtigste Käsemarke im Ausland und auch im deutschen Lebensmitteleinzelhandel gut etabliert. Speziell, aber mit Daseinsberechtigung: Aus dem Hardangerfjord stammt Gammel-

ost, ein norwegischer Sauermilchkäse mit scharfem, vollmundigem Geschmack, der aus Kuhmilch und mit Blauschimmeltulturen hergestellt wird. Die Ziegenmilchvariante kommt aus der Käserei im Sognefjord. Für die Käsetheke ist Norwegen das Land, welches eine starke Markenbindung, aber auch begrenzte Sortenvielfalt und Spezialitäten mit hohem Wiedererkennungswert hervorbringt.

Akteur in Norwegen

Tine Norske Meierier ist die größte Molkereigenossenschaft Norwegens. Sie wurde im 19. Jahrhundert gegründet und basiert auf der Zusammenarbeit von Milchbauern. Mehr als 7.000 Landwirte sind heute Mitglieder und zugleich Lieferanten hochwertiger Rohmilch, die an rund 40 Standorten im ganzen Land verarbeitet wird. Das Unternehmen hat seine Wurzeln in der ländlichen Milchproduktion Norwegens und kombiniert traditionelle Handwerkskunst mit moderner Technologie. International ist die Tine Norske Meierier vor allem für Käse wie der oben genannte Jarlsberg bekannt. Das Unternehmen stellt die typisch norwegischen Brunost-Käse her und vertreibt unter anderem die Varianten Gudbrandsdalen (Kuhmilch) und Ekte Geitost (Zie-

Mønsted Kalkgruber liegt südlich des Hjarbæk-Fjords und westlich von Viborg. Hier reift der dänische Lebensmittelriese Arla seine Grubenkäse. Das besondere Klima der Gruben mit einer konstanten Temperatur von acht Grad und einer Luftfeuchtigkeit von rund 98 Prozent schafft dafür optimale Bedingungen.



Foto: Mønsted Kalkgruber



Die schwedische Käsemarke Wranglebäck Sweden (56 % Fett i.Tr., 10 kg, tierisches Lab) wurde am 8. April 1889 registriert und ist damit die älteste eingetragene Käsemarke Schwedens. Die Reifezeit beträgt zwischen 18 und 30 Monaten. In dieser Zeit entwickelt der Wanglebäck seinen leicht scharfen, vollmundigen Geschmack.



Lönneberga (45 % Fett i.Tr., tierisches Lab) ist ein Großlochkäse aus dem Herzen Smalands in Schweden. Mit seinem würzigen, nussigen und leicht süßlichen Geschmack ist er ein Käse für die ganze Familie. Für die Bedientheke wird er als Zwölf- sowie als Sechs-Kilo-Laib angeboten.



Der Midsommar Ost (47 % Fett i.Tr., 12 kg, tierisches Lab) ist ein Hartkäse aus dem Nordosten Schwedens, der in Kürze einem Relaunch unterzogen wird. Der neue Käse wird nach dem Vorbild des bekannten Västerbottensost hergestellt. Er reift mindestens zwölf Monate, im Teig zeigen sich vereinzelte Bruchlöcher.

genmilch). Eine weitere wichtige Sorte ist Ridder, ein aromatischer, kräftiger Käse mit Rotkulturrinde. Auch der Ziegenkäse-Frischkäse Snöfrisk (dt. schneefrisch) hat sich einen Namen gemacht. Dieser wurde zu den Olympischen Spielen in Lillehammer 1994 eingeführt.

Schwedens Vielfalt

Schwedens Mitte und der Süden bieten mit längeren Vegetationsperioden bes-

sere Bedingungen für Futterbau als die nördlichen Landesteile. Die Milchproduktion konzentriert sich daher auf diese Gebiete. Betriebsgrößen sind im europäischen Vergleich mittel bis groß, mit hoher Technisierung. Ein bekannter Käse ist unter anderem Västerbottensost, ein lang gereifter Hartkäse mit kräftig-würzigem Geschmack und geschützter Herkunft. Er wird von der Käserei Norrmejerier in Burträsk hergestellt. Durch die

lange Reifung von mindestens zwölf bis 14 Monaten hat der Käse eine kristalline Struktur. Die Sorte besitzt starken Identitätswert in Schweden. Daneben prägen Sorten wie Herrgardsost, ein Schnittkäse, der aus Kuhmilch in Mittel- und Südschweden hergestellt wird. Die Laibe sind ziemlich groß und wiegen zwischen zwölf und 20 Kilogramm. Mindestens drei Monate gereift hat er einen milden und leicht nussigen Geschmack. Prästost (dt. Priesterkäse) ist ein beliebter Hartkäse, der aus der Urlaubsregion Småland stammt. Je nach Reifezeit hat er einen milden bis kräftigen Geschmack. Da die Bauern früher eine Art Steuer an die Kirchen zahlen mussten, verwendeten sie in Småland den Prästost als Zahlungsmittel, der heute unter dem Namen Präst verkauft wird. In den 1960iger Jahren wurde Grevé nach Art des norwegischen Großlochkäse Jarlsberg entwickelt. Bei der Produktion wird Rahm zugesetzt. Anschließend reift der Käse acht bis zwölf Monate und entwickelt einen süßen, nussigen Geschmack. Svecia (g.g.A.) ist ein von der EU geschützter Schnittkäse aus Schweden. Er reift zehn Wochen, manchmal sogar bis zu einem Jahr und gilt als Delikatesse mit frischem, leicht pikantem Geschmack. Hushallsost heißt übersetzt Haushaltskäse. Er kommt aus Südschweden und wurde früher aus Molke hergestellt. Heute ist er ein be-



Västerbottensost wird seit den 1870er Jahren hergestellt. Er wird oft als „königlich“ bezeichnet, da er von Norrmejerier geliefert wird, die den Titel „Kunglig Hovleverantör“ (Königlicher Hoflieferant) trägt. Västerbottensost ist die Hauptzutat für den traditionellen schwedischen Käsekuchen, den Västerbottenpaj, der besonders im August zur Krebszeit gegessen wird.

Foto: Norrmejerier

Tine Norske Mejeri



Einer der bekanntesten Braunkäse ist Gudbrandsdalen (35 % Fett i.Tr., 250 g, 500 g, 1 kg). Er wird aus einer Mischung norwegischer Kuh- und Ziegenmolke und etwas Kuhsahne hergestellt. Gudbrandsdalen ist jetzt auch im Scheiben-Prepack (130 g) erhältlich.

Tine Norske Mejeri



Am malerischen Tresfjord in Westnorwegen wird Ridder (60 % Fett i.Tr., 1,7 kg, mikrobielles Lab) hergestellt. Der halbfeste Schnittkäse zeichnet sich durch seine feine Rotkulturrinde aus. Nach der sechswöchigen Reifung überzeugt er mit einem cremigen, vollmundigen Geschmack und mit leicht pikanter Note.

Tine Norske Mejeri



Alpeost (49 % Fett i.Tr., 10 kg, 5 kg, mikrobielles Lab) ist eine außergewöhnliche Käsespezialität aus Norwegen. Hergestellt wird der Hartkäse im Romsdal, einem Tal in Westnorwegen, wo Berge mit schneebedeckten Gipfeln die Landschaft prägen. Der Käse hat ein vollmundiges, würziges Aroma. Reifekristallbildung – garantiert!

liebter Standardkäse, der aus Kuhmilch in Zylinderform produziert wird.

Neben Arla Foods, die in Schweden eine führende Rolle in der Milchverarbeitung und Käseproduktion hat, gibt es unter anderem die Skanemjerier, eine große schwedische Molkerei mit Sitz in Skane. Am Vätternsee in Südschweden liegt die Käserei Almnäs Bruk, wo seit den 1830er-Jahren – mit einer Unterbrechung von 1961 bis 2008 – Bauernkäse hergestellt wird. Sie stellt insbesondere einen Käse Namens Wrangebäck her. Der Hartkäse ist seit 1889 registriert und gilt als die älteste geschützte Käsesorte des Nordens. Der Hartkäse Almnäs Tegel wird ebenfalls in dieser Käserei hergestellt. Er hat einen außergewöhnlichen Auftritt: Seine Form erinnert an alte Ziegel mit dem Fußabdruck kleiner Kinder. Sie sind ein Verweis der echten Fußabdrücke, die auf dem Dachboden des ehemaligen Herrenhauses gefunden wurden. Der Käse wiegt rund 21 Kilogramm. In der Reifezeit wird er mit Salzlauge und Brevibakterien *Linens* gebürstet, die ihm eine rötliche Rinde verleihen.

Finnland

Finnlands nördliche Lage mit langen Wintern und kurzen Vegetationsphasen stellt hohe Anforderungen an Futterwirtschaft und Tierhaltung. In Finnland wurde bereits im 16. Jahrhundert Käse für den Ei-

genverbrauch hergestellt. Nur wenige Rezepte der damals hergestellten Käse blieben bis heute erhalten. Mitte des 19. Jahrhundert nahm die Produktion mengenmäßig zu. Das war die Zeit, als ein Schweizer die Emmentaler-Herstellung in Finnland einführte. Heute konzentriert sich die Milchproduktion auf den Süden und Westen des Landes. Der größte Käseher-

steller und Molkereikonzern Finnlands ist Valio. Das Unternehmen, das im Besitz von Milchgenossenschaften ist, dominiert den finnischen Markt. Bekannter Käse der finnischen Molkerei ist der halbfeste Schnittkäse Oltermanni. Valio verarbeitet den Großteil der Milch und ist auch der größte Lebensmittelexporteur des Landes. Ebenso betreibt Arla Foods in Finnland mehrere



Brunost: Norweger essen ihn fast täglich, am liebsten in dünnen Scheiben mit einem speziellen Käsehobel auf Knäckebröt, Waffeln oder warme Pfannkuchen (Sveler).

Foto: AdobeStock.com/ Susie Foods

Finnischer Käse



Juustoleipä, auch Brotkäse (20 % Fett i. Tr.) genannt, ist eine Spezialität Finnlands. Der flache Käse wird aus Kuhmilch hergestellt – ursprünglich auch aus Rentiermilch. Er schmeckt mild bis leicht süßlich. Gebacken bekommt er goldbraune Flecken. Die Finnen essen ihn zum Frühstück sowie zum Dessert mit Marmelade oder Beeren.

Hamburger Käselager



Finnlapi (mind. 50 % Fett i.Tr., 5 kg, mikrobielles Lab) wird in der Mitte Finnlands nach Gruyère-Rezeptur von einem ausgewanderten Schweizer Käsemeister hergestellt. Der Hartkäse hat eine feine, milde Ziegennote.

Hamburger Käselager



Finjusti Brandy-Nuss (50 % Fett i.Tr., 5 kg, mikrobielles Lab) ist ein vier Monate gereifter Käse aus Kuhmilch, der nach einer besonderen Rezeptur in West-Finnland unweit der Stadt Vaasa hergestellt wird. Während der Reifezeit wird er mehrmals mit Weinbrand und Nussaromen veredelt.

Standorte. Juustoportti ist eine mittelständische, familiengeführte Molkerei in der Region Südösterbotten. Die Molkerei stellt typische finnische Käsesorten, internationale Hart- und Schnittkäse sowie laktosefreie Produkte her. Traditionell bedeutend ist in Finnland der Käse Juustoleipä oder Leipäjuusto genannt, was übersetzt Brot-

käse heißt, ein mild-säuerlicher Frischkäse aus Kuhmilch mit charakteristischer Bräunung, der vor allem regional konsumiert wird. Er stammt aus der Region Österbotten. Selten findet man Varianten aus Rentier- oder Ziegenmilch. In zylindrischer Form angeboten, wird der Käse gebacken, gegrillt oder flambiert erhält dadurch eine

charakteristisch braune Farbe. Turunmaa ist eine alte finnische Käsesorte, die auch Korsholm oder Alands Special genannt wird. Die Herstellung ähnelt der von Gouda, er reift etwa zwei Monate und hat einen anfangs mild-säuerlichen Geschmack, der mit zunehmender Reife ein ausgeprägtes, leicht scharfes Aroma bekommt. **us**

Ausflug in den Käsehimmel

In der überregionalen Zeitung „Welt am Sonntag“, stand kürzlich, dass Elchkäse zu den absoluten Raritäten auf dem Käsemarkt zählt. Er wird praktisch nur an einem Ort hergestellt, dem Älgens Hus (dt. Haus des Elchs) in Bjurholm im schwedischen Verwaltungsbezirk Västerbotten, einer Art Erlebniszentrum rund um die Tiere aus den Wäldern. Das Melken einer Elchkuh ist eine heikle Prozedur, die nur zwischen Mai und September durchgeführt werden kann und völlige Ruhe erfordert; bei Störung versiegt der Milchfluss. Der Käse wird deshalb nur in geringen Mengen produziert und ist meist schnell ausverkauft. Er ist cremig, hat einen hohen Fettgehalt und schmeckt ein bisschen wild, schreiben die Autoren, mit einer klaren nordischen Frische. Ein Kilo kostet zwischen 400 und 1.000 Euro.

Foto: AdobeStock.com/ Dimitri





Cheese Berlin

Save the date

Am Sonntag, 8. November 2026, lädt das Team der Cheese Berlin erneut zum Käse-Event in die Hauptstadt ein. Produzenten, Affineure, Händler und Fachpublikum kommen in die Markthalle Neun, um handwerklich erzeugte Käsekultur zu erleben. Die Bewerbungsphase für Aussteller ist bereits gestartet – Anmeldungen sind ab sofort möglich. Neben dem vielfältigen Marktgeschehen erwartet die Teilnehmer wieder ein Rahmenprogramm mit Verkostungen, Austausch und intensiven Networking-Möglichkeiten. Ein Highlight bildet traditionell der Vorabend: Am Samstag findet das beliebte „Get Together“ mit der Verleihung des Awards „Fenster zum Hof“ statt. Ein Branchentreff in entspannter Atmosphäre, der den offiziellen Auftakt zur Cheese Berlin bildet.

Charity Cheese Tasting 2026

Überraschendes Tasting

Neun Käsesorten aus Frankreich und eine aus Belgien standen beim sechsten Charity Cheese Tasting 2026 im Rennen um den besten Käse des Abends. Fest davon überzeugt, dass eine französische Spezialität unter der Vielzahl der Sorten aus der Grande Nation als Abendsieger hervorgehen würde, wurde am Ende des kurzweiligen Online-Events eines Besseren belehrt: Initiator Niko Raap von Charity Cheese e.V. und Wolf Wagener, Käsecout vom Hamburger Käselager, verkündeten, dass Abtei Postel Vieux, ein Schnittkäse aus Belgien, mit großem Abstand vor den Ziegenkäsen Cabrissac und Saint-Maure-de-Touraine AOP sowie vor Comté AOP und St. André das Rennen dieses eindrucksvollen Tastings machte. Wolf Wagener hatte zu dem Online-Event ein abwechslungsreiches Sortiment ausgewählt, das er von einer Frankreich-Reise im vergangenen Sommer mitgebracht hatte. 1.400 Genusspakete wurden in diesem Jahr für das Charity-Event verkauft, und mehr als 4.000 Teilnehmer hatten sich für das Event vor den Bildschirmen versammelt. Fröhliche Teilnehmergruppen und kreative Genießerparys beteiligten sich im Laufe des kulinarischen Abends an Umfragen zum schönsten Käsetisch und zur besten Käseparty. Die drei Weinempfehlungen von Manuel Mack,



Weinsommelier vom Weinhaus Melle, machten die „Käse-Wein-Matches“ des Abends perfekt. Zum Ende der Veranstaltung war das Spendenziel des Abends von 25.000 Euro und mit dem aktuellen Stand von knapp 50.000 Euro bei Weitem überschritten. Mit den Geldern werden Familienhospizdienste sowie Kinderhospize in Norddeutschland unterstützt.

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

Cincho Cheese Award

Spanischer Wettbewerb

Der Cincho Cheese Award, der vom Regionalministerium von Castilla y León im zweijährigen Turnus ausgerichtet wird, findet dieses Mal vom 2. bis 4. Juni 2026 in Tordesillas (Valladolid, Castilla y León) statt. Der Wettbewerb wurde mit dem Ziel ins Leben gerufen, herausragende Qualität zu prämiieren und die Käsekultur zu fördern.

Vergeben werden Gold- und Silberauszeichnungen sowie der Grand Gold Cincho für die drei Käse mit der höchsten Qualität und internationalem Prestige. Nach Angaben des Veranstalters beteiligten sich zuletzt 16 Länder mit 1.220 eingereichten Proben. Die Anmeldung ist bis 24. Mai möglich. Weitere Informationen sind unter premioscincho.com erhältlich.





LOS GEHT'S!

Die Fachzeitschrift **KÄSE-THEKE** hat im Frühjahr wieder den beliebten Theken-Wettbewerb „Kreativ Award“ gestartet.

Habt Ihr Euch schon für eine Länderaktion und damit für die Teilnahme am diesjährigen Kreativ Award entschieden? Die Bewerbungsunterlagen für den Kreativ Award 2026 liegen bereit – nun steht den Aktionen mit Käse nichts mehr im Wege. Mit der Teilnahme am Kreativ Award fördert Ihr die Kundenbindung, stärkt die Kompetenz sowie den Zusammenhalt des Käse-Teams und generiert gleichzeitig mehr Umsatz. Zeigt der Jury, dass Eure Theken zu den besten Deutschlands gehören!

Ihr habt ausreichend Zeit bis zum Einsendeschluss am 31. Juli 2026, neue Ideen mit Käse zu entwickeln, auszuarbeiten, umzusetzen und eine aussagekräftige Bewerbungsmappe an die Redaktion zu senden. Denkt bei der Bewerbung an viele Fotos von Euren Aktionen! In diesem Jahr freut sich die Kreativ-Award-Jury über zahlreiche Bewerbungen mit kreativen Käse-Aktionen aus den Niederlanden, Österreich, dem Norden (nördliches Deutschland, Skandinavien), Italien, Südtirol,

der Schweiz, Bayern, Frankreich, den Alpen oder den USA. Im Mittelpunkt der Theken-Aktionen steht dabei jedes Mal die spezifische Käsevielfalt.

Die Teilnahme lohnt sich! Im Oktober lädt die Zeitschrift **KÄSE-THEKE** zu einem eindrucksvollen Gala-Abend mit Dinner, Preisverleihung und Unterhaltung ein. Auf die Gewinner-teams warten die Kreativ-Award-Trophäe, eine Urkunde und ein Gewinnerscheck. Darüber hinaus bleibt an diesem Abend genügend Zeit, um das Netzwerk zu erweitern. Falls noch nicht geschehen, fordert die Bewerbungsunterlagen per E-Mail (sk@blmedien.de) an oder ladet sie direkt von kaeseweb.de herunter. Mit der Auszeichnung des Wettbewerbs punktet Ihr bei den Kunden an der Theke.

Tipp: Habt Ihr Fragen zum Wettbewerb? Die Hotline der **KÄSE-THEKE** (02633/45 40-12 oder kt@blmedien.de) hilft gerne weiter. Tipps und Ideen für den Kreativ Award gibt außerdem ein Film über den abgebildeten QR-Code. Wie Ihr Euch beworbt, was bei der Jury punktet und worauf man besser verzichtet, zeigen in diesem Jahr lustige Posts auf Instagram. Wir freuen uns im Sommer auf viele kreative Bewerbungen! us



Bewerbungstipps in Form von Videos findet Ihr auf unserer Instagram-Seite.

UNSERE SPONSOREN



Bio-Allianz

Neue Mitglieder

Die Bio-Allianz e.V. wächst weiter. Bio Suisse, Biopark, Ecoland und der Verbund Ökohöfe sind neue Mitglieder in der Bio-Allianz. Der Vorstand fasste den Beschluss einstimmig. Mit Bio Suisse tritt die Dachorganisation von rund 7.400 Schweizer Bio-Betrieben bei – das sind etwa 95 Prozent der Bio-Höfe des Landes. Biopark (Norddeutschland) und der Verbund Ökohöfe (Ostdeutschland) sowie Ecoland (Baden-Württemberg) stärken das Bündnis auf regionaler Ebene. Die Erweiterung erfolgt vor dem Hintergrund dynamischer Marktbedingungen im DACH-Raum. Ziel ist eine engere Zusammenarbeit bei Rohwarenmanagement, Qualitätssicherung und Vermarktung. Die 2025 gegründete Bio-Allianz – hervorgegangen aus der Kooperation von Bioland, Naturland, Biokreis und Gää – setzt damit ein klares Zeichen für mehr Abstimmung über Ländergrenzen hinweg und zur wirtschaftlichen Stabilisierung der Betriebe.

Bio Company

Regionales Partnermodell

Mit einem Partnerprogramm für selbstständige Bio-Händler will die Berliner Bio-Supermarktkette Bio Company den regionalen Bio-Fachhandel stärken und gleichzeitig ihre Marke ausbauen. Erster Partner in diesem neuen Verbund ist der Einzelhändler Ulli Löhle aus Schwerin. Sein bisher unter Alnatura geführter Markt wird in den kommenden Monaten auf Bio Company umgestellt und ins neue Partnermodell integriert. Das Konzept reagiert auch auf gestiegene Mieten und Lohnkosten, die den stationären Bio-Einzelhandel zunehmend belasten. Die neuen Partner profitieren von zentraler Unterstützung in Einkauf, Logistik, IT, Marketing und Markenauftritt, behalten dabei aber ihre unternehmerische Eigenständigkeit, heißt es in einer Mitteilung des Berliner Bio-Händlers.

AMA

Zuwächse für Bio in Österreich

Der Bio-Markt in Österreich bleibt auf Wachstumskurs, diese Nachricht präsentierte die AMA-Marketing im Rahmen der jährlich stattfindenden Pressekonferenz auf der Biofach in Nürnberg. Die Bio-Ausgaben erreichten 2025 ein neues Rekordniveau. Laut RollAMA (rollierende Agrarmarkanalyse) stiegen die Einkaufsmengen um 2,3 Prozent, die Ausgaben sogar um 6,5 Prozent. Durchschnittlich investierte ein Haushalt rund 360 Euro in Bio-Produkte. Der Bio-Anteil an den Lebensmittel-Ausgaben kletterte auf knapp zwölf Prozent. Zuwächse verzeichneten die meisten Warengruppen. Besonders stark entwickelte sich Mehl mit einem wertmäßigen Bio-Anteil von 30 Prozent. Bei Fleisch überschritt Bio erstmals die Acht-Prozent-Marke und der Anteil der Bio-Milchprodukte stieg von 12,3 auf 12,9 Prozent Bio-Anteil im Lebensmitteleinzelhandel. Die Motivanalyse zeigt, dass Regionalität für viele Konsumenten ein zentrales Kaufargument ist. Neben Natürlichkeit, Tierwohl und Gesundheitsaspekten spielt die Herkunft eine entscheidende Rolle. 43 Prozent sehen im AMA-Biosiegel eine wichtige Orientierungshilfe. Mit einer breit angelegten Kampagne stärkt die AMA-Marketing seit Dezember letzten Jahres die Positionierung des Siegels und rückt Regionalität, Qualität und Vertrauen noch stärker in den Fokus.



v.l. Barbara Riegler, Jens Niessen und Christina Mutenthaler-Sipek auf der Pressekonferenz zum Bio-Markt in Österreich

LVÖ

Bio-Nachfrage wächst

Der Umsatz mit Bio-Lebensmitteln in Deutschland ist 2025 erneut deutlich gestiegen: Mit einem Plus von acht bis zehn Prozent wächst der Markt wesentlich stärker als der gesamte Lebensmitteleinzelhandel (+3 %). Dennoch kann die Nachfrage vielerorts nicht aus heimischer ökologischer Landwirtschaft gedeckt werden. In Bayern verzeichnen die in der Landesvereinigung für den ökologischen Landbau in Bayern e.V. (LVÖ) zusammengeschlossenen Verbände Naturland, Bioland, Biokreis und Demeter einen Rückgang der Mitgliedsbetriebe um 3,4 Prozent, die bewirtschaftete Fläche sank um 2,1 Prozent. Thomas Lang, Vorsitzender der LVÖ Bayern, fordert deshalb klare politische Signale: Landwirte bräuchten verlässliche Rahmenbedingungen und Bürokratieabbau, um den Schritt zur Umstellung zu wagen. Auch Antonia Rees, Expertin für den Bio-Milchmarkt bei Bioland, betont die stabile Entwicklung bei Bio-Milcherzeugnissen: Verbraucher setzen zunehmend auf Bio-Qualität, was besonders in Bayern zu dauerhaft positiven Erzeugerpreisen und mehr Planungssicherheit führe.

VIER JAHRZEHNTE BIO-KOMPETENZ

Pioniergeist, Vertrauen und Genuss: Die Ökologischen Molkereien Allgäu (ÖMA) feiern in diesem Jahr ihr 40-jähriges Bestehen. Was in einer Garage im Allgäu begann, ist heute eine feste Größe im Bio-Käsemarkt – mit einer beeindruckenden Sortimentsvielfalt.



- 1 Käsemeister Max Sontheim kreierte die ÖMA Jubi Alpentorte.
- 2 Michael Welte, Käsemeister und Geschäftsführer, blickt auf 40 Jahre Bio-Kompetenz der ÖMA zurück.
- 3 Der ÖMA Jubi Bergkäse – 40 Wochen gereift – drückt die tiefe Verbundenheit zum Allgäu aus.
- 4 Langfristige Partnerschaften zu den Lieferanten sichern das traditionelle Käsehandwerk.

Ein Blick zurück zeigt: Mitte der 1980er-Jahre war die Nachfrage nach Bio-Käse vorhanden – doch das Angebot äußerst gering. Heide und Hermann Beer waren von biologisch erzeugten Lebensmitteln überzeugt und gründeten zunächst einen Handel für landwirtschaftliche Bio-Produkte – doch recht schnell verlagerte sich der Schwerpunkt auf Käse. 1986 legten sie in Kisslegg den Grundstein für die Ökologischen Molkereien Allgäu. Der erste Käse im Sortiment: ein Emmentaler vom Rösslerhof – der erste Bio-Hartkäse Deutschlands und damit eine echte Besonderheit. Bis heute wird dieser rindengereifte Hartkäse im Kupferkessel nach traditioneller Rezeptur aus Bioland-Rohmilch hergestellt. Bereits in den 1990er-Jahren folgten weitere Meilensteine: 1996 startete ein Vermarktungsprojekt für Parmigiano Reggiano und Pecorino in Bio-Qualität. Mit diesen traditionellen Italienern erweiterte die ÖMA ihr Sortiment um hochwertige europäische Käsespezialitäten.

Aktuell umfasst das ÖMA-Sortiment über 250 Käsespezialitäten aus Bio-Kuh-, Schafs-, Ziegen- und Büffelmilch – von traditionellem Emmentaler und Bergkäse über affinierte Spezialitäten bis hin zu innovativen Konzepten wie Burrata, Back-Camembert oder Ofenkäse. Rund 60 Prozent der Käse stammen aus dem Bayerischen und Württembergischen Allgäu. Ergänzt wird das Sortiment durch ausgewählte Sorten aus Österreich, Italien, Frankreich, den Niederlanden, Griechenland, Zypern und der Schweiz. Langjährige Partnerschaften mit Produktionsbetrieben sichern Arbeitsplätze, stärken regionale Strukturen und unterstreichen die genossenschaftlichen Wurzeln des Unternehmens.

2012 wurde das ÖMA-Schulungswerk gegründet. In dem umfangreichen Seminar- und Schulungsangebot für den Naturkostfachhandel sowie in Online-Verkostungen für Genussmenschen, wird gebündeltes Wissen weitergegeben. Das Thema Verpackung hat ebenfalls in den vergangenen Jahren stark an Bedeutung gewonnen. Zeitgemäße, nachhaltige Verpackungskonzepte tragen dem öko-

logischen Anspruch des Unternehmens Rechnung und reduzieren den CO₂-Fußabdruck konsequent. ÖMA bleibt ihrem Leitgedanken treu: ökologisches Wirtschaften mit Weitblick.

Die Sellthürner Käsküche, idyllisch gelegen an den Steilhängen der Allgäuer Alpen, wurde bereits 1907 von Landwirten gegründet und 1995 vollständig auf Bio umgestellt. Heute liefern sieben Naturland-Betriebe aus einem Umkreis von 15 Kilometern täglich frische Heumilch. Unter der Leitung der Käsemeister Rudi und Pirmin Gmeiner entstehen hier im Kupferkessel handwerklich hergestellte Kuhmilchkäse. Zudem liefern zwei regionale Ziegenbetriebe hochwertige Ziegenmilch für verschiedene Ziegen-Schnittkäse. Insgesamt entstehen rund zehn charaktervolle Käsespezialitäten, die nach entsprechender Reifezeit über die ÖMA vermarktet werden. Hier wird auch – passend zum runden Geburtstag – der ÖMA-Jubiläums-Bergkäse hergestellt (50 % Fett i. Tr., ca. 25 kg, tierisches Lab). Aus Bioland-Heumilch handwerklich gekäst und mindestens 40 Wochen gereift, entwickelt der Hartkäse eine ausgeprägte Würze und eine vielschichtige Aromatik – ein würdiger Jubiläumskäse.

In Kimratshofen, nordwestlich von Kempten, wurde 2013 die Idee einer eigenen Käsemanufaktur verwirklicht. Rund 20.000 Liter Allgäuer Bioland-Milch verarbeitet Käsemeister Max Sontheim in traditioneller Handarbeit. Er stammt aus einer Käsefamilie und verantwortet Herstellung, Pflege und Veredelung persönlich. Die Kombination aus hochwertiger Bioland-Weidemilch und handwerklicher Präzision sind das Erfolgsrezept der Manufaktur. Unter Max Sontheim entstehen innovative Käse-Kreationen und charakterstarke Veredelungen. Zum Jubiläum kreierte er die ÖMA-Jubiläums-Alpentorte (50 % Fett i. Tr., ca. 2,5 kg, mikrobielles Lab). Durch die Pflege mit Rotkulturen erhält der halbfeste und cremige Schnittkäse während der 28-tägigen Reifezeit eine feine Würze, eine geschmeidige Textur und einen charaktervollen Ausdruck – ein Käse, der seinem festlichen Namen gerecht wird. **us**

Meilensteine der Unternehmensgeschichte

1986

Gründung des Unternehmens durch Heide und Hermann Beer

1992

Spezialisierung auf Bio-Käse

1997

Ausbau des Exports in europäische Nachbarländer

1999

Gründung Vertriebsbüro Frankreich

2000

Einführung des L'amour Rouge d'Antoine, der in den Naturkostfachgeschäften zum Thekenliebling wird.

2001

Übernahme durch die genossenschaftlich organisierte Domspitzmilch (heute Bayernland eG)

2003

Allgäu Milch Käse eG in Kimratshofen und Allgäuer Emmentalerkäserei Leupolz werden Gesellschafter; Michael Welte wird Geschäftsführer

2005

Ausbau zum Käse-Vollsortimenter

2012

Gründung ÖMA Schulungswerk

2014

Umzug nach Lindenberg im Allgäu

2016

30 Jahre ÖMA

2023

Relaunch des Markenauftritts

2026

40 Jahre ÖMA und Vorstellung zweier Jubiläumskäse



HIMMLISCHE NEUHEITEN

Schweizer Milch, eine Doppelreifung und verschiedene Reifegrade machen die Neuheiten von Bodensee Käse zu besonderen Spezialitäten für die Bedienungstheke.



Mit drei neuen, typisch Schweizer Käsesorten konnte Bodensee Käse auf den zurückliegenden Messen ihre Kunden begeistern. Die **KÄSE-THEKE** sprach mit Robert Abele, verantwortlich für den Deutschland-Vertrieb, um zu erfahren, was die drei neuen Sorten mit himmlischem Namen auszeichnet.

KÄSE-THEKE: Bodensee Käse hat drei himmlische Neuheiten vorgestellt. Was ist das Besondere der drei neuen Schweizer?

Robert Abele: Mit den Angels beschreibt Bodensee Käse bewusst neue Wege in der Geschmacksentwicklung. Alle drei Sorten werden aus Rohmilch hergestellt, weisen einen Fettgehalt von mindestens 50 Prozent in der Trockenmasse auf und stehen für eine entsprechend intensive, vollmundige Ausprägung:

Der Blue Angel ist ein Käse mit Doppelreifung. Dabei werden der Milch Propionsäurebakterien zugesetzt, wie man

es aus der Herstellung von Emmentaler kennt. Sie sorgen für die typisch aromatische, leicht nussige Note sowie die charakteristische Lochbildung. Um diese Eigenschaften optimal zu entwickeln, reift der Käse bei erhöhten Temperaturen. Während dieser Phase wird er zusätzlich mit Salzwasser und Rotkulturen gepflegt. Das verleiht ihm eine feine Würze im Abgang – und macht ihn in seiner Art besonders zugänglich. Selbst Konsumenten, die klassischen Emmentaler eher meiden, finden hier oft Gefallen.

Red Angel und der Black Angel verzichten bewusst auf den Einsatz von Propionsäurebakterien. Hintergrund ist die Erfahrung, dass deren Zusammenspiel mit Rotschmierkulturen nur innerhalb eines begrenzten Reifefensters harmonisch bleibt – danach kann sich eine unerwünschte Bitterkeit entwickeln. Beide Sorten reifen jedoch ebenfalls bei leicht erhöhten Temperaturen, wodurch sich ihr eigenständiges Aromaprofil entfaltet.

Der Red Angel erreicht nach sechs Monaten seine optimale Reife, der Black Angel erst nach acht Monaten. Diese vergleichsweise kurze zusätzliche Reifezeit von zwei Monaten führt zu einer erstaunlich deutlichen geschmacklichen Weiterentwicklung. Der Black Angel zeigt bereits eine feine Kristallbildung und präsentiert sich kräftig-aromatisch, gleichzeitig aber dank eines höheren Fettgehalts angenehm cremig. Im Abgang überrascht er mit einer dezenten Karamellnote.

Die drei Engel tragen außergewöhnliche Namen, die eher an Whiskey statt an Käse erinnern. Wie kam es zu der Namensgebung?

Eine berechtigte Frage. Was braucht ein erfolgreicher Käse an der Theke? Neben überzeugender Qualität und eigenständigem Geschmack auch einen Namen, der im Gedächtnis bleibt – ergänzt durch ein auffälliges Etikett. Der Weg dorthin war entsprechend intensiv: Im Team wurden zahlreiche Ansätze diskutiert, bis sich

schließlich die Angels als stimmige Lösung herauskristallisierten.

Eine Verbindung zur Herkunftsregion besteht dennoch. In Liechtenstein, an der Grenze zur Ostschweiz, liegt der Berg „Drei Schwestern“. Der Legende nach sollen drei junge Frauen anstelle des Sonntagsgottesdienstes lieber Beeren gesammelt haben. Aus Zorn darüber ließ Gott sie zu Stein erstarren. Noch heute lassen sich in den markanten Bergspitzen die drei Figuren erkennen. Diese Erzählung wurde für die Produktidee aufgegriffen und weiterentwickelt: In einer angepassten Deutung werden die drei Jungfrauen zu Engeln – blau, rot und schwarz –, die als Namensgeber dienen. Ihr ursprüngliches steinernes Abbild bleibt dabei als Bezug zur regionalen Geschichte erhalten.

Auf welchen Veranstaltungen können Fachkräfte die neuen Käse probieren? Über welche Fachgroßhändler können die himmlischen Neuheiten geordert werden?

Die Käse werden über verschiedene Fachgroßhändler wie Ruwisch & Zuck, Jöla, Jäckle Frische-Partner, Tiho, Wangerer FD oder Weidner Käse vertrieben. Dadurch werden die Käse auch auf den verschiedenen regionalen Messen des Lebensmitteleinzelhandels und bei den Fachgroßhändlern vorgestellt. Dort kann beziehungsweise sollte man die neuen Angels unbedingt probieren. **tw**



Auf der Hausmesse von Jäckle Frische-Partner präsentierte Robert Abele bereits die neuen „Engel“.

Alpkäse-Anschnitt

30-jähriges Jubiläum

Mit dem 30. Alpkäse-Anschnitt setzte der Bregenzerwald in Andelsbuch ein starkes Zeichen für Alpwirtschaft, Handwerk und Genuss. Gleichzeitig wurde das Jubiläum des Alpkäse-Anschnitts gefeiert, das Initiator Caspar Greber vor 30 Jahren ins Leben gerufen hat. Gemeinsam mit der Bregenzerwälder Käsestrasse würdigte die Veranstaltung die Arbeit von Äplern und Sennern. Im Mittelpunkt stand der Alpkäse des vergangenen Sommers – Sinnbild für Tradition, Biodiversität und höchste Qualität. Ergänzt wurde das Sortiment durch Hochalpenkäse, Schweizer Spezialitäten und feine Begleiter wie die Fruchtsenfsaucen von Furore. Gleichzeitig wurde auch die aktuelle Situation der Alpwirtschaft thematisiert. In eindringlichen Worten machte Caspar Greber auf die



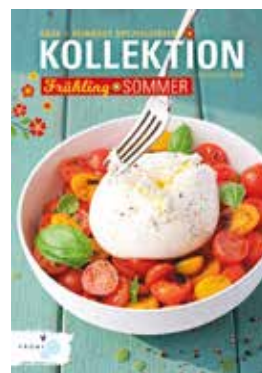
Herausforderungen aufmerksam, mit denen viele Alpen konfrontiert sind. Seine klare Botschaft: „Wenn die Alpen gehen, geht die Seele des Tales.“ Ein Appell, der die Bedeutung der Alpwirtschaft für die Identität und Zukunft der Region eindrucksvoll unterstrich.

v. li.: Caspar Greber, Erich Schwärzler und Reinhard Haller schnitten den ersten Alpkäse an.

Fromi

Frühling-Sommer-Katalog

Der neue Frühling-Sommer-Katalog 2026 von Fromi ist ab sofort erhältlich und bietet vielfältige Impulse für eine umsatzstarke Käsetheke. Zu Ostern wird die erfolgreiche Kombination von Käse und Schokolade fortgeführt, während zum Muttertag florale Käse mit Frische und Raffinesse Akzente setzen. Für die Sommersaison empfiehlt Fromi Mozzarella- und Burrata-Spezialitäten, Grillkäse sowie weitere Highlights.



Eine Begleitkollektion aus Roséweinen und Rosé-Champagner, Premium-Eistees und Limonaden sowie saisonale Rezeptideen runden den Katalog ab. Er ist kostenlos erhältlich oder kann auf fromi.com digital gelesen werden.

Weidner Käse



Neue Mölltaler-Etiketten

Im Kärntner Mölltal prägen majestätische Gipfel und blühende Almwiesen das Landschaftsbild. Hier verbringen die Kühe den Sommer auf den Hochalmen und liefern die besonders aromatische Milch für den Mölltaler Almkäse Selektion, der zu den meistprämierten Käsen der Kärntermilch gehört. Nach einer Reifung von mindestens zwölf Monaten erreicht der mit mikrobiellem Lab hergestellte Hartkäse seine unverkennbare Würze. Der Mölltaler Selektion wird von Weidner Käse vertrieben und wird jetzt auch mit passenden Preparing-Etiketten im Karton ausgeliefert.

KÄSE UND FINE FOOD

Unter dem Motto „Entdecken, Erleben, Genießen“ lud der Fachvermarkter Heiderbeck seine Kunden zur Hausmesse nach Fürstfeldbruck ein.

Anfang März traf sich die Käse- und Feinkostbranche im Veranstaltungsforum des ehrwürdigen Klosters Fürstfeld zur Heiderbeck-Hausmesse. Mit ausgewählten Käsespezialitäten und einem hochwertigen Fine-Food-Sortiment wurde den Besuchern in beiden Hallen ein kulinarisches Festival geboten.

An den beiden Messtagen – Sonntag und Montag – hatten Fachpersonal, Einkäufer, Feinkost- und Markthändler ausreichend Gelegenheit, sich über das vielfältige Angebot der Aussteller zu informieren, Kontakte zu pflegen und vor allem zahlreiche Spezialitäten zu verkosten.

Internationale Lieferanten wie Vandersterre, Moosbrugger, Pezzana, Wijngaard Kaas, Käserebellen, Plangger, Fromi, Arnaud, Cas Arrigoni, Furore, Odenwälder Käsekeller, Gebr. Baldauf und viele mehr, präsentierten in den historischen Klostermauern neue wie bewährte Käse-Sortimente sowie interessante Konzepte für die Bedienungstheke und das Kühlregal.

Im Fokus standen neben der edlen Welt der Pecorini aus Sardinien und Sizilien die Heiderbeck-Eigenmarken Casa di Pietro, Selected Brands sowie die neue Goldbach-Range. Geschäftsführer Peter Steding und Vertriebsleiter Holger Meyers zeigten sich mit dem Verlauf der Messe äußerst zufrieden. us

Fine Food im Fokus

In Halle zwei präsentierte Heiderbeck die Highlights aus dem Fine-Food-Sortiment. Gezeigt wurden unter anderem edle Wurst- und Schinkenspezialitäten der italienischen Hersteller Villani, Morbidi und Sant'Antonio sowie von Torre de Núñez aus Spanien. Exklusive Dessertspezialitäten von Atelier Dêlices rundeten das vielfältige Angebot ab. Neu im Sortiment ist die Deli-Fish-Line. Unter dem Label „GenussArt Südtirol“ konnten Besucher in dieser Halle außerdem Käsesorten der Mila Bergmilch Südtirol, Trentingrana DOP, das Joghurt-Sortiment des Milchhofs Sterzing sowie Gebäckspezialitäten von Trenker entdecken und verkosten.



Holger Meyers (li.) und Peter Steding zeigten sich mit der hohen Besucherqualität der diesjährigen Fachmesse äußerst zufrieden.



Italienische Weichkäse aus dem Piemont unter der Marke Pezzana präsentierte Daniela Peruzo von Heiderbeck.



Grande Rosso und Blue Kakao sind die neuesten Kreationen von Landana und wurden von Niels Oskam (li.) und Paul Mus präsentiert.



Max Kolbert präsentierte Trentingrana DOP, Joghurt vom Milchhof Sterzing sowie Gebäckspezialitäten von Trenker aus Südtirol.



Martina Fischer und Wolfgang Kaiser boten Bayerische Kässpätzle und Kaspressknödel zum Verkosten an.



Sandra Dahl-Schauerer und Alois Hager präsentierten die neuen 180-g-Prepacks der Käsebellenden.



(v.l.) Laura Teichmann, Simon Noack und Sina Kiefer von den Gebrüder Baldauf präsentierten ihre Alpkäse.



Samuel Bourgeois und Emmanuel Lietard reisten aus dem französischen Jura an und hatten Comté AOP der Käserei Arnaud im Gepäck.



Paul Pölte stellte die Heumilchkäse der Käserei Tegernseer Land vor.



(v. r.) Augustin Marguet und Laurent Beck stellten ausgewählte Käsespezialitäten von Fromi vor.



Benjamin Wolf vom Odenwälder Käsekeller präsentierte den affinierten Himbeer-Senf-Käse.



Valerie Kerle stellte verschiedene Heumilchkäse aus Österreich vor.



(v.l.) Karin Brugger, Christian Oberdörfer und Magdalena Pircher von der Mila Bergmilch Südtirol zeigten den Seiser Alm Käse.



(v. l.) Rob van Niersen und Alex Gouw von Wyngaard Kaas stellten die Käsevielfalt ihres Hauses sowie das neue Konzept „Cheeseboards“ in den Mittelpunkt.



Käse Moosbrugger, vertreten durch Cornelia Söllner, zeigte eine breite Vielfalt österreichischer Käsespezialitäten.

KÄSEMESSE IN ULM

Der Fachgroßhändler Jäckle Frische-Partner hatte Anfang März zu einer zweitägigen B2B-Hausmesse in seine Räumlichkeiten nach Ulm-Lehr eingeladen.

Fachpersonal, Einkäufer, Marktverantwortliche, Feinkosthändler und Markthändler nutzten traditionell das Wochenende, um sich über Käse-Neuheiten und Sortimente auf der Hausmesse von Jäckle Frische-Partner zu informieren. Einmal jährlich lädt das Unternehmen seine Lieferanten zu seiner Hausmesse ein. In diesem Jahr fiel die Wahl auf den 7. und 8. März. Während es Samstag noch etwas ruhiger zuging, füllten sich am Sonntag die Räumlichkeiten umso schneller.

„Beste handwerkliche Käsequalität zu einem fairen Preis, das ist uns wichtig“, sagt Fritz Jäckle, Seniorchef von Jäckle Frische-Partner, der das Fachhandelsunternehmen gemeinsam mit seinem Sohn Christian führt. Das Geschäftsführer-Duo zeigte sich von der Besucherresonanz begeistert. Fritz Jäckle betont zudem, wie wichtig ihm der persönliche Austausch mit den Kunden Jahr für Jahr ist. Dass dies gelingt, zeigte sich auch an den zahlreichen Ausstellern, die für zwei Tage nach Ulm gekommen waren. Unter anderem waren auch die Schweizer Käsehersteller wieder zahlreich vertreten. Johannes Eberle von der Käserei Muolen gehört seit 2019 zu den festen Teilnehmern der Hausmesse. Neben dem Bischofszeller Nachtwächterkäse zeigte er seine gereiften Schweizer Käse-Spezialitäten in verschiedenen Reifestufen. Fabian Spielhofer von der Brülisauer Käse AG ist bereits das dritte Mal in Ulm vertreten. Robert Abele von Bodensee Käse präsentierte seine Neuheit Blue Angel mit Doppelreifung. Heumilchkäse aus Deutschland hatte die Hofkäserei Weinland aus Peiting dabei.

Neben den Jäckle-Eigenmarken Ulmer Spatz, Lausbua aus Österreich sowie Murmeli Bergkäse aus der Schweiz, zeigte die Langenegger Dorfsennerei Heumilchkäse aus dem Bregenzerwald. Stamm-Aussteller Dodin brachte wieder den traditionellen Munster AOP mit. Die Käse der Milchbuben sowie von der Obersteirischen Molkerei, der Sennerei Riefensberg und der Zillertaler Heumilch-Sennerei aus Österreich stellte Laura Lenk, AMA-Markenbotschafterin, vor. Zum ersten Mal dabei war die Käserei Bergers du Larzac, ein Schafsmilchkäse-Produzent aus Frankreich. Neben intensiven Gesprächen mit Ausstellern und dem Jäckle-Verkaufsteam konnten die Besucher auch an Führungen mit Christian Jäckle durch das eigene Reifelager teilnehmen. In den Lagerräumen werden Schnitt-, Hart- und Bergkäse gereift, um sehr flexibel auf individuelle Kundenwünsche eingehen zu können (siehe auch Seite 30).

us



Fachgroßhändler Jäckle Frische-Partner hatte seine Kunden am ersten März-Wochenende zur traditionellen Hausmesse nach Ulm eingeladen.



(v.l.) Fabian Spielhofer bekam von Seniorchef Fritz Jäckle Unterstützung bei der Präsentation seiner Aargauer Käsespezialitäten.



(v.l.) Johannes Eberle, Juniorchef der Käserei Muolen, berichtete Christian Jäckle über das aktuelle Käse-Sortiment aus der Schweiz.



(v.l.) Anton und Mathias Eß vom Schönauser Käsekeller stellten die Neuheit „Schönauser Schabziger“ vor.



(v.l.) Am Stand von Käs Baur präsentierten Hildegard und Luisa Baur unter anderem den Käse „Süße Rosi“.



Robert Abele informierte Brit Merkle vom Dorfladen Hörvelsing über die besondere Reifung des neuen Schnittkäses Blue Angel von Bodensee Käse.



(v.l.) Fritz Jäckle war von den Grillkäsevariationen der Wildberg Käse AG überzeugt. Sie wurden von Roland Rüegg und Jonathan Studer vorgestellt.



(v.l.) Laura Lenk informierte Elenore Kloiber und Renate Zitelsberger über österreichische Käsereien.



Michael Philippe von der französischen Käsekooperative Bergers du Larzac zeigte das umfangreiche Käse-Sortiment aus Schafsmilch.



Laura Lenk, AMA-Markenbotschafterin (re.), stellte dem Fachpersonal von Edeka Hieber die österreichische Käsevielfalt vor.



Catia Veronese kam aus dem Veneto (Italien), um die affinieren Käsespezialitäten von Carpenedo vorzustellen.



Das Team von Momeni Feinkost präsentierte edle Feinkost wie gegrillte Auberginen-Röllchen mit Feta.



Stammaussteller Dodin – durch Marc Lefevre vertreten – stellte dem fachkundigen Publikum Munster-Käse aus dem Elsaß vor.



(v.l.) Die Schwestern Julia und Theresia Engster zeigten die Käsesorten der Dorfsennerei Langenegger.



GRIECHISCHE KÜCHE

Wer glaubt, Feta sei nur ein salziger Käseblock, wird in Natacha Comars Kochbuch „Feta“ eines Besseren belehrt. Auf 160 Seiten zeigt die Autorin über 60 kreative, vegetarische Rezepte, in denen Feta mal zerbröselt, mal cremig, paniert oder gebacken zum Herzstück oder feinen Extra eines Gerichts wird. Von klassischen griechischen Rezepten bis zu überraschenden Neuinterpretationen – gegrillte Auberginen mit Thymian, gefüllte Champignons, Paprika-Feta-Kuchen, Oliven-Feta-Brot oder Wassermelonen-Feta-Salat – das Buch bringt mediterrane Leichtigkeit auf den Teller. Die Gliederung nach Zubereitungszeit erleichtert die Auswahl. Ein Extra-Kapitel informiert über Herkunft, Eigenschaften und Lagerung von Feta sowie saisonale Obst- und Gemüseempfehlungen. **Natacha Comar: Feta – Vegetarisch genießen mit griechischem Flair, Landwirtschaftsverlag Münster, 160 Seiten, Hardcover, ISBN 978-3-7843-5821-5, 24,00 Euro.**

LIEBESERKLÄRUNG

Mit „Amore per Puglia“ nimmt Stefania Lettini ihre Leser mit auf eine kulinarische Reise in ihre Herzensregion Apulien. Auf 192 Seiten vereint das Reise- und Kochbuch rund 60 authentische Rezepte, Porträts lokaler Produzenten und stimmungsvolle Landschaftsfotografien, die von ihr selbst gemacht wurden. Lettini führt durch vier Regionen – Norden, Bari, Itria-Tal und Süden – und erzählt Geschichten von Menschen, Produkten und Traditionen. Olivenöl, Wein, Gemüsevielfalt und handwerkliche Spezialitäten stehen ebenso im Mittelpunkt, wie Tipps zu Restaurants, Hotels und Erlebnissen. Vier farbige Lesebänder und QR-Codes mit digitalen Extras, Texten, Bildern und einer Spotify-Playlist machen das Buch zu einem Erlebnis. **Stefania Lettini: Amore per Puglia – Apuliens Küche genießen und entdecken, 192 Seiten, Hardcover, Heel-Verlag, ISBN 978-3-69019-047-3, 35,00 Euro.**



ITALIENISCHES LEBENSGEFÜHL

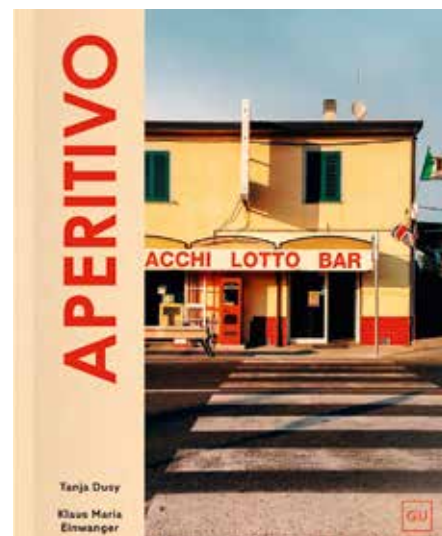
Autorin Tanja Dusy und Fotograf Klaus Maria Einwanger nehmen die Leser mit auf eine Reise durch Norditalien und seine Aperitif-Kultur. In Mailand, Venedig, Turin, Padua und Bassano del Grappa entstanden die Aufnahmen mitten im Leben: in Straßen, Bars und traditionellen Bacari. Die Fotostrecken zeigen Menschen beim Vorbereiten, Servieren und Zusammensein. Begleitend dazu präsentiert das Buch Rezepte für Getränke und kleine Snacks „Stuzzichini“, eingebettet in Reportagen über italienische Alltags- und Genusskultur. **Tanja Dusy und Klaus Maria Einwanger: Aperitivo, 240 Seiten, 100 Fotos, Gräfe und Unzer Verlag, ISBN 978-3-7589-0013-6, 38,00 Euro.**



KÜHE, WALD, GLÜCK

In dem Buch „Gekommen um zu bleiben“ beschreibt Madeleine Becker ihr Leben in einem Haus im Wald. Sie zieht mit Freund Lukas und einer bunten Schar tierischer Mitbewohner in einen alten Bauernhof in der Steiermark. In der idyllischen Waldlandschaft gilt es, das Haus zu renovieren, die Tiere zu versorgen und den Alltag neu zu ordnen. Doch gerade im Zusammenspiel mit Hühnern, Kühen, Krähen, Katzen und Tomaten zeigt sich, was wirklich zählt: eine Balance zwischen Menschen, Tier und Natur. Die Autorin reflektiert, wie sich Umweltbewusstsein und Lebensglück im Kleinen verbinden lassen, und stellt sich die Frage: Welches Leben möchte ich wirklich führen?

Madeleine Becker: Gekommen, um zu bleiben – Unser Haus im Wald, Goldmann-Verlag, 288 Seiten, Paperback mit Klappenbroschur, ISBN 978-3-442-30241-3, 18,00 Euro.





Furore

Neue Bio-Frucht-Dips

Furore erweitert sein Sortiment um Frucht-Dip-Saucen in zertifizierter Bio-Qualität – und sorgt damit für neue Impulse im Zusatzverkauf an der Käsetheke. Die fruchtig-pikanten Saucen sind vielseitige Begleiter für jede Käseplatte und setzen geschmackliche Akzente zu milden und kräftigen Sorten. Ein Highlight ist die Variante Bio-Himbeere Kardamom. Der charakteristisch süß-säuerliche Geschmack der Himbeere wird durch den fein würzigen Kardamom unterstützt. Der Gourmet-Tipp lautet: Perfekt zu Rotkulturrkäse und Camembert. Das 120-Gramm-Glas ist zum Preis von 4,40 Euro erhältlich. www.furore.at

Wolfram Berge

Perfekter Begleiter

Neu im Sortiment des Delikatessenspezialisten Wolfram Berge sind die Kletzz-Fruchtebrote der niederländischen Bäckerei Leo van Kempen. Die Marke steht für handwerklich hergestellte Sauerteigbrote mit Tradition – veredelt mit ausgewählten Trockenfrüchten und Nüssen. Das dunkle, würzig-süße Brot überzeugt durch feste Konsistenz und aromatischen Geschmack und eignet sich perfekt als Begleiter zu Käse und Wein, als Snack oder als Energiespender beim Sport. Zur Auswahl stehen die vier Sorten Feige, Cranberry, Aprikose und Dattel. Die 170-Gramm-Packung ist

zur UVP von 3,99 Euro erhältlich. www.delikatessen-berge.de

Potluck

Eyecatcher

Der Hamburger Gewürzhersteller Potluck bietet passend zu verschiedenen Käsesorten Produkte, die an der Theke ein echter Hingucker sind. Egal ob für Raclette, Feta oder Grillkäse: Alle Gewürzmischungen werden in Deutschland produziert und abgefüllt, sind vegan, ohne Geschmacksverstärker und bestehen aus natürlichen Inhaltsstoffen. Die geschmackvollen Keramik-Töpfe gibt es in verschiedenen Designs und Größen und können nach Gebrauch beispielsweise als Kaffee- oder Espressotasse sowie als Aufbewahrungsdose weiter verwendet werden. www.potluck.de

Easy Cheese

Stilvolles Zubehör

Die Easy Cheese Käsebox ist eine durchdachte Lösung für die Aufbewahrung und das Servieren von Käse, die vor allem praktisch und hygienisch ist. Das Design mit verstellbarem Boden ermöglicht es, das Käsestück nach oben zu schieben, sobald es kleiner wird. So lässt sich der Käse direkt in der Box schneiden, ohne ihn zu berühren. Die transparente Oberseite sorgt für optimale Sicht, während Belüftungsschlitze im Boden Feuchtigkeit reduzieren und den Käse länger frisch halten. Gefer-

tigt aus BPA-freiem Acryl, spülmaschinenfest und kompakt in den Abmessungen, eignet sich die Box für Käsestücke bis ein Kilogramm. www.easycheese.nl

Importhaus Wilms

Griechisches Flair

Mit der neuen Spezialität „Rote Paprika & Ziegenkäse“ bringt Gaea griechisches Flair in die Käsetheke. Für den cremigen Aufstrich im 125-Gramm-Glas werden gegrillte rote Paprika mit feinem Mizithra kombiniert – einem traditionellen Ziegenkäse aus Griechenland, der in Konsistenz und Milde an Ricotta erinnert. Das Ergebnis ist ein aromatischer Brotaufstrich, der zugleich vielseitig einsetzbar ist: als Dip zu gegrilltem Gemüse, zu Fetakäse oder auch als Pastasauce. Der Aufstrich eignet sich für alle, die eine mediterrane Küche bevorzugen. www.importhaus-wilms.de

PINNWAND

RAUSCH

Fachgroßhandel seit 1959



Tel: 02633/475907-0 · www.papier-rausch.de

KÄSE WEB
immer ein Genuss!

Milch macht den Unterschied

Der Geschmack eines Käses beginnt nicht in der Käserei, sondern bei der Milch. In Folge 51 des Cheese-Commerce-Podcast – Verkaufsstrategien für Thekenprofis - berichten Petra Schweim und André Schneider von der Biofach in Nürnberg. Christiane Mösl von Arge Heumilch hebt dabei die Bedeutung der silagefreien Fütterung hervor



und welche Bedeutung die Heumilch für lang gereifte Klassiker hat. Bei dem Konzept der Jahreszeitenmilch von Hans Möller zeigt sich zudem, dass Fütterung und Saison, Aroma, Farbe und den Fettgehalt der Milch sowie der Käsesorten prägen – eine gute Basis für kompetente Beratung an der Theke. Zudem präsentierte Andreas Smole von der Kärntnermilch den Wilden Österreicher erstmals in Bio-Qualität. Der zwei- bis dreimonatig gereifte Schnittkäse wird mit Rotkulturen gepflegt und kommt künftig als Laib statt im Block in die Theken.

VORSCHAU Die KÄSE-THEKE 4/26 erscheint im Juli

Sommer in der Käsetheke: Feine Schnittkäse und Grillkäse laden die Kunden zum Zugreifen ein. Auch Frischkäse-Präsentationen mit saisonalem Obst, frischen Kräutern sowie kleine Snacks wecken die Lust auf neue Geschmackserlebnisse. Für die Theke bedeutet dies: Sommeraktionen, Probierhäppchen und kreative Verkostungsideen steigern die Kundenfrequenz. Die warme Jahreszeit ist die perfekte Bühne, um saisonale Spezialitäten ins Rampenlicht zu rücken.



Foto: AdobeStock.com/Pixel-Shot

Aktionen für mehr Umsatz: Mit gezielten Aktionen lässt sich die Käsetheke zu einem Umsatzgarant machen: Verkostungen, Kombi-Angebote, Kundenabende und aufmerksamkeitsstarke Präsentationen ziehen Kunden an. Highlights wie saisonale Spezialitäten oder Preisaktionen steigern nicht nur den Abverkauf, sondern fördern auch die Kundenbindung. Kreative Ideen und ein geschicktes Timing verwandeln jede Aktion in ein Erlebnis an der Käsetheke.



Foto: Edelka Harmeling

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

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: info@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 57/39 04 91 33, 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: r.ertl@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

Titelfoto: ARGE Heumilch

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.

Geschäftsführer: Harry Lietzenmayer,
Stephan Toth, Björn Hansen



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

DU WEISST NICHT WEITER?

DANN MELDE DICH!

Du möchtest mitmachen,
aber weißt nicht wie?

Dir fehlen Inspirationen?

Du brauchst Tipps & Tricks
für eine Aktion?

Du kannst Dich nicht für
eine Region entscheiden?

Ulrike Schmitz an unserer Hotline hilft Dir weiter:

0 26 33/45 40-12 oder kt@blmedien.de



Foto: AdobeStock.com/Catalin Pop

UNSERE SPONSOREN



AUSGABE VERPASST?

DAS TRIO FÜR MEHR WISSEN IN DER MOPRO-WELT:
MILCH-MARKETING + MODERN FOOD • KÄSE-THEKE • MOLKEREI INDUSTRIE



Ihr Ansprechpartner für weitere Informationen und Angebote:
Objektleitung **Burkhard Endemann** • E-Mail: be@blmedien.de

**JETZT ONLINE-
ABO BUCHEN**

blmedien.de/produkt-kategorie/fachmagazine



Milch-Marketing 

KÄSE-THEKE

molkerei industrie