

# KÄSE- THEKE

Nr. 2 | 2026

[www.kaeseweb.de](http://www.kaeseweb.de)





Der Favorit unter echten Käseliebhabern



Cremig, dezent würzig im Geschmack



Topseller und Must-Have für deutsche Käsetheken



# ORIGINALE, DIE SIEGEL VERDIENT



## SELEKTION

Nur ausgewählte Käselaibe schaffen es in die KALTBACH Höhle.



## KLIMA

Natürliche Luftfeuchtigkeit und konstante Temperaturen garantieren optimale Reifebedingungen.



# DAS KALTBACH ARDIENEN.



Für Genießer, die es  
etwas kräftiger mögen



Fein-pikant mit  
leichter Karamellnote



Die perfekte Ergänzung  
zu „Der Cremig-Würzige“



## HÖHLE

Die Schweizer Sandsteinhöhle sorgt für das  
typische, unverwechselbare KALTBACH Aroma.



## PFLEGE

Durch die sorgfältige Pflege veredeln die  
Höhlenmeister die Käse und die dunkle  
Naturrinde entsteht – ganz ohne Farbstoffe.





**DIE HACCP APP**  
FÜR LEBENSMITTELUNTERNEHMEN



**HACCP  
TEMPERATUR  
SENSOREN**

**4,8°C**

# Automatische Temperatur- überwachung und HACCP-Checklisten in einer App!



Kostenlose Beratung & Infos unter:  
[www.diehaccpapp.de](http://www.diehaccpapp.de)

zertifiziert nach ISO 9001 und ISO 27001



# ERFOLGREICH – DANK BASICS



**THORSTEN  
WITTERIEDE**  
Chefredakteur

Die Auswahl einer Käsebedienungstheke lässt keine Kundenwünsche offen. Dabei beeindruckt zum Beispiel das Weichkäsesortiment durch eine außergewöhnliche Vielfalt. Nationale und internationale Spezialitäten sowie regionale Besonderheiten laden zu einer geschmacklichen Entdeckungsreise ein. Allen voran die große Auswahl französischer Weichkäse, aber auch Käse aus Spanien, Österreich und Deutschland wissen Genießer zu schätzen. Ob mit edlem Weißschimmel, charaktervollen Rotkulturen oder fein durchzogenem Blauschimmel: Jede Sorte punktet mit ihren eigenen Aromen. Sie alle wissen mit Tradition, Handwerk und Qualität zu überzeugen, und jeder einzelne erzählt seine eigene Geschichte. Das sind Gründe genug, um in dieser Ausgabe etwas tiefer in dieses Sortiment einzutauchen.

An der Bedienungstheke entstehen durch gezielte Affinage echte, geschmackvolle Kunstwerke, die Aufmerksamkeit wecken und Kunden neugierig auf das Sortiment machen. Doch selbst das beste Angebot entfaltet seine volle Wirkung nur mit gut geschultem Personal. Fachwissen und sichere Grundlagen sind der Schlüssel zum Erfolg. Sind diese Basics gelegt, schwinden Unsicherheiten im Beratungsgespräch und nicht selten werden neue Mitarbeiter vom „Käsevirus“ infiziert.

Diese Begeisterung, kombiniert mit fundiertem Wissen und der Lust, immer tiefer in die faszinierende Welt des Käses einzutauchen, sorgt für den entscheidenden Unterschied. Denn ein sicheres Auftreten mit einem guten Basiswissen schafft Glaubwürdigkeit beim Kunden und macht ihn zum Stammkunden. Das spricht sich herum und verwandelt die Käsetheke in eine erfolgreiche Bedienungsabteilung – und den Einkauf für den Kunden in ein echtes Genusserebnis. Daher werden wir das Basiswissen in diesem Jahr in den Mittelpunkt rücken, um den „Käsevirus“ zu verbreiten.

ADEL ZUM ANBEISSEN

# ROYAAL

BY BEEMSTER

## Herzhafte Pannenkoeken mit Beemster Royaal



**Aktion KW 12 - 15**  
**GRATIS** Backmischung!  
beim Kauf von Beemster Royaal.



**Königlich! Köstlich! Genieß ich!**



Entdecke leckere  
Pannenkoeken  
Rezepte



KÖNIGLICHER  
HÖFLIEFERANT

**BEEMSTER®**

# öma<sup>40</sup>

**40 JAHRE ÖMA-  
LASST UNS KÄSE  
FEIERN.**

1986 – 2026.



**Jubi Bergkäse**

**40** Wochen gereift

**Jubi Alpentorte**

Eine „Käsetorte“  
der besonderen Art.

[www.oema.bio](http://www.oema.bio)

DE-ÖKO-006

ANZEIGE

# INHALT

## ★ Fachthema

- Weichkäse sind Typen mit Charakter..... 6
- Der Blick in die Käseverordnung ..... 12
- Champignon-Broschüren für köstliche Kreationen ..... 14
- Argental-Weichkäse sind unkomplizierte Genusskäse ..... 16
- Jenny Junker versteht es, Weichkäse zu inszenieren..... 18



Foto: AdobeStock.com/  
photocrew

## ★ Aktionen

- Das Besondere der holländischen Weidemilch..... 20
- Beemster bietet Weideglück für die Haut..... 22
- Promotion für die Appenzellerin ..... 22
- Kontaktgrills von Emmentaler Switzerland ..... 22
- Thise bietet Materialien für dänische Käse..... 22
- Die neue Frühjahrskampagne der Arge Heumilch ..... 23
- „Leichte“ PoS-Materialien ..... 24
- Aktions-Etiketten von Weidner Käse ..... 24
- Neue Genussbotschafterin für die Bergader-Käse ..... 24
- Prima Donna, gereift wie guter Wein ..... 24
- Die neuen Kataloge von Fromi..... 25
- Swissrocker verlost Kaffeevollautomaten ..... 25
- Gewinnspiel-Promotion für Le Gruyère AOP ..... 25

## ★ Neuheiten

- Bergaders Blaukäse in neuem Gewand..... 26
- Gefüllte Peppersweets American BBQ..... 27
- Edle Steinpilze im Monti Porcini..... 27
- Zwei cremige Dips..... 27
- Der neue Seiser Alm Käse aus Südtirol ..... 28
- Fruchtiger Dattel-Dip ..... 29
- Geräucherte Burrata aus Italien..... 29
- Cremig-würziger Bio-Deichkäse ..... 29
- Der freche Friese in Bio-Qualität ..... 29
- Der neue in der Argental-Familie ..... 30
- Ein kleiner Weichkäse aus der Franche-Comté ..... 30
- Der kleine, rote Franzose..... 30
- Das Kräuterrahmutschli aus der Schweiz..... 30
- Das Ziegen-Raclette namens Hitzkopf ..... 30
- Der II Jauer Bergkäse aus der Schweiz..... 30
- Die Almsünde von Weidner Käse..... 31
- Amorkäse und Liebeskäse aus thermisierter Heumilch..... 31
- Der würzige Schnittkäse aus der Atta-Höhle ..... 31



## ★ Käsewissen

- Fit für die Theke ..... 32
- Der Rohstoff Milch..... 33
- Die Käseherstellung..... 35



An der Käsetheke ist Kompetenz gefragt. Für den schnellen Einstieg ins gelbe Sortiment der Bedienungstheke vermittelt die **KÄSE-THEKE** das Basiswissen.

ab Seite 32

Die Einteilung der Käsegruppen ..... 37  
 Der Fettgehalt ..... 38  
 Die Food Akademie Neuwied macht Thekenkräfte fit ..... 39

★ **Wettbewerbe**

Die Besten der Frankfurt International Trophy ..... 40  
 Jetzt mit der Kreativ-Award-Bewerbung starten ..... 41

★ **Unterwegs**

Maison Kober gibt Käse die perfekte Reifezeit ..... 42  
 Die Jöla-Hausmesse 2026 ..... 44

★ **Bio**

Die Bio-Welt zu Gast in Nürnberg ..... 46  
 Eigenmarken stark gefragt ..... 49  
 Ökodorf Brodowin stellt Molkerei-Betrieb ein ..... 49  
 Die Regionalmessen laden ein ..... 49  
 Alnaturas Vorzeigeprojekt ..... 49  
 Ausgezeichnete Gläserne Molkerei ..... 49

★ **Zusatzverkauf**

Pecorino-Creme von Feinkost Käfer ..... 51  
 Camembert trifft Knoblauch ..... 51  
 Neue Genussmomente von Wolfram Berge ..... 51  
 Südfranzösische Eleganz im Glas ..... 51  
 Italienischer Snackartikel ..... 51

★ **Rubriken**

Vorwort ..... 3  
 Meldungen ..... 15, 43, 52  
 Bücher ..... 50  
 Vorschau/Impressum ..... 52

# Amoroso blu

... für mehr Amore  
in der Käsetheke.

**JETZT  
NEU!**



# TYPEN MIT CHARAKTER

Weichkäse gehören zu den beratungsintensivsten Sorten an der Bedienungstheke. Ihr hoher Wassergehalt, die besondere Reifung und die unterschiedlichen Rinden sorgen für eine große geschmackliche wie auch optische Vielfalt.



An der Bedienungstheke schätzen Kunden die Möglichkeit, Reifegrad und Geschmacksintensität von Weichkäse gezielt auszuwählen. Fachkundige Beratung, das Angebot regionaler Spezialitäten sowie die Nachreifung in der Theke schaffen ein besonderes Qualitäts- und Frischeerlebnis, machen jedoch auch deutlich, dass diese Käsegruppe besonders pflege- und erklärungsintensiv ist. Rund oder eckig, weiß, orange oder grünlich: Weichkäse prägen die optische und geschmackliche Vielfalt der Käsetheke. Ihre weiche Konsistenz entsteht durch den hohen Wassergehalt im Käse. In der Herstellung wird der Käsebruch vergleichsweise groß geschnitten, sodass Molke leichter austreten kann. Der Bruch wird in Formen gefüllt, ohne Pressen abgetropft und anschließend trocken gesalzen. Während der Reifung sackt der Käsebruch zusammen, wodurch die für Weichkäse typische, nachgiebige Textur entsteht.

Je nach gewünschtem Käsetyp entscheidet der Käser über die Rindenkultur. Weißschimmelkäse entstehen durch den Einsatz der Schimmelkulturen *Penicillium camemberti* oder *Penicillium candidum*, entweder durch Besprühen des Rohlings oder durch Zugabe zur Milch. Innerhalb von zwei bis drei Wochen bildet sich ein geschlossener, weißer Schimmelrasen. Die Käse müssen regelmäßig gewendet werden, damit sich der Edelschimmel gleichmäßig entwickeln kann. Typische Weichkäse mit Weißschimmel sind Fiorella di Tomino, Le Cremeux, Bio Weiße Kornblume, Peyrigoux sowie Bonifaz

– um nur einige von vielen zu nennen. Eine weitere Gruppe bilden Weichkäse mit Weißschimmelrinde, deren Inneres von feinen Blauschimmeladern (*Penicillium roqueforti*) durchzogen ist. Sie zeichnen sich – anders als klassische Blauschimmelkäse – durch einen milden Geschmack und eine angenehme Würze aus. Bekannte Weißblau-Weichkäse sind Bavaria Blu, Cambozola und Montagnolo. Käse mit gewaschener Rinde werden während der Reifung regelmäßig mit Salzlake gepflegt, der Rotkulturen (*Brevibacterium linens*) zugesetzt sind.

### Die Uhr tickt bei Weichkäse

Weichkäse haben einen Wassergehalt (Wff) von über 67 Prozent. Die hohe Feuchte bedingt kurze Reife- und entsprechend kurze Restlaufzeiten.

Durch den hohen Molkeanteil verlieren Weichkäse in der Theke schneller an Stabilität als Schnittkäse.

Eine offene Präsentation beschleunigt die Reifung zusätzlich. Kleinere Packungsgrößen von 120 bis 150 Gramm in der Prepackaging-Theke begünstigen die Restlaufzeit und ergänzen das Angebot der offenen Theke sinnvoll.

Durch die Platzierung vorverpackter Weichkäsestücke gewinnt das Thekensortiment zudem mehr Raum für Hart- und Schnittkäse.

### Tipps für die Käsetheke:

Für jede Weichkäsesorte ein separates Messer verwenden. Weichkäsemesser sind in den Farben Weiß, Blau oder Rot erhältlich.

Weichkäse nicht zu dicht nebeneinander platzieren, da Edelschimmel überspringen kann.

Weiterwachsender Schimmel an den Schnittflächen ist unbedenklich und kann mitgegessen werden. Er sollte aus optischen Gründen jedoch entfernt werden.

Um ein Austrocknen der Anschnittflächen zu vermeiden, sollten diese mit Folie abgedeckt werden.

# HEIDERBECK KÄSE & FINE FOOD



## CREMIGER KÄSE. FEINER MOMENT.



Die Weichkäse von Casa di Pietro aus feiner Büffel-, Ziegen- oder Kuhmilch zergehen sanft auf der Zunge, bieten eine konstante Qualität und eine klare Positionierung für eine erfolgreiche Käsetheke.

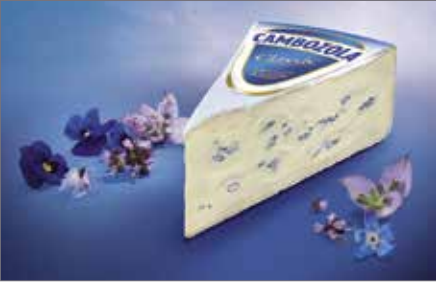
Exklusiv bei Heiderbeck.

www.casadipietro.eu



ANZEIGE

**Käserei Champignon**



Cambozola Classic (70 % Fett i.Tr., 2,2 kg, mikrobielles Lab) vereint die feine Würze der Blauschimmelkulturen mit dem mild-cremigen Geschmack des Weichkäses. Die zarte blaue Maserung im Inneren und der weiße Edelschimmel auf der Oberfläche sind charakteristisch.

**Fromi**



Vacherousse d'Argental (mind. 60 % Fett i.Tr., 2 kg, mikrobielles Lab) ist ein Doppelrahm-Weichkäse aus Kuhmilch. Während der Reifung wird er mit Salzwasser gewaschen, wodurch sich seine orange-farbene Rinde entwickelt. Der Weichkäse hat ein Etikett, das eine Unterteilung in zwölf Portionen ermöglicht.

**Klosterkäserei Schlierbacher**



Der Schlierbacher Drei-Milch Camembert (45 % Fett i.Tr., 150 g, mikrobielles Lab) vereint Bio-Kuh-, Bio-Schafs- und Bio-Ziegenmilch zu einer harmonischen Komposition. In handwerklicher Herstellung im Stift Schlierbach, in Österreich, entsteht ein cremiger Weichkäse mit fein abgestimmtem Geschmack.

**Haute Fromagerie**



Peyrigoux (mind. 60 % Fett i.Tr., 1,7 kg, mikrobielles Lab) ist ein französischer Weichkäse aus einer traditionsreichen Käserei. Seine Kranzform sorgt für eine perfekte Reife von außen, das „Coeur frais“ (frisches Herz) für einen quarkig-milden Kern. Er hat einen mild-würzigen und fein-säuerlichen Geschmack.

**Boncas**



Die Rote Bella (mind. 55 % Fett i.Tr., 850 g, tierisches Lab) wird handwerklich in der Schweiz hergestellt und im Reifekeller gepflegt. Sie zeichnet sich besonders durch ihren vollmundigen und mild-säuerlichen bis aromatischen Geschmack aus. Ideal zu Pinot Gris oder einem Glas Most.

**Ruwisch und Zuck/ Käsespezialisten Süd**



Der traditionell hergestellte Weichkäse Moser Tradition Nr. 1 (50 % Fett i.Tr., 600 g, tierisches Lab) aus der Schweizer Käserei Boncas wird aus erhitzter, nicht pasteurisierter Milch hergestellt. Er reift mindestens vier Wochen und entwickelt in dieser Zeit einen milden, fruchtig-aromatischen Geschmack.

So entstehen orangefarbene, besonders aromaintensive Rinden. Zu diesen Käsen zählen unter anderem Chaumes oder der Bio-Käse ÖMA L'amour Rouge d'Antoine. Der Lake können zudem Trester, Calvados oder Edelbrände zugesetzt werden. Der gewaschene französische Weichkäse Langres AOP wird während der Reifezeit nicht gewendet. Dadurch bildet sich eine Mulde, in die Calvados oder Marc de Champagne gefüllt wird. Auf der Oberfläche gewaschener Weichkäse kann sich außerdem der Milchsimmel

Geotrichum candidum bilden. Er kommt natürlicherweise in der Milch vor, schützt die Oberfläche und wirkt entsäuernd. Es ist daher nicht ungewöhnlich, dass diese Milchsimmelkulturen nach Abschluss der Rotkultur-Reifung erneut auf der Oberfläche durchwachsen. Vacherousse d'Argental, Saint Albay und Rougette Fein-Würzig sind typische Vertreter dieser Rotkulturkäse.

Im Kern liegt die Wahrheit. Diese Aussage trifft insbesondere auf die Gruppe

der Weichkäse zu, denn sie reifen von außen nach innen. Ein angeschnittener Weichkäse gibt den Blick auf den Kern frei und zeigt, wie weit der Reifeprozess fortgeschritten ist. Junge, wenig gereifte Weichkäse besitzen einen hellgelben bis weißen Kern, der mit zunehmender Reife verschwindet. Geschmacklich wirkt der Käse zunächst frisch, entwickelt jedoch mit fortschreitender Reifung ein ausgeprägteres Aroma, während der Kern goldgelb wird. Ist dieser nicht mehr sichtbar, hat der Käse seinen optimalen Reife-



# Machen Sie mit der Thekenpromotion aufmerksam auf den neuen Geheimitipp aus der Schweiz: Die Appenzellerin®.

**Generieren Sie jetzt mehr Absatz  
und machen Sie Ihren Kunden  
extra Appetit auf die neue  
Appenzellerin®.**

**Die Appenzellerin® Elegant ist für  
alle, die milden Käse lieben.**

- **Milder, dezent aromatischer  
Geschmack**
- **Leicht milchige und  
ausgewogene Note**
- **Weniger würzig als der  
traditionelle Appenzeller® Käse,  
aber dennoch vollmundig**



#### **POS-Werbemittelpaket\***

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

Mit extra Gewinnchance auch für die Thekenkräfte.

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



Schweiz. Natürlich.

**Appenzeller®**  
S W I T Z E R L A N D

[www.appenzeller.ch](http://www.appenzeller.ch)

**Käse aus der Schweiz.**

[www.schweizerkaese.de](http://www.schweizerkaese.de)



**Bergader Privatkäserei**



Bergader Bonifaz (70 % Fett i.Tr., 1,2 kg, mikrobielles Lab), steht für cremig-zarten Genuss aus hochwertiger Alpenmilch. Seit 1902 in Familientradition hergestellt, überzeugt die Bergader Privatkäserei mit einem vielseitigen Weickkäse-Sortiment mit ausgewählten Zutaten wie grüner Pfeffer, Chili, Knoblauch und Pilzen im Weickkäse.

**Carl Fr. Scheer**



Le Cremeux (72 % Fett i.Tr., ca. 1,5 kg, tierisches Lab) ist ein französischer Weickkäse aus pasteurisierter Kuhmilch, der nach zehn Tagen Reife mit einem homogenen Weißschimmel und einer zartschmelzenden Textur überzeugt. Ihn zeichnet außerdem eine feine sowie eine dezente Säure aus.

**Feinkäserei Capriz**



Der handgeschöpfte Ziegenweickkäse Goaserle (mind. 50 % Fett i.Tr., 200 g, mikrobielles Lab) hat einen geschmeidigen, cremig-schmelzenden Teig und ein markantes Rotkulturaroma. Er wird aus Südtiroler Bergziegenmilch hergestellt und reift mindestens 21 Tage. Je nach Reifegrad entwickelt er eine fein-würzige bis kräftige Note.

**Thise Mejeri**



Weißer Kornblume (60 % Fett i.Tr., 700 g, mikrobielles Lab) überzeugt durch den Einsatz einer speziellen Milchsäurekultur, die ihr ein ausgewogenes Aromaprofil verleiht. Die Textur des Bio-Käses ist cremig und mild, zugleich vollmundig im Geschmack. Er wird als ganzer Laib (Gesamthaltbarkeit 25 Tage) geliefert.

**Käsedirekt**



Mojette (50 % Fett i.Tr., 130 g, tierisches Lab) ist ein handgefertigter Käse aus der Käserei Beillevaire in Machecoul. Unter der mit *Geotrichium candidum* (Milchsimmel) bewachsenen Rinde verbirgt sich ein weich-fließendes, cremiges Inneres mit mild-würzigem Geschmack, der mit zunehmender Reife intensiver wird.

**Heiderbeck**



Bufala Bianca (mind. 64 % Fett i.Tr., 1,8 kg, mikrobielles Lab) der Marke Casa di Pietro ist ein handwerklich gefertigter Weickkäse aus pasteurisierter Büffelmilch. Er reift mindestens zwei Wochen und entwickelt dabei eine weiße Naturrinde, einen elfenbeinfarbenen, cremigen Teig und einen aromatisch-feinwürzigen Geschmack.

fegrad erreicht. Ein Zeichen dafür, dass ein Weickkäse über seinen optimalen Reifegrad hinaus ist, ist ein ammoniakalischer Geruch. In diesem Zustand wird der Käse zunehmend flüssig, verfärbt sich und ist nicht mehr genießbar.

In der Bedienungstheke findet sich eine große Auswahl unterschiedlicher Weickkäsetypen. Die Palette reicht von weiß bis rot und von mild bis äußerst würzig. Zahlreiche deutsche und internationale Sorten bereichern die Sortimente. Viele

Weickkäse stammen aus Mittel- und Westeuropa, da sie kühle Temperaturen und eine hohe Luftfeuchtigkeit benötigen, damit die Reifung optimal verläuft. Weickkäse aus südlichen Ländern wie Italien oder Spanien sind aufgrund der klimatischen Bedingungen nur selten und meist vereinzelt zu finden.

Umso mehr lässt sich das Sortiment durch lokale und regionale Weickkäseanbieter ergänzen. Handwerklich gefertigte Weickkäse mit Weißschimmel

oder gewaschener Rinde sowie Produkte aus Bio-Milch werten das Angebot in der Theke deutlich auf. Das Haus Bollheim in Zülpich, ein Demeter-Hof, stellt die beiden Bio-Weickkäse Roter Bollheimer und Weißer Bollheimer her. Der Bio-Weickkäse mit Weißschimmel Witte Deern stammt unter anderem von der Bauckhof-Käserei in Amelinghausen. Der Gröner Hof in Kerpen-Loogh produziert den Eifel Camembert natur sowie Varianten mit Kräutern, Bockshornklee und grünem Pfeffer. **us**

# ICH MAXX WÜRZIG.

*So wie du's maxxst.*



**DAS ORIGINAL  
FÜR IHRE KÄSETHEKE**



**DERSCHARFEMAXX.COM**

Rezeptkarten, Promotion-Goodies  
und mehr direkt über die Emmi  
Professionals App bestellen.



Jetzt scannen & App herunterladen!



## Was sagt der Gesetzgeber?

Innerhalb der Käsegruppe Weichkäse hat der Gesetzgeber Standardsorten festgelegt. Dazu zählen Brie, Camembert, Romadur, Limburger und Münster. Entsprechen Weichkäse den rechtlichen Bestimmungen hinsichtlich Herstellung, Beschaffenheit (Fettgehaltsstufe, Trockenmasse, Gewicht) sowie den Eigenschaften Aussehen, Geruch und Geschmack, genügt die Sortenbezeichnung auf dem Preisschild.

**Brie** ist ein flacher, großformatiger Weißschimmelkäse mit feiner, essbarer Rinde und hat seinen Ursprung in der Île-de-France. Er ist größer als Camembert, flach geformt und wiegt zwischen einem und drei Kilogramm. Die Rinde ist von einer dichten, weißen Schimmelflora bedeckt. Der Teig ist im jungen Stadium elastisch und mild und entwickelt mit zunehmender Reife ein vollmundiges, leicht nussiges Aroma. Aufgrund seiner Größe reift Brie langsamer als Camembert. In der Theke wird er häufig in Tortenstücke geschnitten angeboten. Brie wird sowohl aus pasteurisierter Milch als auch aus Rohmilch hergestellt. Brie de Meaux AOP trägt den EU-Herkunftsschutz.

**Camembert** ist der bekannteste Vertreter der Weißschimmel-Weichkäse. Ursprünglich aus der Normandie stammend, wird er heute weltweit hergestellt. Charakteristisch ist die weiße, samtige Rinde aus Edelschimmel. Gereift schmeckt er fruchtig bis leicht scharf und nussig. Geschmacklich reicht Camembert – je nach Reifegrad – von mild-milchig bis kräftig-würzig. Camembert de Normandie AOP genießt Herkunftsschutz, denn nur der in der Normandie aus Rohmilch hergestellte Weichkäse darf diese Herkunftsbezeichnung tragen. Heute wird Camembert in vielen Teilen Europas von großen wie auch kleineren Käsereien aus pasteurisierter Milch hergestellt.

Charakteristisch für den Weichkäse **Romadur**, der ursprünglich eigentlich aus Belgien stammt, ist seine gewaschene Rinde. Die orangefarbene Oberfläche entsteht durch regelmäßige Pflege mit Salzlake und Rotkulturen. Der Geruch dieser Standardsorte ist ausgeprägt, der Geschmack jedoch meist milder, als es



die Rinde vermuten lässt. Romadur eignet sich besonders für Kunden, die aromatische Käse schätzen. Limburger ist ebenso ein traditionsreicher Rotschmier-Weichkäse mit kräftigem Geruch und markantem Geschmack. In der Beratung an der Theke empfiehlt es sich, Kombinationen mit Brot und Bier vorzustellen. Heute werden beide Rothäute überwiegend in Bayern von den Käsereien St. Mang und Bauer hergestellt.

**Münster** stammt ursprünglich aus dem Elsass und wird ebenfalls mit Rotschmierkulturen gepflegt. Seine Rinde ist orangefarben, der Teig weich und geschmeidig. Im Vergleich zu Limburger wirkt Münster oft ausgewogener und weniger scharf, mit einer aromatischen, leicht würzigen Note. An der Theke lässt sich Münster gut über den Reifegrad differenzieren – von mild-aromatisch bis kräftig-würzig.

### Würth Biokäse & Feinkost



In der Theke fällt der französische Bio-Weichkäse Pointu affiné cendré fermier (mind. 40 % Fett i. Tr., ca. 1,2 kg, tierisches Lab) durch seine besondere Form auf. Der Ziegenkäse aus Rohmilch besitzt eine cremige Textur, die mit zunehmender Reife brüchiger wird. Seine feine grau-blaue Rinde ist mit Pflanzenasche ummantelt.

### Weidner Käse



Der Almbubi (mind. 50 % Fett i.Tr., 180 g, mikrobielles Lab) ist ein rotgeschmierter Weichkäse aus pasteurisierter Alpenmilch aus dem Allgäu. Er wird während der Reifezeit mit Rotkulturen behandelt und entwickelt einen pikant-würzigen Geschmack sowie eine cremige Textur. Darüber hinaus eignet er sich auch als Ofenkäse.

### Käserebellen



Seit Kalenderwoche sechs ist der Weiße Bärlauch Rebell (mind. 50 % Fett i.Tr., mikrobielles Lab) zurück. Der Weichkäse aus Bergbauern-Heumilch verströmt ein intensives Aroma von Bärlauch, begleitet von erdigen Noten wie Moos und einer sahnigen Frische. Lieferbar ist ein Karton mit einem 1,1-kg-Laib.

*Landana Holunderblüte & Grüner Spargel*

# FRÜHLING VERKAUFEN MIT BESONDEREN SAISONKÄSEN



*Landana, echte holländische Kaaskunst.*



Käseerei Champignon

## Raffinierte Weickkäse-Kreationen

Kreativ veredelte Weickkäsetorten sind echte Hingucker an der Käsetheke. Mit handwerklichem Know-how und guten Ideen werden individuelle Highlights für die Kunden geschaffen.

Mal größer und üppiger oder klein und fein: Selbst veredelte Käsekreationen aus Weickkäse begeistern an vielen Theken die Kundschaft. Weickkäse spielt bei diesen Tortenkreationen eine wichtige Rolle. Die Weickkäsetorten werden entweder

als Ganzes veredelt oder waagrecht aufgeschnitten und mit Frischkäse sowie Früchten, Gemüse oder Gewürzen gefüllt und ummantelt. Auch Konfitüren, Sahne, Nüsse und Schokolade kommen dabei zum Einsatz. Dem Einfallsreichtum sind dabei nahezu keine Grenzen gesetzt. Mit Torten-Kreationen aus Weickkäse lassen sich festliche, saisonale und auch persönliche Anlässe verbinden. Zudem generieren schmackhafte Käsekreationen eine hohe Wertschöpfung.

Die Käseerei Champignon bietet Broschüren mit interessanten Tortenkreationen aus Weickkäse an. Mittlerweile ist bereits die dritte Auflage mit dem Titel „Wir machen Lust auf Käse – Käsetorten für jeden Anlass“ erschienen. Sie enthält zahlreiche neue, kreative Ideen mit den Weickkäsen Fiorella di Tomino, Allgäuer Rahm Torte, Rougette Landkäse, Cambozola, Montagnolo und Grand Noir. Und wer glaubt, dass sich aus dem Rotkultur-Klassiker Limburger keine Torte entwickeln lässt, wird eines Besseren belehrt, auch für diese Spezialität wurde eine Käsekreation mit Apfelchips und Apfelmeerrettich entwickelt.

Sieben raffinierte Weickkäse-Kreationen sind in der Broschüre enthalten. Zu jeder Kreation gibt es ein Foto sowie eine Zutatenliste. Die Zubereitung ist detailliert beschrieben, ebenso die einzelnen Abläufe der Herstellung. Eine Kalkulation für die gesamte Torte, Preise pro Einzelstück sowie der erzielte Mehrumsatz pro Tortenstück sind ebenfalls rezeptbezogen aufgeführt. Da die Zubereitung dieser Kreationen einen gewissen Mehraufwand bedeutet, sind zudem die jeweilige Zubereitungszeit sowie die Nährwertangaben pro Tortenstück angegeben. Die Broschüre kann bei der Käseerei Champignon per E-Mail unter [info@lust-auf-kaese.de](mailto:info@lust-auf-kaese.de) bestellt werden.



Der Ziegenkäse Bettine No 3 (min. 50 % i. Tr., 500 g) schmeckt mild und frisch und ist besonders cremig mit einer zarten, essbaren Rinde. Dank seiner dreieckigen Form intensiviert sich sein Geschmack während der Reifung von außen nach innen. Er ist auch für Vegetarier geeignet, da er mit mikrobiellem Lab hergestellt wird.



Der Weickkäse Tiroler Bio Brie Chilibrecreme No. 16 (mind. 50 % Fett i. Tr., 1,25 kg, tierisches Lab) von den Milchbuben wird aus reiner Heumilch in Österreich hergestellt. Nach einer Reifezeit von 14 Tagen wird der Käse mit einer Chili-Frischkäsezubereitung sowie einer geschmackvollen Gewürzmischung gefüllt.



Der ÖMA Petit Trüffel (60 % Fett i. Tr., mikrobielles Lab) wird während der Herstellung mit Bio-Trüffelöl verfeinert. Diese Affinage verleiht dem mindestens 14 Tage gereiften Weickkäse aus Bioland-Milch einen edel-aromatischen Geschmack mit feiner Trüffelnote. Der Käse wiegt 330 Gramm und wird in einer Spandose aus Holz angeboten.

European Cheese Center

## Praxisnaher Einstieg

Das European Cheese Center (ECC) setzt gezielt Impulse für die Qualifizierung an der Käsetheke. Besonders im Fokus stehen zwei Formate, die den aktuellen Herausforderungen im Handel Rechnung tragen: das neue Seminar „Quereinsteiger“ sowie das Seminar „Basiswissen Käse“ rund um die Kompetenz an der Bedienungstheke. Fachpersonal ist zunehmend schwerer zu finden – viele Käse-Theken setzen daher auf engagierte Mitarbeiter ohne klassische Vorkenntnisse. Genau hier setzt das Seminar „Quereinsteiger“ an. Es richtet sich gezielt an Mitarbeiter ohne fachliche Vorkenntnisse. Es vermittelt verständlich aufbereitetes Fachwissen kombiniert mit praxisnahen Inhalten wie unter anderem die Grundlagen der Käsegruppen, Hygieneanforderungen, der richtige Umgang mit Messern, grundlegende Schnitttechniken, Warenpräsentation sowie Tipps für das erfolgreiche Kundengespräch.

Ergänzt wird das Angebot des ECC durch das Seminar „Basiswissen Käse“, das sich mit den gestiegenen Anforderungen an der Käse-Bedienungstheke befasst. Themen wie Milchtiere und ihre Milch, Käsefamilien, Käsepflege, Hygiene, Schneidewerkzeuge, professionelle Schneidetechniken sowie das fachgerechte Verpacken in Folie und Papier stehen hier im Mittelpunkt. Auch Fragen zum Umgang mit Rinde und Schimmel oder zur Teilung von Käseläiben werden praxisnah beantwortet. Beide Seminare kombinieren eine anschauliche Folienpräsentation mit umfangreichen praktischen Übungen. Ziel ist es, Sicherheit im Umgang mit Käse zu vermitteln, Werkzeuge korrekt einzusetzen und eine ansprechende Präsentation in der Theke souverän umzusetzen – für mehr Qualität, weniger Verlust und zufriedene Kunden. Informationen zu diesen und weiteren Seminaren sind im Netz unter [cheesecenter.de](http://cheesecenter.de) erhältlich.

Grüne Woche

## Regionales „Milchpicknick“

Ein Zeichen für die Vielfalt und Bedeutung regionaler Milchprodukte setzte das „Milchpicknick“ auf der Grünen Woche, die Ende Januar in Berlin stattfand. Dabei legte jedes der beteiligten Bundesländer den Fokus auf charakteristische Produkte. Für Hessen stand exemplarisch der Hessische Handkäse, Rheinland-Pfalz sowie das Saarland präsentierten rheinhessischen Spundekäs und Nordrhein-Westfalen den „Maria Reymer“-Käse nach Gouda-Art. Die gemeinsame Präsentation verdeutlichte, dass regionale Identität, Tradition und hochwertige Produkte wesentliche Bestandteile der Milchwirtschaft sind. Gleichzeitig zeigte sie aber auch, wie erfolgreich Zusammenarbeit über Landesgrenzen hinweg funktionieren kann. Denn die Landesvereinigungen kooperieren eng miteinander – ohne dabei die wichtige regionale Verwurzelung aus den Augen zu verlieren.

# Seiser Alm Käse



## Ein Hochgenuss aus Südtirol

Aus 100% Südtiroler Bergbauernmilch

Mit seinem cremigen, geschmeidigen Teig und feinen Schmelz zeigt der Seiser Alm Käse seinen Charakter. Ausdrucksstarkes Aroma, würzig und leicht pikant mit gerösteten Noten: Ein Hochgenuss aus den Bergen Südtirols, dessen komplexe Aromakomponenten in die alpine Genusswelt entführen.

Erleben Sie einzigartige Genussmomente – und das ganz vegetarisch!



**KÄSE AUS SÜDTIROL**

Erhältlich bei unseren Vertriebspartnern

# „UNKOMPLIZIERTE GENUSSKÄSE“

Die französische Marke Argental des Käsespezialisten Fromi ist für ihre Weickkäsesorten aus Kuh-, Schafs-, Ziegen- und Büffelmilch bekannt. Aktuell ergänzt die Neuheit Velours d'Argental die erfolgreiche Range.



Vincent Christophe besucht regelmäßig die kleine Gemeinde Argental und die Käsereien der Region Rhône-Alpes.

Vor etwas mehr als 40 Jahren startete der Käsespezialist Fromi mit der Marke Argental. Anfangs waren es lediglich zwei Weickkäse, heute umfasst die erfolgreiche Range rund dreißig verschiedene Käsesorten. Die **KÄSE-THEKE** sprach mit Vincent Christophe, Käsemeister und Geschäftsführer von Fromi, über die französische Marke.

## KÄSE-THEKE: Wie und wo entstand die Marke Argental?

**Vincent Christophe:** Die Marke Argental wurde 1985 von Fromi gegründet. Ihr Name geht auf Argental zurück, eine ehemalige Gemeinde im Massif du Pilat in der Region Rhône-Alpes in Frankreich. Xavier David, der Gründer von Fromi, kam dort erstmals mit einem lokalen Ziegenkäseproduzenten in Kontakt. Aus dieser Begegnung entwickelte sich eine Partnerschaft, die auf handwerklicher Herstellung und der Arbeit der Produzenten beruhte. Dies war die Geburtsstunde der Marke Argental, deren Sortiment sich anschließend rasch weiterentwickelte.

## Was macht die Weickkäse von Argental besonders?

Argental ist heute als Marke der vier Milcharten bekannt: Kuh-, Ziegen-, Schafs- und Büffelmilch. Diese Vielfalt ermöglicht ein breites Sortiment mit einer klaren gemeinsamen Linie: milde, cremige und zugängliche Käse. Es sind unkomplizierte Genusskäse mit hoher Akzeptanz bei allen Altersgruppen, die generationsübergreifend Freude bereiten.

## Was ist das Geheimnis der außergewöhnlichen Cremigkeit der Argental-Käse?

Die Cremigkeit beruht auf der Auswahl der Rezepturen und der Herstellungstechniken. Bei einigen Sorten wird die Milch mit Sahne angereichert, was für ein besonders zartes Mundgefühl sorgt. Andere Käse werden mittels Ultrafiltration\* hergestellt, die eine glatte Textur, eine feine Rinde und eine gleichbleibend hohe Qualität garantiert. Das Ergebnis sind cremige Käse mit konstanter Textur und gleichbleibendem Geschmacksprofil.

## Wodurch erhalten die Käsesorten der Linie „Rousses d'Argental“ ihre charakteristische orangefarbene Rinde?



Die Marke Argental feierte kürzlich ihren 40. Geburtstag. Mittlerweile umfasst die Range rund 30 Käsesorten.

Die orangefarbene Rinde entsteht durch Annatto, einen natürlichen Farbstoff pflanzlichen Ursprungs, der in der Käseherstellung verwendet wird. Diese feine Rinde ist zur unverkennbaren Signatur der Rousse-Linie geworden. Die Argental-Rousse-Reihe entstand 1994 aus einer Zusammenarbeit zwischen mir und dem Käsemeister Jean-Claude Guilloteau. Der erste Käse, der Brebrouse, wurde sehr intuitiv entwickelt – ganz im Vertrauen auf Geschmack und Käsevision, ohne vorherige Marktforschung.

**Welche Neuheiten oder Highlights des Argental-Sortiments erwarten die Leser der KÄSE-THEKE in diesem Jahr?**

Argental entwickelt sich kontinuierlich weiter. Kürzlich wurde das Sortiment um den Velours d'Argental erweitert – einen Weichkäse aus Kuhmilch mit geschmeidiger, cremiger Textur und einer Weißschimmelrinde. Sein Geschmack ist sehr mild, leicht säuerlich und ausgesprochen frisch. Das Holzband, das ihn umgibt, verleiht ihm zudem eine besondere Originalität für die Käsetheke. Im Frühjahr wird außerdem der Carré Triple Crème (Triple Crème über 75 % Fett i. Tr.) das Sortiment ergänzen. Darüber hinaus bietet Argental anlässlich des Markenjubiläums ein Merchandising-Konzept mit Aktions- und Werbematerialien an. Und für September bereiten wir noch eine kleine Überraschung vor – aber das bleibt vorerst geheim!

us

Seit der Gründung im Jahr 1969 steht der Käsespezialist Fromi mit Sitz in Kehl für ausgesuchte handwerkliche Käsesorten aus Europa. Dank der partnerschaftlichen Zusammenarbeit mit ausgewählten Produzenten und einer vorrangigen Herkunftsorientierung sieht sich das Familienunternehmen als Trendsetter und bietet ein breites Sortiment – von traditionellen Rohmilchkäsen bis zu innovativen Spezialitäten wie der Marke Argental. Fromi beliefert die Bedienungstheken des LEH, den Fachhandel sowie die Gastronomie.

\* Ultrafiltration: Membranverfahren, bei dem die Milch vor der Käseherstellung durch feine Filter geleitet wird, um Proteine und Fett zu konzentrieren. Diese Methode sichert eine gleichbleibend hohe Käsequalität und hat den Vorteil, dass die Nährstoffe erhalten bleiben und sich später im fertigen Käse wiederfinden.



**KÄSE REBELLEN**

**Bio Bockshornklee  
Rebell**

MIT BOCKSHORNKLEESAMEN VERFEINERT



www.kaeserebellen.com

aus Heumilch g.t.S.

**Pumuckl**



**Scheibenware  
10 Pack zu je 100 g  
im SB-Karton**



**PrePack Stücke  
8 Stück zu je 150 g  
im SB-Karton**

**NEU!  
Jetzt auch  
in Bio**

**Möhren + Käse = Köhse**

# WEICHKÄSE RICHTIG INSZENIEREN

Die Gruppe der Weichkäse zählt zu den anspruchsvollsten in der Theke. Für ihren Verkaufserfolg sind Frische, Präsentation und Beratung entscheidend.



Struktur im Weichkäsesegment schafft Orientierung für den Kunden. Im Gespräch mit der **KÄSE-THEKE** erzählt Käsesommelière und Globus-Teamleiterin Jenny Junker worauf es bei der Sortimentsgestaltung und Pflege von Weichkäse in der Theke ankommt.

**KÄSE-THEKE: Weichkäse in der Theke stehen für eine große Vielfalt. Was ist bei der Präsentation besonders zu beachten?**

**Jenny Junker:** Bei der Präsentation von Weichkäse in der Bedienungstheke ist besonders darauf zu achten, dass eine klare Struktur erkennbar ist. Die Blockbildung – also die sortenreine Trennung in Blau-, Rotkultur- und Weißschimmekäse – bietet dem Kunden Orientierung bei der Auswahl und sorgt zugleich für ein ruhiges, aufgeräumtes Erscheinungsbild. Die Käselaibe werden je nach Größe geteilt und mit der Schnittfläche nach vorne zum Kunden präsentiert. Die gewünschten Käseecken werden stets frisch vom Laib geschnitten. Bei der Bestückung der Theke ist darauf zu achten, dass kleinere Käsestücke im vorderen Bereich und größere Stücke weiter hinten platziert werden. Sind von einem Weichkäse mehrere Sorten vorhanden, werden diese gemeinsam präsentiert. Eine Ausnahme bilden Weichkäse aus Ziegen-, Schafs- und Büffelmilch: Hier empfiehlt sich eine separate Blockpräsentation nach Milchart.

**Welche Sorten sollten im Angebot keinesfalls fehlen?**

*Für Jenny Junker ist bei der Präsentation von Weichkäse in der Theke eine klare Struktur besonders wichtig.*

Französischer Brie und Camembert – sowohl aus pasteurisierter als auch aus Rohmilch –, Weinbergkäse sowie gewürzte Weichkäsesorten mit Pfeffer, Knoblauch oder Trüffel sollten in einer gut sortierten Weichkäsetheke nicht fehlen. Darüber hinaus ergänzen Weichkäse aus Ziegen-, Schafs- und Büffelmilch sowie die Klassiker Munster und Époisses das Sortiment. Zu einem repräsentativen Angebot gehören außerdem Blauschimmel-Weichkäse, insbesondere nenne ich hier auch die Edelpilzkäse Roquefort und Blue Stilton.

**Wie werden die Schnittflächen der Weichkäse vor dem Austrocknen geschützt?**

Die Schnittflächen sollten stets fest mit einer lebensmittelechten Folie verschlossen und glattgestrichen sein. Nach jedem Schneidevorgang wird der Käse erneut frisch foliert, um Qualität und Frische zu bewahren.

## ★ WEICHKÄSE ★

**Weichkäse haben eine vergleichsweise kurze Restlaufzeit. Worauf ist hierbei besonders zu achten?**

Eine tägliche Warenkontrolle ist unerlässlich. Dazu zählen die Prüfung der Schnittflächen, das konsequente Im-Blick-Behalten der Mindesthaltbarkeit (MHD)-Restlaufzeiten zur Vermeidung von Abschriften sowie das Vorscheiden kleiner Mengen. Um niedrige Warenbestände zu vermeiden, sollte der Warenbezug stets dem tatsächlichen Abverkauf angepasst werden.

**Wird Weichkäse auch über die Prepacking-Theke verkauft? Was ist beim Vorbereiten zu beachten?**

Weichkäse wird bei uns auch erfolgreich über die Prepacking-Theke verkauft. Der umsatzstärkste Artikel in diesem Segment ist ein französischer Brie aus pasteurisierter Milch, den wir nahezu ausschließlich vorkonfektioniert anbieten. Dafür nutzen wir eine

separate Verpackungsmaschine, welche die portionierten Käse hygienisch verpackt und gleichzeitig das Verkaufsetikett erstellt. Besonders empfindliche Sorten wie Crèmeux de Bourgogne werden auf Trays in Holzoptik gelegt und anschließend foliert.

**Viele Hersteller bieten inzwischen kleine Packungsgrößen für Weichkäse an, die sich gut für eine Präsentation in der Prepacking-Theke eignen. Ist es sinnvoll, Weichkäse zugunsten einer größeren Auswahl an Hart- und Schnittkäse aus der Bedienungstheke zu nehmen und in der offenen SB-Theke anzubieten?**

Wir bieten unseren Kunden bereits heute eine große Auswahl an vorkonfektionierten Weichkäseprodukten an. Dennoch halten wir es für sinnvoll, auch weiterhin eine kleine, aber feine Auswahl an Weichkäse in der Bedienungstheke vorzuhalten. Weichkäse rundet das Sortiment ab, ist fester Bestandteil unseres Plattenservices und lässt sich aktiv empfehlen und verkosten.

ten. Auch hier gilt: „Frisch vom Laib oder von der Weichkäsetorte“ schmeckt einfach besser. Nicht zuletzt gibt es Kunden mit unterschiedlichen Bedürfnissen: Während die einen aus Zeitgründen Prepacking bevorzugen, legen andere großen Wert auf persönliche Beratung und fachliche Kompetenz an der Käsetheke. **us**

Für Jenny Junker, Käse-Sommelière und Teamleiterin Käse/Fisch bei Globus, ist Käse weit mehr als ein Beruf – er ist ihre Passion. Ihre Begeisterung endet nicht an der Theke, Käse ist für sie ein Hobby. Seit 15 Jahren arbeitet sie im Käseverkauf, absolvierte 2015 die Ausbildung zur Fromelière und acht Jahre später zur Käsesommelière. Sie ist Jurorin bei internationalen Käsewettbewerben, aktives Mitglied bei Caseus International und seit 2024 Teamleiterin im Globus Handelshof St. Wendel in Wächtersbach.

ANZEIGE

# Velours D'ARGENTAL

**New!**

- Neuer milder, cremiger Weichkäse mit feiner Rinde
- Ausgewogen und frisch im Geschmack
- Holzband-Optik für starke Präsenz in der Theke und breite Zielgruppe



Prepacking-Etiketten mitgeliefert



Ca. 4 kg



# KÄSE AUS WEIDEMILCH

Mitten auf dem Polder in Nordholland entstehen die Premium-Käse von Beemster – geprägt von Tradition, Tierwohl und Nachhaltigkeit.

Vor über 400 Jahren dem Wasser abgerungen, in typischer Landwirtschaftsarchitektur und eingebettet zwischen Nordsee und IJsselmeer, liegt der Beemster-Polder im Herzen der Provinz Nordholland. Auf seinen üppigen, mineralreichen Lehmböden grasen Kühe auf den Weiden – die Grundlage für eine besonders gehaltvolle Weidemilch. In der Beemster-Käserei von Cono Kaasmakers wird daraus hochwertiger Beemster-Käse hergestellt.

Beemster-Käse wird konsequent aus Weidemilch produziert. Die Kühe der rund 400 familiengeführten Genossenschaftsbetriebe verbringen bis zu 185 Tage im Jahr jeweils mehr als zehn

Stunden täglich auf den saftigen Weiden Nordhollands. Das ist deutlich mehr als die gängigen Standards von 120 Tagen, mit jeweils sechs Stunden vorsehen. Im vergangenen Jahr kamen über 1.900 Weidestunden pro Kuh zusammen sowie zehn zusätzliche Weidestunden gegenüber 2024. Diese Freiheit ermöglicht den Kühen ein natürliches Verhalten, fördert die Tiergesundheit und wirkt sich unmittelbar positiv auf die Milchqualität aus.

Im Käse bildet die Weidemilch die Basis für seine charakteristische Cremigkeit, milde Süße und aromatische Tiefe. „Von der Weide bis zum Käse – alles aus einer Region“ ist bei Beemster gelebte

Überzeugung. Der Weidegang ist mehr als ein Siegel, er ist Teil der Identität. „Unsere Landwirte zeigen jedes Jahr aufs Neue, dass Tierwohl, Regionalität und Spitzenqualität untrennbar verbunden sind. Die starken Weidegangzahlen sind ein Qualitätsversprechen an unsere Konsumenten“, betont Jan Roelofs, Managing Director Deutschland und International.

## Hohe Tierwohlstandards

Die Kühe werden ohne gentechnisch veränderte Futtermittel gefüttert. Alle Milchbetriebe wirtschaften nach einheitlich hohen Tierwohlstandards. In den Laufställen stehen den Tieren rotierende Massagebürsten zur Verfügung, die sie selbstständig nutzen können. Da Kühe beim Wiederkauen und Ausruhen einen angenehmen Untergrund bevorzugen, sind die hellen und offen gestalteten Ställe zudem mit weichen Liegeflächen ausgestattet.



Seit 2008 honoriert die holländische Traditionskäseerei mit dem Caring-Dairy-Programm ökologische, soziale und wirtschaftliche Leistungen der Höfe. Klima, Tierschutz, Biodiversität sowie die Rolle der Milchbauern in der Gesellschaft stehen im Fokus dieses Nachhaltigkeitsprogramms. Ein gestuftes Prämiensystem belohnt messbare Fortschritte in den Bereichen „Happy Cows, Happy Farmers, Happy Planet“ und fördert eine kontinuierliche Verbesserung der Prozesse. Jeder Milchlieferant kann aus einem internen Schulungsangebot individuell Maßnahmen in den Bereichen Tierwohl,

Umwelt und Wirtschaftlichkeit wählen und gezielt umsetzen. Regelmäßig nehmen die Landwirte gemeinsam mit Kollegen an Expertenkursen teil. Das System ist in Stufen gegliedert, die jeweils eigene Vergütungswerte haben. So können die Beemster-Bauern ihre Nachhaltigkeitsziele Schritt für Schritt erreichen. Betriebe, die bereits gute Leistungen erbringen, profitieren durch das abgestufte System von höheren Milchprämien.

### Handwerk trifft Moderne

In der Beemster-Käserei verbinden sich Tradition und Innovation. Der Käsebruch in den großen Wannen wird noch heute von Hand gerührt. Moderne Technik unterstützt die Arbeit, ersetzt jedoch nicht

das Können der Käsemeister. Täglich entscheiden sie mit Fachwissen, geschultem Blick und großer Sorgfalt über Reifegrad, Textur und Aroma der auf massiven Fichtenholzbrettern gereiften Beemster-Käse. Jeder Laib wird regelmäßig gewendet und kontrolliert. Die Käse bekommen viel Zeit, reifen gleichmäßig unter kontrollierten Temperaturen und entwickeln dabei ihre typischen Aromen sowie charakteristischen Geschmacksprofile.

### Von der Kuh bis zum Käse

Der neue sechsstufige Flyer „Beemster macht Kühe glücklich“ erklärt anschaulich die Nachhaltigkeitsstrategien der Traditionskäseerei. Weidegang, Tierwohl und Caring Dairy stehen unter anderem im Fokus und werden verständlich dargestellt. Für das Beratungsgespräch an der Theke ist er eine wertvolle Unterstützung. Der Prospekt kann direkt bei Beemster oder über den Beemster-Außendienst angefordert werden.



### Beemster Pikant – aromatischer Gouda

Der Noord-Hollandse Gouda Beemster Pikant (48 % Fett i. Tr.) ist ein charaktervoller Schnittkäse mit geschützter Ursprungsbezeichnung (g. U.), erkennbar am rot-gelben EU-Siegel. Aus hochwertiger Weidemilch und mit mikrobiellem Lab hergestellt, reifen die Käselaike rund vier Monate auf natürlichen, massiven Fichtenholzbrettern in Nordholland. Die lange Reifezeit verleiht ihm seinen vollmundigen, runden Geschmack sowie eine cremige, geschmeidige Konsistenz. Beemster Pikant ist bereits am deutlich ausgeprägten Duft zu erkennen.



Beeenster

## Weideglück für die Haut

Beeenster startet im Frühjahr 2026 eine Aktion an der Käsebedienungstheke. Von Kalenderwoche sieben bis elf erhalten Kunden beim Kauf von Beeenster-Premium-Gouda eine handgefertigte Kuhmilchseife gratis. Die Aktion „Weideglück für Haut und Gaumen“ verknüpft den Käsegenuss mit den Themen Tierwohl, Herkunft und Nachhaltigkeit. Grundlage ist die Milch aus dem nordholländischen Polderland, die sowohl für den Käse als auch für die Seife verwendet wird. Die Seife besteht aus natürlichen Inhaltsstoffen, enthält einen Bio-Öl-Anteil von 90 Prozent, ist mikroplastikfrei und in vier Duftvarianten erhältlich. Begleitet wird die Zugabeaktion durch PoS-Materialien wie Aufsteller und Verbraucherflyer. Erhältlich sind die Aktionsmaterialien über den Beeenster-Außendienst, die Beeenster-Cheese-Club-App oder via E-Mail an [info@beenster.de](mailto:info@beenster.de)

ANZEIGE



Sortenorganisation Appenzeller Käse

## Promotion für die Appenzellerin

In den Monaten März und April 2026 setzt Appenzeller Käse die mild fruchtige Appenzellerin mit einer nationalen Thekenpromotion ins Rampenlicht.

Attraktives Aktionsmaterial sorgt sowohl an der Bedienung- als auch an der Prepackaging-Theke für Aufmerksamkeit. Das Werbemittelpaket umfasst ein Thekendisplay mit 50 Rezeptkarten, einen Thekeninfolyer sowie 60 Prepackaging-Etiketten für vorportionierte Stücke. Es ist gratis bei der Switzerland Cheese Marketing zu bestellen ([info@schweizerkaese.de](mailto:info@schweizerkaese.de)). Begleitend zur Thekenpromotion wird die Appenzellerin im Rahmen einer reichweitenstarken, crossmedialen Kampagne prominent in Szene gesetzt. In zwei Wellen laufen TV-Spots auf den meistgesehenen Sendern Deutschlands.



Emmentaler Switzerland

## Kontaktgrills zu gewinnen

Im März und April 2026 ist der Schweizer Emmentaler AOP an deutschen Käsebedienungstheken wieder mit aufmerksamkeitsstarken Werbemitteln präsent. Bei einer Aktion können Verbraucher drei Premium-Kontaktgrills im Wert von je etwa 330 Euro gewinnen. Auch das teilnehmende Fachpersonal kann profitieren: Bei der Aktion für die Theke wird ein Premium-Kontaktgrill verlost. Sowohl Verbraucher als auch Thekenpersonal können über QR-Codes auf den Werbemitteln oder direkt auf [schweizerkaese.de](http://schweizerkaese.de) mitmachen. Teilnahmechluss ist der 15. Mai 2026. Der Handel kann das Gratis-Werbemittelpaket bei der Switzerland Cheese Marketing ordern ([info@schweizerkaese.de](mailto:info@schweizerkaese.de)).

Thise Mejeri

## Materialien für dänischen Käse

Die Molkerei Thise aus dem Nordwesten Dänemarks stellt neue, kostenlose Materialien für den Point of Sale zur Verfügung: Holzdummyes, Prepackaging-Sticker, Pappaufsteller und Holzboxen mit Rezepten zum Mitnehmen sollen Verbrauchern sowohl die Bio-Käse der Molkerei als auch die Themen Klimaschutz und Genuss mit hoher Qualität nahebringen. Bei Interesse können die Materialien bei Vertriebsmitarbeiter Niklas Dudek ([nid@thise.dk](mailto:nid@thise.dk)) angefordert werden.





Arge Heumilch

## Frühjahrskampagne

Die Frühjahrskampagne der Arge Heumilch mit dem Claim „Heumilch-Käse: Nachhaltige Qualität mit Muh und Siegel“ rückt Käsespezialitäten und Nachhaltigkeit in den Fokus. Mit breit angelegten Werbemaßnahmen informiert sie über die Vorzüge der ursprünglichsten Form der Milcherzeugung. Im Mittelpunkt stehen junge Heumilchbauern, die mit authentischen Bildern Einblicke in ihre Arbeit geben. Die Kampagne startet im März und ist in Bayern und Baden-Württemberg sowie in den Metropolen Köln, Düsseldorf, Hamburg und Hannover präsent. Im Fokus stehen Printmedien in nationalen Magazinen und regionalen Tageszeitungen, Online-Banner, Streaming-TV und Social-Media-Ads. Im öf-

fentlichen Raum setzt die Arge Heumilch auf aufmerksamkeitsstarke Out-of-Home-Maßnahmen: Infoscreens an Bahnhöfen und U-Bahn-Stationen, Citylight-Säulen in zentralen Innenstadtlagen sowie großflächige Screens in München und Düsseldorf. Ergänzt wird der Auftritt durch gebrandete Straßenbahnen in Köln und Stuttgart. Zusätzlich wird die Kampagne in Premiumkinos gezeigt. Darüber hinaus finden Verkostungsaktionen mit der Heumilch-Alm im deutschen Lebensmittelhandel statt. Abgerundet wird die Kampagne mit einem Gewinnspiel, bei dem drei Airfryer verlost werden. Mitmachen ist bis zum 31. Mai 2026 auf [heumilch.com/gewinnspiel](http://heumilch.com/gewinnspiel) möglich.

ANZEIGE

# Neues aus dem ODENWÄLDER KÄSEKELLER



## Wolf's Sommelier Käse im Prepacking!

Wolf's Sommelier Feigenkäse und viele andere raffinierte Käsespezialitäten sind ab sofort auch im individuellen Prepacking erhältlich.

Die Stücke werden zugeschnitten, luftdicht verpackt und sind mit den individuell gestalteten Etiketten ideal für die Prepacking-Theke. Premiumqualität in perfekter Optik mit vollem Geschmack, auch als Service für Handel und Industrie.

Jetzt ordern und frische Impulse für Ihre Theke setzen!

Odenwälder Käsekeller –  
Handwerk Genuss Flexibilität



[kaese-wolf.de](http://kaese-wolf.de)



[tiho.net](http://tiho.net)



[odw-kaesekeller.de](http://odw-kaesekeller.de)

# „FORMAGGIO CON PASSIONE“, GEREIFT WIE EIN GUTER WEIN

Die Geschichte von Prima Donna begann mit einer Reise nach Italien. Dort ließ sich unsere niederländische Käsemeisterin von der Leidenschaft und dem Lebensgefühl der italienischen Küche inspirieren. Sie brachte die Idee mit nach Hause, die beiden Welten zu vereinen: Niederländische Käsetradition mit italienischem Temperament.

Prima Donna maturo, mit dem roten Etikett, ist ein vollmundiger, würziger Käse mit nussigem Geschmack, subtilen Karamellnoten und funkelnden Reife-Kristallen. Der Käsemeister achtet nicht nur auf eine perfekte Reifung und einen einzigartigen Geschmack, sondern auch auf die ideale Konsistenz: brüchig und dennoch leicht zu schneiden. Ideal für Käseliebhaber, die einen unverwechselbaren, raffinierten Geschmack schätzen und la Dolce Vita genießen. Prima Donna maturo eignet sich besonders gut für Käseplatten und Salate.

Prima Donna maturo | 45% Fett. I. Tr.  
Ganze Laib ca. 12 kg | Vorverpackt 10 x 180 gr



## ★ AKTIONEN ★



Beemster

### „Leichte“ PoS-Materialien

Beemster rückt zum Jahresbeginn seine beiden Lite-Sorten Beemster Mild sowie Beemster Pikant in den Fokus und unterstützt den Handel mit neuen Thekenaufstellern und Wobblern für Regal, Bedienungstheke und Cabrio-Truhe. Bestellbar ist die Aktion über den Beemster-Außendienst, die Beemster-Cheese-Club-App oder über eine E-Mail an [info@beemster.de](mailto:info@beemster.de).



Weidner Käse

### Aktions-Etiketten

Der Hochalp Liebeskäse erhält neue Preepacking-Etiketten. Für Aktionszeiträume wie Valentins- oder Muttertag wird der Allgäuer Heumilchkäse künftig mit thematisch abgestimmten Sonderetiketten ausgeliefert. Im Tagesgeschäft setzt der Käsegroßhändler auf das dauerhaft eingesetzte Design „I love Käse und dich“.



Bergader Privatkäseerei

### Neue Genussbotschafterin

Die deutsche Biathletin Marlene Fichtner ist neue Genussbotschafterin der Marke Bergader. „Marlene passt hervorragend zu Bergader. Sie ist in der Region verwurzelt, authentisch und steht für die gleichen Werte, die auch wir als Marke leben: Qualität, Natürlichkeit und Bodenständigkeit“, sagt Geschäftsinhaber Felix Kress über die 22-jährige Ruhpoldingerin.

Fromi

## Einzigartige Auswahl

Fromi hat seine Kataloge für das Jahr 2026 veröffentlicht. Der Hauptkatalog „La Cave à Fromages“ vereint etablierte Eigenmarken, exklusive Partnerprodukte sowie vom Fromi-Käsemeister entwickelte Spezialitäten. Zu den bekannten Bestseller-Marken zählen Argental, Jurassic, Affinage d'Excellence, Grès, Barbichette, Gutshöfer, Mon Sire und Cremoso. Ergänzt wird das Sortiment durch ausgewählte Käse renommierter Hersteller und Marken. Der Katalog umfasst auch ein Bio-Sortiment sowie Butter, Sahne, Frischkäse und Joghurt. Neu ist eine Auswahl für den Außer-Haus-Markt, darunter fertig zusammengestellte Käseplatten. Mit dem Katalog „Unique-Sélection des Crémiers“ integriert Fromi in diesem Jahr die Linie Unique. Sie entstand aus persönlichen Begegnungen mit engagierten Handwerkern und



vereint seltene Käsespezialitäten. Ergänzt wird die Kollektion durch La Sélection des Crémiers, ein exklusives Sortiment aus allen Regionen Frankreichs und Europas. Die Kataloge 2026 sind kostenlos über den Fromi-Außendienst oder unter [fromi.com/](http://fromi.com/) anzufordern.



Le Gruyère AOP

## Aktuelle Theken-Promotion

In den Monaten Januar und Februar steht der Le Gruyère AOP an den Käsetheken im Mittelpunkt. Auf die Verbraucher warten bei der Gewinnaktion drei hochwertige Schweizer Topf-Sets von Swiss Diamond im Wert von etwa 650 Euro. Das Set besteht aus zwei diamantverstärkt beschichteten Edelstahl-Töpfen sowie einer großen Pfanne – jeweils mit Glasdeckel. Für das Thekenpersonal gibt es ein separates Gewinnspiel, bei dem die Chance auf ein weiteres Topf-Set besteht. Der Handel kann das Gratis-Werbemittelpaket bei der Switzerland Cheese Marketing ordern



([info@schweizerkaese.de](mailto:info@schweizerkaese.de)). Es beinhaltet unter anderem ein Thekendisplay, 50 Gewinnkarten und 36 Aktions-Etiketten. Eine Teilnahme am Gewinnspiel ist auch über die Website [schweizerkaese.de](http://schweizerkaese.de) möglich. Teilnahmeschluss ist der 15. März 2026.

Sortenorganisation  
Tilsiter Switzerland

## Kaffeevollautomaten gewinnen

Im Februar und März 2026 macht eine Thekenpromotion neugierig auf den Swizzrocker, den schmackhaft kraftvollen Käse aus der Nordostschweiz. Bei einem Gewinnspiel können sich Verbraucher einen Schweizer Premium-Kaffeevollautomaten von Jura im Wert von etwa 800 Euro sichern. Die Thekenfachkräfte haben bei einer Extra-Aktion die Chance auf fünf Laibe Swizzrocker. Das Gratis-Werbemittelpaket kann bei der Switzerland Cheese Marketing bestellt werden ([info@schweizerkaese.de](mailto:info@schweizerkaese.de)): Es beinhaltet einen Aktions-Dachaufsteller für die Käsetheke, einen Gewinnflyer für die Theke sowie 18 Aktions-Etiketten für die vorverpackte Ware. Die Teilnahme am Gewinnspiel ist möglich über QR-Codes auf den Werbemitteln sowie auf [schweizerkaese.de](http://schweizerkaese.de). Teilnahmeschluss ist jeweils der 15. April 2026.



ANZEIGE

## MONTI PORCINI

Cremig, würzig & tief verwurzelt.

Ein Stück Schweizer Käsekunst: der Rahmschnittkäse Monti Porcini verbindet cremige Textur mit 2% edlen Steinpilzen. Sorgfältig hergestellt, aromatisch gereift und voll im Geschmack.

- von Natur aus laktosefrei
- aus thermisierter Heumilch





*Amoroso blu steht weiterhin für bayerische Handwerkstradition aus der Bergader Privatkäserei – hergestellt mit viel Erfahrung und Leidenschaft.*

# BLAUKÄSE IM NEUEN GEWAND

Mit Amorosoblu setzt Bergader einen Thekenklassiker neu in Szene. Ab März 2026 zeigt sich der vollmundig-cremige Blaukäse mit edlem Design und einem hochwertigem Verpackungsauftritt und sorgt für eine unverwechselbare Präsenz in der Bedienungstheke.

**K**äseliebhabern ist der Blaukäse als Bavaria blu der Würzige bekannt. Künftig trägt der vollmundig-cremige Klassiker den Namen Amorosoblu. Der neue Name ist vom italienischen Wort amoroso für „liebvoll“ oder „zärtlich“ inspiriert und passt hervorragend zu dem vollmundig und cremigen Blaukäse mit süßlicher Note im Abgang. Dabei bleibt die bewährte Rezeptur erhalten: Amorosoblu steht weiterhin für bayerische Handwerkstradition aus der Bergader Privatkäserei – hergestellt mit viel Erfahrung und Leidenschaft für Käse.

Der ausdrucksstarke Marken- und Verpackungsauftritt ist gezielt auf die Bedürfnisse der Käsetheke abgestimmt. Darüber hinaus erleichtern neu angeordnete Schnittmar-

ken das portionsgerechte Schneiden. Auch optisch setzt Amorosoblu klare Akzente: Das hochwertige Design spricht Thekenkunden emotional an, schafft Orientierung und lädt zum Probieren ein.

Für Käseliebhaber wird der Unterschied zum Bavaria blu Das Original jetzt noch deutlicher: Während Bavaria blu Das Original als cremiger, schnittfester Weichkäse mit Weiß- und Blauschimmel für seinen feinwürzigen Geschmack geschätzt wird, überzeugt Amorosoblu mit einer vollmundig-cremigen Blaukäsenote, die mit zunehmender Reife an Intensität gewinnt.

Mit Amorosoblu erhalten Thekenkräfte einen bewährten Blauschimmelkäse in zeitgemäßer Form – verkaufstark, handwerklich geprägt und auf die Anforderungen der Bedienungstheke zugeschnitten. Denn er eignet sich hervorragend für die aktive Beratung: pur auf dem Käseteller, als Begleiter zu Birnen, Nüssen oder Feigensenf oder als cremiger Akzent in der warmen Küche.

ng



*Im neuen Outfit präsentiert sich der Amorosoblu von Bergader.*

### Die Käsemacher

**Produktname:**  
Peppersweet gefüllt  
mit Frischkäse  
– American BBQ  
**Käsegruppe:** Frischkäse  
**Herkunft:** Österreich  
**Fettgehalt:** mind. 45 % i.Tr.  
**Lab:** mikrobiell  
**Gewicht:** 140 g



Die Käsemacher präsentieren mit ihrem neuen Produkt „Peppersweet gefüllt mit feinstem Frischkäse – American BBQ“ einen Snack, der hervorragend zur kommenden Fußball-Weltmeisterschaft passt. Die knackigen roten Kirschaprika mit cremiger Frischkäsefüllung und angenehm rauchigem Grillaroma sind in Rapsöl eingelegt.

### Güntensperger

**Produktname:**  
Monti Porcini  
**Käsegruppe:** Schnittkäse  
**Herkunft:** Schweiz  
**Fettgehalt:** 56 % i.Tr.  
**Lab:** mikrobiell  
**Gewicht:** ca. 6,5 kg



Der neue Schnittkäse Monti Porcini aus der Schweiz verbindet traditionelles Käsehandwerk mit dem aromatischen Charakter edler Steinpilze. Der Rahmkäse wird mit zwei Prozent echten Steinpilzen verfeinert und mindestens 60 Tage gereift. Neben seinem vollmundigen und feiwürzigen Geschmack sticht seine typische Pilznote hervor.

### Ruwisch & Zuck/Käsespezialisten Süd

**Produktname:**  
Leineperle  
Kichererbsencreme  
**Käsegruppe:** -  
**Herkunft:** Deutschland  
**Fettgehalt:** -  
**Lab:** -  
**Gewicht:** 1 kg



Die Creme aus Kichererbsen und Frischkäse stammt von Leineperle aus Niedersachsen. Sie besitzt kleine Stückchen und wird mit Kräutern verfeinert. Lecker ist sie als Brotaufstrich und als Dip. Sie ist für Vegetarier geeignet.

### Ruwisch & Zuck/Käsespezialisten Süd

**Produktname:**  
Leineperle Dip  
FRK/Gewürz  
**Käsegruppe:** Frischkäse  
**Herkunft:** Deutschland  
**Fettgehalt:** -  
**Lab:** -  
**Gewicht:** 1 kg



Bei diesem Leineperle Dip trifft cremiger Frischkäse auf würziges BBQ-Aroma. Er schmeckt besonders vollmundig, mit einer feinen Grillnote. Auch Vegetarier können ihn als Dip oder Brotaufstrich genießen.

ANZEIGE

Die handgeschöpften  
**CAMEMBERTS**



- ÜBER 110 JAHRE  
CAMEMBERT KUNST -



Jetzt  
Sortiment  
entdecken!



FROMI



# GENUSS MIT CHARAKTER

Der neue Seiser Alm Käse von Mila – Bergmilch Südtirol zeichnet sich durch seine alpine Herkunft sowie seinen charakteristischen Geschmack aus.

Die Genossenschaft Mila – Bergmilch Südtirol steht seit vielen Jahren für charakterstarke Hart- und Schnittkäse aus regionaler Milch. Mit dem neuen Seiser Alm Käse erweitert sie ihr Portfolio um einen weiteren aromatischen Schnittkäse. Er wird aus hundert Prozent Südtiroler Bergmilch hergestellt und überzeugt mit einem fein würzigen, leicht pikanten Geschmack, begleitet von dezenten gerösteten Noten. Die Namensgebung folgt einer bewährten Linie: Wie Alta Badia, Dolomit, Ortler oder Pustertaler trägt auch der neue Käse den Namen seiner Region auf dem Etikett.

Namensgeber ist die Seiser Alm – mit 56 Quadratkilometern die größte Hochalm Europas, eingebettet in die Dolomiten nordöstlich von Bozen. Die sonnige Lage,

die beeindruckende Natur sowie die Panoramen auf das Naturschutzgebiet Schlern und die Gebirgskette Langkofel prägen ihren Charakter. Genau diesen kraftvollen, authentischen und zugleich harmonischen Ausdruck spiegelt der neue Käse wider.

„Alle unsere Käse tragen die Namen Südtiroler Berge und Täler – sie stehen für Herkunft, Tradition und exzellente Käsekunst“, sagt Karin Brugger, Produktmanagerin Käse bei Mila – Bergmilch Südtirol. „Mit dem Seiser Alm Käse führen wir diesen Weg konsequent weiter. Die Seiser Alm ist die höchste und größte Hochalm Europas, ein charakteristischer Ort im Herzen Südtirols, und ist damit der perfekte Namensgeber. Der Käse selbst hat ähnliche Charakterzüge wie die Sei-

Der Seiser Alm Käse ist ein Schnittkäse mit einem Fettgehalt von 50 Prozent in der Trockenmasse. Er ist natürlicherweise laktosefrei (< 0,1 g Laktose/100 g) und aufgrund des typischen Herstellungsprozess auch für Vegetarier geeignet, denn er wird mit mikrobiellem Lab hergestellt. Als Neun-Kilo-Laib ist er für die Theke erhältlich, ebenso als 4,5 Kilogramm sowie als 150-Gramm-Portion für die Prepacking-Theke. Zur Einführung gibt es für die Kunden einen Falt-Flyer mit Produktinformationen sowie Rezepten. Darüber hinaus sind Prepacking-Etiketten sowie Probierpicker für die Theke erhältlich.

ser Alm. Er ist charakterstark, kräftig und würzig im Geschmack und zugleich sehr cremig. Mit seiner viermonatigen Reife schließt der Seiser Alm Käse außerdem die Lücke zwischen unserem Stilfser Käse g.U., der mindestens zwei Monate reift, und unserem Alta Badia Käse, der mindestens fünf Monate gereift ist, somit ergänzt er unser Sortiment perfekt.“

Die Basis für diese Qualität liefern rund 2.100 Bergbauernfamilien. Auf meist kleinen Höfen mit durchschnittlich 14 Kühen pro Stall, oft auf über 1.000 Meter Meereshöhe, bewirtschaften sie Wiesen und Almen mit großer Sorgfalt. Die frische Milch wird täglich – auch aus entlegenen Gebieten – abgeholt und zeitnah verarbeitet: in Bozen zu Joghurt, Milch, Sahne und Butter, in Bruneck zu Schnitt- und Hartkäsesorten sowie Skyr und Mascarpone. So sichern die Bauern nicht nur Spitzenqualität, sondern auch den Erhalt der alpinen Kulturlandschaft und die bäuerliche Tradition.

us

**Ruwisch & Zuck/Käsespezialisten Süd**

**Produktname:**  
Leineperle  
Dattel-Dip süß  
**Käsegruppe:** Frischkäse  
**Herkunft:** Deutschland  
**Fettgehalt:** -  
**Lab:** tierisch  
**Gewicht:** 1 kg



Von Leineperle in Niedersachsen stammt der Dattel-Dip süß mit Frischkäse. Der cremige Dip besitzt die natürliche Süße sonnengereifter Datteln. Mit seinem süßen Geschmack eignet er sich sowohl als Brotaufstrich als auch als Dip für Rohkost. Da er mit tierischem Lab hergestellt wird, ist er für Vegetarier nicht geeignet.

**Ruwisch & Zuck/Käsespezialisten Süd**

**Produktname:**  
Burrata geräuchert  
**Käsegruppe:**  
Pasta-filata-Käse  
**Herkunft:** Italien  
**Fettgehalt:** 62 % i.Tr.  
**Lab:** mikrobiell  
**Gewicht:** 200 g



Aus der Käserei Murgella in der süditalienischen Region Apulien stammt die geräucherte Burrata. Der mit Sahne und Mozzarella-Stückchen gefüllte Pasta Filata Käse ist besonders cremig im Geschmack. Eine Packung (200 g) enthält zwei Burrata-Käse. Eine Liefereinheit umfasst fünf Packungen.

**Hamburger Käselager**

**Produktname:**  
Bio Backensholzer  
Deichkäse Cremig-Würzig  
**Käsegruppe:** Schnittkäse  
**Herkunft:** Deutschland  
**Fettgehalt:** mind. 52 % i.Tr.  
**Lab:** tierisch  
**Gewicht:** 4 kg



Der Gut von Holstein Bio Backensholzer Deichkäse Cremig-Würzig wird aus Rohmilch hergestellt. Die Zugabe von frischer Sahne verleiht ihm eine cremige Textur und einen leicht erhöhten Fettgehalt. Seit Anfang dieses Jahres ist er auch als 140-g-Stück erhältlich.

**Hamburger Käselager**

**Produktname:**  
Bio Frecher Friese  
**Käsegruppe:** Schnittkäse  
**Herkunft:** Deutschland  
**Fettgehalt:** mind. 50 % i.Tr.  
**Lab:** mikrobiell  
**Gewicht:** 500 g



Der Gut von Holstein Bio Frecher Friese wird von der Pellwormer Inselkäserei hergestellt. Der handliche Schnittkäse mit der dunklen Rinde reift sechs Wochen an der frischen Nordseeluft. Er hat einen fein-würzigen Charakter mit leicht säuerlicher Note.

ANZEIGE

Langenegger  
DORFSENNEREI

„Von der Heumilch zur Käsevielfalt -  
Qualität, die man schmeckt!“

[www.kaeserei.com](http://www.kaeserei.com)



DE-ÖKO-006

Tel.: 0731 962420  
verkauf@jaeckle-uhl.de

**Jäckle**  
Käse

Schau doch mal rein




So entsteht Käse...



**Fromi**

**Produktname:**  
Velours d'Argental  
**Käsegruppe:** Weichkäse  
**Herkunft:** Frankreich  
**Fettgehalt:** mind. 60 % i.Tr.  
**Lab:** mikrobiell  
**Gewicht:** 4 kg



Der Velours d'Argental ist der neue, milde der Argental-Reihe. Der Weichkäse besitzt eine cremige Textur sowie eine feine mit Penicillium Camemberti überzogene Rinde. Am Gaumen bietet er eine gelungene Balance zwischen milchiger Milde und einer leicht säuerlichen Note, mit leicht fruchtigen und nussigen Aromen. Umgeben von einem Holzband zieht er die Blicke auf sich.

**Fromi**

**Produktname:**  
P'tit Carré  
**Käsegruppe:** Weichkäse  
**Herkunft:** Frankreich  
**Fettgehalt:** mind. 55 % i.Tr.  
**Lab:** mikrobiell  
**Gewicht:** 160 g



In der Region Franche-Comté wird der P'tit Carré hergestellt. Die Milch für den milden Weichkäse stammt aus einem Umkreis von 40 Kilometern rund um die Käserei. Der Käse wird in Papier eingeschlagen, damit er weiterhin seine Aromen entwickeln kann. Die quadratische Form ist nicht nur optisch ansprechend, sondern auch praktisch zum Schneiden.

**Fromi**


**Produktname:**  
P'tit Roux  
**Käsegruppe:** Weichkäse  
**Herkunft:** Frankreich  
**Fettgehalt:** mind. 55 % i.Tr.  
**Lab:** mikrobiell  
**Gewicht:** 125 g



Ein kleiner Weichkäse mit zartschmelzender Textur für die Pre-packing-Theke ist der P'tit Roux aus der Region Franche-Comté. Die Milch stammt aus einem Umkreis von 40 Kilometern rund um die Käserei. Nach zwei Wochen Reifung wird er sorgfältig gebürstet, um eine schöne orangefarbene Rinde und zugleich milde wie auch charaktervolle Aromen zu entwickeln.

**Schilcher Käse**

**Produktname:**  
La Diala  
**Kräuterrahmmutschli**  
**Käsegruppe:** Schnittkäse  
**Herkunft:** Schweiz  
**Fettgehalt:** mind. 58 % i.Tr.  
**Lab:** tierisch  
**Gewicht:** 550 g



Der La Diala Kräuterrahmmutschli ist ein Schweizer Bio Schnittkäse aus der Chascharia (Käserei) Val Müstair in Graubünden. Veredelt mit ausgewählten Kräutern, entfaltet der Käse ein aromatisches, leicht würziges Bouquet. Der rotgeschmierte Käse besitzt einen hellgelben bis gelben Teig mit einer sparsamen Lochung.

**Schilcher Käse**

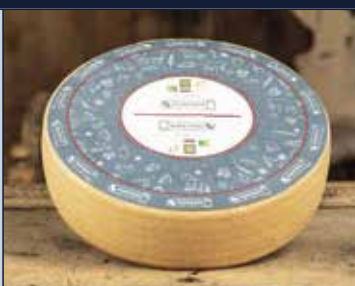
**Produktname:**  
Hitzkopf  
**Ziegen-Raclettekäse**  
**Käsegruppe:** Schnittkäse  
**Herkunft:** Deutschland  
**Fettgehalt:** 48 % i.Tr.  
**Lab:** tierisch  
**Gewicht:** ca. 1,4 kg



Der Hitzkopf Ziegen-Raclettekäse gleicht mit seiner rötlichen Naturrinde (mit Rillenmuster) einem richtigen Hitzkopf. Wird der Bio-Schnittkäse jedoch erwärmt, präsentiert er sich zartschmelzend. Er wird im Spessart aus Ziegenmilch hergestellt und reift mindestens sechs Monate. Sein würzig aromatischer Geschmack wird begleitet von einem dezenten Ziegenaroma.

**Schilcher Käse**

**Produktname:**  
Il Jauer Bergkäse  
**Käsegruppe:** Hartkäse  
**Herkunft:** Schweiz  
**Fettgehalt:** mind. 48 % i.Tr.  
**Lab:** tierisch  
**Gewicht:** ca. 5 kg



In den traditionsreichen Kellern der Chascharia (Käserei) Val Müstair in Graubünden reift der Il Jauer Bergkäse mindestens vier Monate. Sein alpkäsetypisches Aussehen spiegelt die Herkunft wider, während der aromatische, leicht würzige Geschmack die natürliche Vielfalt des Val Müstair einfängt. Die Konsistenz des Bio-Hartkäses ist halbfest bis fest und trotzdem geschmeidig.

**Weidner Käse**

**Produktname:**  
Almsünde  
**Käsegruppe:** Schnittkäse  
**Herkunft:** Deutschland  
**Fettgehalt:** mind. 50 % i.Tr.  
**Lab:** tierisch  
**Gewicht:** ca. 6 kg,  
ca. 3 kg (Halblaib)



**Weidner Käse**

**Produktname:**  
Amorkäse  
**Käsegruppe:** Schnittkäse  
**Herkunft:** Deutschland  
**Fettgehalt:** mind. 50 % i.Tr.  
**Lab:** tierisch  
**Gewicht:** ca. 6 kg



Almsünde heißt ein cremiger Schnittkäse aus dem Allgäu mit fein mildem Geschmack. Er wird aus thermisierter Heumilch hergestellt und verlässt den Reifekeller nach zirka fünf Monaten. Zu bestellen ist er sowohl als Volllaib mit etwa sechs Kilogramm als auch als Halblaib mit drei Kilogramm.

Ein cremiger Schnittkäse aus thermisierter Heumilch ist der Amorkäse. Durch das regelmäßige Einreiben mit Salzwasser und einem fein abgestimmten Kräutersud während seiner viermonatigen Reifezeit erhält er einen würzigen Geschmack. Er eignet sich auch wunderbar als Raclettekäse.

**Weidner Käse**

**Produktname:**  
Liebeskäse  
**Käsegruppe:** Schnittkäse  
**Herkunft:** Deutschland  
**Fettgehalt:** mind. 50 % i.Tr.  
**Lab:** tierisch  
**Gewicht:** ca. 6 kg,  
3 kg (Halblaib)



**Weidner Käse**

**Produktname:**  
Atta-Käse würzig  
**Käsegruppe:** Schnittkäse  
**Herkunft:** Deutschland  
**Fettgehalt:** mind. 50 % i.Tr.  
**Lab:** tierisch  
**Gewicht:** ca. 4,8 kg



Aus thermisierter Heumilch wird der Liebeskäse hergestellt. Der cremige Schnittkäse mit kleinen Kristallen im Teig reift sechs Monate und überzeugt mit einem aromatisch-würzigen Geschmack. Lieferbar ist er als Volllaib (6 kg) sowie Halblaib (3 kg).

Der Atta-Käse würzig ist herzhaft pikant mit einer leichten Schärfe. Der rotgeschmierte Schnittkäse in Rahmstufenqualität hat eine Reifezeit von etwa sechs Monaten, davon zwölf Wochen in der besonderen Atmosphäre der Atta-Höhle in Attendorn.

ANZEIGE

# schönengrunder bergkäse

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

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

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

imlig.com

# FIT FÜR DIE THEKE

An der Käsetheke ist Fachwissen gefragt. Für den schnellen Einstieg ins gelbe Sortiment der Bedienungstheke vermittelt die **KÄSE-THEKE** die Basics.



Foto: AdobeStock.com/Robert Kneschke

Sie vertreten die Kollegen, sind neu an der Käsebedienungstheke und von der großen Vielfalt des Käsesortiments überwältigt? Die **KÄSE-THEKE** startet mit dieser Ausgabe eine neue Reihe: „Käsewissen für Einsteiger“. Schritt für Schritt wird das Fundament, das für einen sicheren Start in den Thekenalltag notwendig ist, vermittelt – von dem Rohstoff Milch über die Herstellung und die wichtigsten Käsegruppen bis hin zu typischen Merkmalen, Geschmacksprofilen sowie praxisnahen Tipps für Beratung, Planung und Verkauf. In der Serie geht es um die Grundlagen für Kompetenz und Verkaufserfolg an der Käsetheke. Fortsetzung findet die Reihe in der Ausgabe 5 der **KÄSE-THEKE** Anfang September.

# DER ROHSTOFF MILCH

Käse werden aus Milch hergestellt. Je nach Haltung der Tiere und Behandlung der Milch vor der Herstellung entstehen völlig unterschiedliche Käsearten.



Foto: AdobeStock.com/Pixelkram

Zur Herstellung von Käse wird die Milch von Kühen, Ziegen, Schafen und Büffeln verwendet – das schreibt die Käseverordnung vor. Die verschiedenen Milcharten wie Heumilch, Silagemilch, Weidemilch und Bergmilch sowie die Wärmebehandlung vor der Käseproduktion tragen zu den besonderen Eigenschaften eines Käses bei.

Heumilch ist eine besondere Milch, die Kühe und Ziegen geben, wenn sie im Sommer frisches Gras und Kräuter sowie im Winter getrocknetes Heu fressen. Silagefütterung – auch vergorenes Futter genannt – ist ausgeschlossen. Diese Milch eignet sich besonders gut zur Herstellung lang gereifter Käsespezialitäten. Heumilchkäse trägt den EU-Schutz „geschützte traditionelle Spezialität“ und ist an einem blau-gelben Siegel erkennbar.

In der Milchproduktion ist Silagemilch der Standard, wird jedoch meist nicht explizit so bezeichnet. Kühe erhalten überwiegend konserviertes und fermentiertes Grünfutter. Gras, Mais oder andere Pflanzen vergären dabei unter luftdichtem Abschluss.

Weidemilch stammt von Kühen, die regelmäßig auf der Weide grasen. Der Begriff garantiert, dass die Tiere an mindestens 120 Tagen im Jahr jeweils sechs Stunden auf der Weide sind. Tierwohl und Milchqualität werden dadurch gefördert. Weidemilch enthält wertvolle Inhaltsstoffe wie Omega-Fettsäuren. Das freiwillige Siegel „Pro Weideland“ steht für Weidehaltung und gibt klare Kriterien vor, darunter mindestens 1.000 Quadratmeter Weidefläche, Bewegungsfreiheit und gentechnikfreies Futter. >>

ANZEIGE



**ROTER STIER**  
IN DER KÄSEREI GEKÄST UND GEPFLEGT

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

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



*Da sehe ich Rot!*



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



www.imlig.com

**Antiker Zufall: Käse entstand vermutlich vor über 7.000 Jahren eher zufällig, als Milch in Tiermägen transportiert wurde. Die Enzyme im Magen (Lab) in Kombination mit Wärme ließen die Milch gerinnen.**

Auch bei Bergmilch ist die Fütterung von Silage verboten. Die Milch stammt von Tieren, die in Berg- und Alpenregionen ab etwa 600 Metern über dem Meeresspiegel gehalten werden. Sie fressen frisches Gras, Kräuter und Heu. Durch diese Fütterung ist die Milch besonders hochwertig und wird zur Herstellung von Berg- oder Alpkäse verwendet.

### Wärmebehandelte Milch

Je nach Behandlung der Milch unterscheidet man Käse aus Rohmilch, pasteurisierter Milch und – der weniger geläufigen Art – thermisierter Milch.

Die Herstellung von Käse aus **roher Milch** ist das ursprünglichste Verfahren und stammt aus der Zeit vor Einführung der Pasteurisierung Mitte des 19. Jahrhunderts. Die Milch wird dabei unbehandelt direkt im Käsekessel verarbeitet und muss auch heute innerhalb von 24 Stunden verwendet werden. Rohmilch enthält natürliche Bakterien, Hefen und Keime. Älteren Menschen, Personen mit geschwächtem Immunsystem sowie Schwangeren wird empfohlen, Rohmilchkäse nicht zu verzehren. Da die Milch nicht

erhitzt wird, können unerwünschte Keime aus dem Melkvorgang erhalten bleiben und bei den genannten Risikogruppen Infektionen verursachen. Herstellung, Reifung und Pflege erfordern höchste Sorgfalt und sind aufwendiger als bei Käse aus pasteurisierter Milch. Ist ein Käse aus Rohmilch hergestellt, muss dies auf dem Etikett vermerkt sein. Rohmilchkäse zeichnen sich durch einen besonders intensiven und komplexen Geschmack aus. In der Käsetheke finden sich Rohmilchkäse in allen Käsegruppen – beispielsweise Camembert de Normandie AOP, Allgäuer Emmentaler g. U., Le Gruyère AOP, Comté AOP oder Brie de Meaux AOP.

Der mengenmäßig größte Anteil der an der Bedienungstheke verkauften Käse wird aus **pasteurisierter Milch** hergestellt. Dabei wird die Milch vor der Verarbeitung für 15 bis 30 Sekunden auf etwa 72 Grad Celsius erhitzt und anschließend rasch abgekühlt. Durch die Erhitzung werden Keime abgetötet, allerdings gehen dabei auch einige Vitamine und Nährstoffe verloren. Pasteurisierung dient vor allem der Sicherheit und der gleichbleibenden Käse-Qualität.

Vereinzelt finden sich in der Theke auch Käse aus **thermisierter Milch**. Dabei wird die Milch mindestens 15 Sekunden lang auf 55 bis 68 Grad Celsius erhitzt. Auf dem Preisschild kann der Hinweis „aus erhitzter, nicht pasteurisierter Milch hergestellt“ angebracht sein. Für Kunden ist wichtig zu wissen, dass dieser Käse nicht pasteurisiert wurde. Da thermisierte Milch bis heute nicht in der deutschen Käseverordnung definiert wurde, sind die Regelungen zur Kennzeichnung derzeit noch sehr schwammig. **us**

**Archäologen fanden den ältesten Käse der Welt (circa 3.500 Jahre alt) an Mumien in China. Es handelte sich um eine Art Kefirkäse.**



Foto: AdobeStock.com/New Africa

### Käse bei Laktoseintoleranz?

Ein natürlicher Bestandteil der Milch ist die Laktose (Milchzucker). Während des Käsereifeprozesses wird sie in Milchsäure umgewandelt. Je länger ein Käse reift, desto geringer ist sein Laktosegehalt. Käse mit einem Kohlenhydrat-Wert von 0,0 Gramm enthält keine Laktose mehr. Menschen mit Laktoseintoleranz bilden das Enzym Laktase – das zur Spaltung des Milchzuckers im Körper verantwortlich ist – nicht oder nur unzureichend. Gelangt der Milchzucker nun ungespalten in den Darm, verursacht er bei den Betroffenen Magenschmerzen und Krämpfe. Gereifte Käse sind in der Regel verträglich.



# DAS KÄSEN

Wie wird aus Milch eigentlich Käse und welche Sorten werden hergestellt? Dafür haben wir dem Käser über die Schulter geschaut.



Foto: Colourbox.de

Die Milch wird im Käsekessel vorbereitet: Dazu wird sie auf etwa 30 bis 35 Grad Celsius erwärmt. Milchsäurebakterien werden in die Milch eingerührt. Sie vergären den Milchzucker (Laktose) zu Milchsäure und säuern die Milch. Die Zugabe von Lab – tierisch oder mikrobiell – sorgt dafür, dass das Milcheiweiß (Kasein) gerinnt und die quarkartige Gallerte entsteht. Je nach gewünschter Käsesorte wird die Gallerte in Würfel- oder bis auf Weizenkorngröße kleingeschnitten, damit Molke austreten kann. Für Hartkäse wird der Bruch nochmals erhitzt und gerührt, dadurch werden die Bruchkörner noch fester und verlieren Molke. Der Bruch wird danach in Käse-Formen gefüllt und gepresst. Anschließend werden die jungen frischen Käse entweder trocken gesalzen oder in ein Becken mit Salzlake gelegt. Je nach Sorte reifen die Käselaike mehrere Tage, Wochen oder Monate – bis zu ein oder mehreren Jahren. Während der Reifezeit entwickelt sich ihr Aroma, und die Rinde bildet sich. Die einzige Käsesorte, die nicht reifen muss, ist Frischkäse. Weichkäse wie Camembert reifen zwischen zwei und sechs

Wochen. Schnittkäse bekommen mehrere Wochen bis Monate Zeit, und Hartkäse können mindestens zwölf Monate und noch länger reifen.

## Womit wird die Milch zur Gerinnung gebracht?

Das Lab wird in der Käseherstellung eingesetzt, damit die Milch gerinnt. Durch das Lab verändert sich das Milcheiweiß Kasein, und es entsteht eine gallertartige Masse. Zum Einsatz kommt tierisches, mikrobielles, gentechnisch verändertes sowie pflanzliches Lab. Tierisches Lab wird aus dem Labmagen junger Kälber gewonnen und wird zur Herstellung von Hart- und Schnittkäse sowie traditioneller Käsesorten eingesetzt. Mikrobielles Lab ist ein Enzym, das aus Schimmelpilzen gewonnen wird und eine gut verfügbare Alternative auch für Vegetarier zum Gerinnungsstoff tierischen Ursprungs darstellt. Pflanzliches Lab wird aus Artischocken, Feigen oder Disteln gewonnen. Es ist ein reiner Naturstoff, der eine schwächere oder ungleichmäßige Gerinnung verur-

ANZEIGE



## ReimGold

- PREMIUM QUALITY -

### Ungekühlt haltbare Käsesuppen / Käsesoßen

Die Suppen schmecken sehr gut, zusammen mit einem kräftigen Bauernbrot.  
Die Soßen passen hervorragend zu Nudeln, Gnocchi, Gemüse, Ge grilltem.....

- ohne Kühlung haltbar
- ohne Zusatzstoffe
- mit reiner BIO Heumilch
- in kleiner Manufaktur, liebevoll hergestellt
- eine leckere und herzhafte Mahlzeit
- schnell zubereitet
- ideal für Überraschungsgäste





**Käselaike sind oft rund, weil sie früher einfacher gerollt statt getragen werden konnten. Zudem ist die runde Form ideal für die Reifung, da der Käse gleichmäßig atmen kann.**

sacht. Lab pflanzlichen Ursprungs wird in der Regel nur bei regionalen Käsespezialitäten oder Käsesorten mit kurzer Reifezeit eingesetzt.

### Der ausschlaggebende Geschmack

Geschmack und Aroma entstehen mit der Käse-Herstellung und während seiner Reifung. Denn der Grundgeschmack hängt bereits von der Milch ab. Je nachdem, ob Kuh-, Schafs-, Ziegen-, oder Büffelmilch verwendet wird – jede Milch hat ihren eigenen Geschmack. Auch das Tierfutter (Gras, Heu, Kräuter, Silage) und die Art der Verarbeitung – pasteurisierte oder rohe Milch – wirkt sich auf den Geschmack von Käse aus. Darüber hinaus spielen milchsäurebildende Bakterien, Hefen und Schimmelpilze sowie die Reifezeit bei der Geschmacksbildung eine wichtige Rolle.

### Charakteristische Rinden und sortentypische Aromen

Edelschimmel und Bakterienkulturen wurden ursprünglich auf der Rinde eingesetzt, um Käse vor Fremdschimmel und Hefen zu schützen – mit dem Nebeneffekt, dass sie den Charakter und das Aroma der jeweiligen Käsesorten prägen. Gleichzeitig haben Schimmelpilze eine eiweiß- und fettabbauende Wirkung. Bei Weichkäse mit Weißschimmel werden die Schimmelpilze Penicillium Camemberti oder Penicillium Candidum

– je nach Käsetyp – der Milch zugegeben oder aufgesprüht. Edelschimmelpilze wie das Penicillium roqueforti werden bei der Herstellung von Blauschimmelkäse eingesetzt. Rotschmierenkulturen wie das Brevibacterium Linens werden für die Behandlung von Rotschmierenkäse wie Munster und Limburger eingesetzt. Während der Reifezeit werden Eiweiße und Milchzucker langsam von den Enzymen abgebaut. Dabei entstehen Aromastoffe wie Fettsäuren oder Aminosäuren, die ein würziges Aroma im Käse ergeben. Lang gereifter Käse hat mehr Aroma als junger Käse. Die Rinde, je nachdem, ob sie regelmäßig gewaschen oder mit Bakterien oder Schimmelpilzen behandelt wurde, trägt zum Geschmack der Käse bei. Je länger der Käse reift und je spezieller die Kulturen, desto intensiver und individueller entwickelt sich das Aroma.

### Schutz vor unerwünschtem Schimmel auf der Rinde

Bei der Käseherstellung wird oftmals Natamycin (Konservierungsstoff E 235) auf der Rinde eingesetzt, um die Bildung von Schimmelpilzen und Hefen gar nicht erst entstehen zu lassen. Dies wird besonders bei Hart- und Schnittkäse praktiziert. Der Zusatzstoff wirkt nur auf der Oberfläche und dringt nicht in den Käse ein. Er ist jedoch deklarationspflichtig. Bei der Herstellung von Weichkäse, wie Camembert, Munster oder Blauschimmelkäse, wird Natamycin nicht eingesetzt. **us**

**Teuerster Käse: Der teuerste Käse der Welt ist „Pule“ aus Serbien. Er wird aus Eselmilch hergestellt und kostet über 1.000 Euro pro Kilogramm.**

Foto: Colourbox.de



Die Käseverordnung (KVO)\* legt die Einteilung der Käse nach ihrem Wassergehalt in der fettfreien Käsemasse (Wff) fest: Frischkäse, Weichkäse, halbfester Schnittkäse, Schnittkäse und Hartkäse.

**Frischkäse** haben einen hohen Wassergehalt von über 73 Prozent. Die Milch gerinnt durch Säuregerinnung mit Hilfe von Milchsäurebakterien. Ist die Molke gut abgetropft, sind die Frischkäse sofort verzehrbar, jedoch nur begrenzt haltbar.

Für **Weichkäse** wird die Milch mit Säurekulturen und Lab dickgelegt. Der Bruch wird in würfelgroße Stücke geschnitten. Diese Käse weisen einen ziemlich hohen Wassergehalt von mehr als 67 Prozent in der fettfreien Käsemasse auf. Sie reifen von außen nach innen. In der Gruppe der Weichkäse werden zwei Gruppen unterschieden: Weichkäse mit Rotkultur (Brevibacterium Linens) und Weichkäse mit Edelschimmel (Penicillium camemberti und Penicillium roqueforti).

Die Reifung eines **halbfesten Schnittkäses** vollzieht sich gleichmäßig durch den ganzen Teig. Ihr Wassergehalt beträgt zwischen 61 und 69 Prozent. Sie sind etwas weicher als Schnittkäse. Bekannte Sorten sind Butterkäse und Edelpilzkäse.

Gouda ist ein typischer **Schnittkäse**. Ihre Konsistenz ist fester als die der halbfesten Schnittkäse, aber noch saftig. Mit vier Wochen bis drei Monaten haben sie auch eine längere Reifedauer. Ihr Wassergehalt in der fettfreien Käsemasse beträgt zwischen 54 und 63 Prozent.

# EINTEILUNG IN KÄSE- GRUPPEN

**Hartkäse** haben eine feste Teigstruktur. Bei der Herstellung erhalten sie durch das „Brennen“ des Käsebruchs – der Käsebruch wird im Kessel nochmals erhitzt – einen sehr hohen Trockenmassegehalt. Der Wassergehalt in der fettfreien Käsemasse bei Hartkäse liegt bei 56 Prozent oder weniger. Während der langen Reifung wird die Laktose (Milchzucker) fast gänzlich zu Milchsäure abgebaut. Typische Hartkäse sind Emmentaler und Bergkäse.

**Sauermilchkäse** wird aus Sauermilchquark hergestellt. Da Sauermilchkäse durch Säuregerinnung aus Magermilch hergestellt wird, ist zur Gerinnung kein Lab nötig. Er hat einen Wassergehalt von 60 bis 73 Prozent. Die Gruppe der Sauermilchkäse zeichnet sich durch einen hohen Eiweiß-Gehalt (bis zu 37 Prozent) sowie einen niedrigen Fettgehalt aus. Bekannte Sauermilchkäse sind Harzer, Korbkäse und Mainzer. **us**

## Exkurs

In diesem Zusammenhang möchten wir auch die Pasta-Filata-Käse nennen, die allerdings bei der von der Käseverordnung standardmäßig festgelegten sechs Käsegruppen nicht aufgeführt sind, aber ähnlich behandelt werden. Es handelt sich dabei um Käse, deren Käsebruch bei der Herstellung in heißem Wasser geknetet oder gezogen wird. Dadurch verändert sich ihre Struktur. Mozzarella und Provolone sind bekannte Käse dieser Sorte.

Die Gruppe der Blauschimmelkäse sind ebenfalls von den festgelegten Käsegruppen ausgenommen. Dennoch möchten wir die Blaublütter an dieser Stelle nennen. Auslöser für den Blauschimmel im Käse sind die Kulturen *Penicillium Roqueforti*. Sie werden bei der Herstellung, beispielsweise des Edelpilzkäses Roquefort, in den Käsebruch gegeben. Mittels Luftkanälen – die mit Nadeln in den frischen Käselaiab gestochen werden – entwickelt sich während der Reifung der

Schimmel im Käse. Bekannte Sorten sind neben Roquefort AOP, Gorgonzola DOP und Bleu d'Auvergne AOP. Weiß-Blau-Käse werden bekanntermaßen auch als Einstiegs Käse ins Blauschimmelsegment genannt. Weichkäse mit Weißschimmelflora äußerlich enthalten im Inneren feinen Blauschimmel.

In der Käseverordnung, Anlage I, sind Standardsorten rechtlich festgelegt. Diese Käsesorten müssen spezifische Anforderungen an Herstellung, Fettgehalt, Trockenmasse und Reifung erfüllen. Dadurch werden Qualität und Mindesteigenschaften geregelt, der Verbraucher erhält eine gleichbleibende Qualität. Festgelegte Standardsorten sind beispielsweise Emmentaler, Bergkäse, Gouda, Edamer, Tilsiter, Edelpilzkäse, Camembert, Brie, Romadur und Münsterkäse. Auf dem Preisschild in der Theke reicht die Auszeichnung mit der Standardsorte/Verkehrsbezeichnung, der Name des Käses muss nicht genannt werden.

**Ruwisch & Zuck**  
DIE KÄSESPEZIALISTEN

# FRECHE KUH



Mindestens 6 Monate gereifter Hartkäse aus Rohmilch. Sein fester, elfenbein- bis hellgelber Teig zeugt von sorgfältiger Reifung und verleiht ihm einen angenehm kräftigen, vollmundigen Geschmack.

**Ruwisch & Zuck**  
DIE KÄSESPEZIALISTEN

info@ruwischzuck.de  
www.ruwischzuck.de



Foto: AdobeStock.com/Markus Mainka

# FETT- GEHALT IM KÄSE

„Der Käse hat aber einen hohen Fettgehalt“, so oder so ähnlich, lautet einer der häufigsten Feststellungen an der Theke.

Laut Käseverordnung (KVO)\* wird Käse neben der Einteilung in Käsegruppen auch in acht Fettgehaltsstufen eingeteilt. Dazu ist die Angabe „Fettgehalt in der Trockenmasse (Fett i.Tr.)“ wichtig. Was bedeutet Fett i.Tr.? Käse besteht aus einem festen Teil, der sogenannten Trockenmasse (Eiweiß, Fett, Mineralstoffe, Vitamine), und aus Wasser. Mit der Reifung und der Lagerung verdunstet das Wasser. Würde man den Fettgehalt auf den kompletten Käse angeben, wäre die Angabe schwankend. Der Fettanteil der Trockenmasse bleibt jedoch konstant.

Nicht zu verwechseln ist der Fettgehalt in der Trockenmasse mit dem tatsächlichen absoluten Fettgehalt im Käse. Der „absolute Fettgehalt“ ist der tatsächliche Fettanteil im Käse. Er wird auf das Gesamtgewicht mit Wasseranteil bezogen. Man erhält den absoluten Fettgehalt pro 100 Gramm Käse, durch Multiplikation mit dem Trockenmassenanteil. Je nach Käsegruppe wird der tatsächliche Fettgehalt im Käse mit folgenden Formeln berechnet: Hartkäse – Fett i.Tr. x 0,7, Schnittkäse x 0,6, Weichkäse x 0,5 und Frischkäse x 0,3. Beispiel: Weichkäse 72 % Fett i.Tr. x 0,5 = 36 % Fett absolut. us

## NACH DER KVO GIBT ES FOLGENDE FETTGEHALTSSTUFEN

Fettgehaltsstufe	Fettgehalt in der Trockenmasse (Fett i.Tr.)
Doppelrahmstufe	höchstens 87 %, mindestens 60 % Fett i.Tr.
Rahmstufe	mindestens 50 % Fett i.Tr.
Vollfettstufe	mindestens 45 % Fett i.Tr.
Fettstufe	mindestens 40 % Fett i.Tr.
Dreiviertelfettstufe	mindestens 30 % Fett i.Tr.
Halbfettstufe	mindestens 20 % Fett i.Tr.
Viertelfettstufe	mindestens 10 % Fett i.Tr.
Magerstufe	weniger als 10 % Fett i.Tr.

Mehr Käse  
als Getränke:  
Weltweit wird  
mehr Käse pro-  
duziert als Kaf-  
fee, Tee, Ka-  
kao und Tabak  
zusammen.

Die \*Käseverordnung (KVO) definiert, unter welchen Voraussetzungen ein Erzeugnis in Deutschland als Käse in den Verkehr gebracht werden darf. Sie regelt die zulässigen Rohstoffe, insbesondere Milch, Lab, Milchsäurekulturen und Salz, die grundlegenden Herstellungsverfahren sowie die verkehrübliche Bezeichnung von Käse. Zentrale Bedeutung haben außerdem die Vorgaben zur Einteilung der Käsearten in die Käsegruppen, wie Frisch-, Weich-, Schnitt- und Hartkäse, und zur Angabe des Fettgehalts, insbesondere in Form von Fettstufen wie „Fett i. Tr.“.

# ALLES KÄSE?

Fundiertes Käsewissen, praxisnahe Tipps und jede Menge Käse:  
Mit der neuen Basisschulung „Cheese on Stage“ macht die Food Akademie Neuwied  
Thekenfachkräfte fit für Beratung und Verkauf an der Käsetheke.



*Auch angehende Handelsbetriebswirte sowie Auszubildende des Lebensmitteleinzelhandels nahmen an der Käses-Basisschulung teil und überzeugen sich bei einer Verkostung von der Vielfalt der Käsesorten.*

„Als Fachverkäuferin an der Fleisch- und Wursttheke helfe ich hin und wieder an der Käsetheke aus. Um mein Wissen über die vielfältige Warengruppe Käse aufzufrischen, ist eine Basisschulung genau der richtige Schritt“, erzählt Maria Franke von Edeka Kreuzberg in Neuwied. Viele Kenntnisse über Käse erlangte sie bereits in ihrer Ausbildung zur Hotelfachfrau. „Die Ausbildung und die theoretischen Inhalte liegen allerdings lange zurück.“ Da sie regelmäßig als Springer an der Käsetheke eingesetzt wird, kommt eine Schulung wie die Basisschulung der Food Akademie genau zum richtigen Zeitpunkt. Neben ihrem Schwerpunkt an der Fleisch- und Wursttheke möchte Maria Franke künftig auch im Bereich Käse sicher und kompetent beraten können.

Seit Herbst 2025 bietet die Food Akademie Neuwied unter dem Titel „Cheese on Stage“ eine neue Schulung für Thekenfachkräfte an. Sie richtet sich sowohl

an Mitarbeiter, die bereits mit Käse auf der Verkaufsfläche arbeiten und ihr Wissen vertiefen möchten, als auch an jene, die künftig an der Käsebedienungstheke eingesetzt werden. Die Tagesseminare werden von Wolf Wagener, Käsescout des Hamburger Käselagers, geleitet. Das Themenspektrum reicht von der Milchgewinnung bis zum fertigen Käse – und weit darüber hinaus. So lernen die Teilnehmer unter anderem die Vor- und Nachteile von Rohmilchkäse kennen und welche Vorzüge die Pasteurisierung für eine gleichbleibende Käsequalität hat. Auch die Bedeutung von Heumilch und viele weitere Inhalte werden im Seminar anschaulich vermittelt und gemeinsam diskutiert.

Einen ebenso großen Stellenwert nimmt das Thema Käseoberflächen ein und die Frage, wie sich die Pflege auf den Geschmack des Käses auswirkt. Bereits bei der Erläuterung der verschiedenen Milcharten von Kuh, Ziege, Schaf oder Büffel entwi-

ckelt sich eine lebhaftere Dynamik, die bei der Diskussion um die regionale Herkunft nicht endet. „Der Käseverkauf an der Bedienungstheke schließt auch die Prepack-Theke mit ein“, erklärt Wolf Wagener und geht auf einen weiteren Schwerpunkt des Seminars ein. „Der Umsatz der Cabrio-Truhe wird der Bedienung zugerechnet und ist damit ein wichtiger Faktor im Käsebedienungsverkauf“, sagt er und stellt mindestens fünf konkrete Erfolgsansätze für ein gelungenes Prepacking vor.

Zum Abschluss der Schulung lud der Käsescout zu einer Verkostung klassischer Käsesorten ein. Auf dem Programm standen unter anderem Camembert, Rotkultur-Weichkäse, norwegischer Großlochkäse, Schnittkäse mit und ohne Affinage, Pasta-Filata-Käse, Bergkäse aus der Schweiz und aus Finnland sowie ein Blauschimmelkäse. Offene Fragen der Gruppe konnten direkt während der Käse-Verkostung geklärt werden. **us**

Die Food Akademie Neuwied ist eine gemeinnützige Bildungseinrichtung mit Sitz in Neuwied. Seit 1936 bietet sie praxisnahe Aus-, Fort- und Weiterbildungen für den Lebensmittelhandel an. Hauptgesellschafter ist der Bundesverband des Deutschen Lebensmittelhandels (BVLH). Das Angebot reicht von Ausbildungs- und Studiemöglichkeiten im Lebensmitteleinzelhandel bis hin zu Seminaren und Weiterbildungen für Fachkräfte aus Gastronomie, Handel und Lebensmittelhandwerk. Weitere Informationen zum Ausbildungsangebot sind unter [food-akademie.de](http://food-akademie.de) erhältlich.

# WETTBEWERB DER BESTEN

Die Frankfurt International Trophy für Käse ist ein interessanter Orientierungspunkt für Qualität am Markt – und ein Impulsgeber für den Käsefachhandel.



## Über die Frankfurt International Trophy

Der Wettbewerb wird von der Armonia Deutschland GmbH, Mainz, organisiert. Neben Käse, Milchprodukten, Schinken und Wurstwaren werden auch Weine, Biere und Spirituosen bewertet. Die Einbindung internationaler Experten und Konsumentenvertretern macht die Trophy zu einem Orientierungspunkt für Qualität am Markt – und zunehmend zu einem Impulsgeber für den Käsefachhandel.

Zum vierten Mal wurde in der Metropole der internationale Wettbewerb „Frankfurt International Trophy“ für Käse und Milchprodukte ausgetragen. Zu der Veranstaltung, die im Saalbau Griesheim stattfand, versammelten sich rund 135 Verkoster aus aller Welt. Parallel wurde auf diesem Event auch die zweite Ausgabe der Trophy für Schinken und Wurstwaren durchgeführt. Mike Joseph, Oberbürgermeister der Stadt Frankfurt und Schirmherr der Veranstaltung, machte in seinem Grußwort deutlich, dass Frankfurt ein perfekter Austragungsort für einen der wichtigsten Branchen-Wettbewerbe ist. Für den Fachhandel, Hersteller und Entscheider ist die Trophy ein Trendbarometer, das Orientierung liefert.

In diesem Jahr übernahm Burkhard Endemann, Verlagsleiter B&L Medien-Gesellschaft und Mitglied der „Guilde

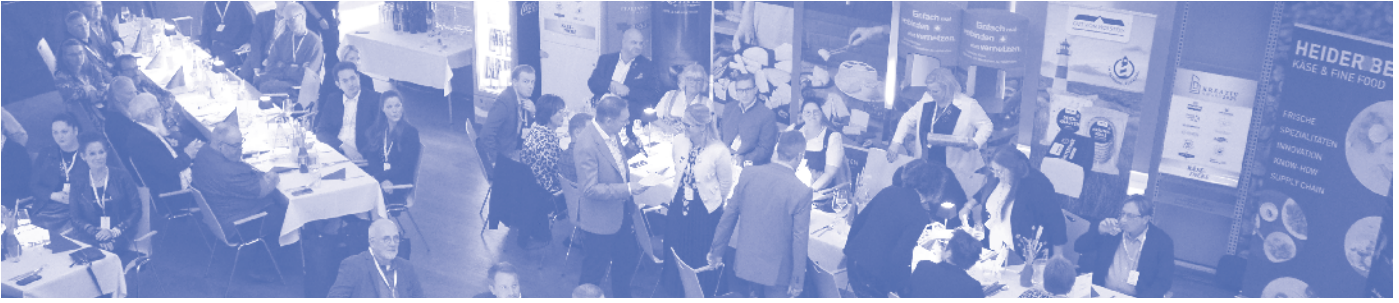
internationale des Fromagers“ die Ehrenpräsidentschaft für Käse und Milchprodukte. „Dass in Deutschland neben dem Selbstbedienungsregal an den rund 11.000 Käsetheken erfolgreich Käse verkauft wird, liegt auch an gut geschultem Personal, das mit umfangreichem Wissen kommuniziert“, sagte Endemann in seiner Eröffnungsrede. Auf einem Wettbewerb wie der Frankfurt International Cheese and Dairy Trophy stellen sich daher Fachjuroren aus der Käsebranche, Gastronomie, Käsesommeliers und Medienschaffende sowie geschulten Amateuren der Herausforderung, Käse nach bestimmten Kriterien zu verkosten, erklärte er.

Die Verkostungsteams prüften an dem Freitag jeweils rund 20 Käse und Milchprodukte nach einem festgelegten Bewertungsschema. An dem Tag wurden knapp 610 Produktproben aus 14 Län-

dern getestet. 181 Käse und Milchprodukte wurden mit den begehrten Medaillen ausgezeichnet, darunter auch viele mit „Großes Gold 2026“. Diese Medaille wird für Produkte vergeben, die mindestens 92 von 100 möglichen Punkten erreicht haben.

Zusätzlich wurde die jeweils beste Einreichung für Käse und Milchprodukte gekürt. Bester Käse des Wettbewerbs wurde der 24 Monate alte Bergkäse des österreichischen Herstellers Petersberg Alm. Das beste Milchprodukt des Wettbewerbs kommt aus Deutschland. Baldauf Heumilch Tradition Bio-Topfen Vanille von den Gebr. Baldauf wurde ebenfalls mit der Medaille „Großes Gold 2026“ gekürt. Im Ranking für Käse und Milchprodukte führt Spanien mit 73 Auszeichnungen das Medaillenranking an. Es folgen Frankreich mit 30 und die Schweiz mit 26 Medaillen. Die Liste der besten Käse und Milchprodukte ist unter [frankfurt-trophy.com/results-dairy-2026](http://frankfurt-trophy.com/results-dairy-2026) einsehbar

us



# BESTE LÄNDERAKTIONEN

Der Startschuss für den Kreativ Award 2026 ist gefallen.

**H**abt Ihr schon die Bewerbungsunterlagen für den Kreativ Award 2026 bestellt? Der beliebte Thekenwettbewerb der Fachzeitschrift **KÄSE-THEKE** geht in die nächste Runde. Im vergangenen Jahr haben die teilnehmenden Märkte einmal mehr gezeigt, wie man mit kreativen Länderaktionen die Kunden für die Bedienungstheke begeistern und die Umsätze steigern kann.

In diesem Jahr gibt es wieder neue Herausforderungen für die Thekenteams: Die Kreativ-Award-Jury freut sich über viele Bewerbungen mit originellen Aktionen zur Käse-Herkunft aus den Niederlanden, Frankreich, Österreich, Italien, der Schweiz, Amerika, Deutschland und Skandinavien. Im Mittelpunkt der Theken steht dabei jedes Mal die spezifische Käsevielfalt. Es bleibt nun ausreichend Zeit, um bis zum Einsendeschluss, dem 31. Juli 2026, wieder neue Ideen für Länderaktionen zu planen, entwi-

ckeln, umzusetzen und als aussagekräftige Bewerbungsmappe der Redaktion **KÄSE-THEKE** einzusenden. Denkt bei Eurer Bewerbung an viele Fotos von den Aktionen! Auf der großen Gala im Food-Hotel in Neuwied werden im Herbst dieses Jahres die besten Käsetheken-Teams Deutschlands gefeiert. Wer sich noch nicht hat vormerken lassen, kann jetzt mit dem nachfolgenden Coupon die Ausschreibungsunterlagen bestellen.

**Tipp:** Ihr habt Fragen zum Thekenwettbewerb? Die Hotline der **KÄSE-THEKE** (02633/4540-12 oder kt@blmedien.de) hilft gerne



weiter. Für Tipps und Ideen rund um den Kreativ Award gibt es auch einen Film (QR-Code) sowie weitere Clips auf [instagram.com/kaese\\_theke](https://www.instagram.com/kaese_theke) und facebook. Wir freuen uns auf viele außergewöhnliche Bewerbungen! Euer Kreativ-Award-Team us



**Mein Thekenteam und ich möchten Deutschlands beste Käsetheke werden.**

**Senden Sie mir \_\_\_ Stück Bewerbungsunterlagen für den Kreativ Award 2026 zu.**

*(Bitte in Blockbuchstaben ausfüllen, ausschneiden und an die angegebene Adresse senden)*

Markt/Fachgeschäft: \_\_\_\_\_ PLZ/Ort: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
Telefon: \_\_\_\_\_

Vorname, Name: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
E-Mail: \_\_\_\_\_

Marktadresse: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
Datum/Unterschrift: \_\_\_\_\_

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

**B&L MedienGesellschaft mbH,**  
Redaktion **KÄSE-THEKE**  
Stichwort: Kreativ Award 2026,  
Postfach 1363,  
53492 Bad Breisig,  
Tel.: 0 26 33/45 40-13  
Fax: 0 26 33/45 40 99,  
E-Mail: [sk@blmedien.de](mailto:sk@blmedien.de)

# REIFEZEIT

Maison Kober ist die nördlichste Käse-Affinage Deutschlands – ein Unternehmen, dessen Geschichte von großer Leidenschaft geprägt ist, aber auch von zahlreichen Herausforderungen.



1 Markus Kober in einem der sieben Reifelager in Kiel.

2 Der Käse „Tief im Wald“ ist unter anderem mit einer Kräutermischung aus Fichtennadeln, Bärlauch und Brombeerblättern umhüllt.

3 Der Rosenkäse reift etwa drei bis vier Wochen.

**N**icht stehen bleiben, stets das Beste aus sich herausholen: Dieser Anspruch gilt für Käse-Affineur Markus Kober ebenso wie für seine Produkte. Seit rund 30 Jahren folgt er seiner Leidenschaft: hochwertigen Käse auszuwählen

und ihn handwerklich so zu veredeln, dass er sein volles Potenzial entfalten kann. Damit hat er sich einen Namen gemacht – besonders in der Spitzengastronomie. Ein Erfolg, den der Geschäftsführer bewusst würdigt. Gerade

weil die vergangenen Jahre nicht immer einfach waren.

Die Leidenschaft für guten Käse hat ihren Ursprung in der Familie von Markus Kober. Aufgewachsen in einer Bauernfa-

milie in Baden-Württemberg, lernt er früh den Wert guter Lebensmittel zu schätzen. Beruflich schlägt Kober zunächst einen anderen Weg ein. Er studierte Pädagogik in Hamburg und beginnt nach dem Abschluss in diesem Bereich zu arbeiten. Der Liebe zu hochwertigen Lebensmitteln bleibt er dennoch treu. Und so eröffnet er Ende der 1990er einen Bio-Käseladen im belebten Hamburger Stadtteil Ottensen. In dieser Zeit beginnt er auch, Käse selbst zu affinieren. „Ich habe gemerkt, dass in Käsesorten oft viel mehr steckt. Das wollte ich herauskitzeln“, erinnert sich der Geschäftsführer. Also beginnt er zu experimentieren: Wie verändert sich ein Käse, wenn er mit Salzlake oder Bier gepflegt wird? Was passiert, wenn er länger reifen darf oder mit Kräutern veredelt wird?

Demeter-Käse ist in den frühen Jahren noch ein Nischenprodukt, und Großhändler mit einem umfassenden Bio-Sortiment sind rar. Umso einschneidender ist es, als die wichtigste Bezugsquelle von Markus Kober wenige Monate nach Geschäftseröffnung schließen muss. Von einem Tag auf den anderen bleiben die Regale nahezu leer – eine schnelle, tragfähige Lösung muss her. Also ruft Kober zunächst eine Einkaufsgemeinschaft ins Leben, aus der später eine Genossenschaft norddeutscher Hofläden entsteht. Anfang der 2000er-Jahre ist die Nachfrage nach Markus Kobers affinieren Käsespezialitäten so stark gewachsen, dass er eine alte Meierei im schleswig-holsteinischen Wacken erwirbt und sich damit vergrößert. Zugleich schärft sich das Profil seines Unternehmens: Die Gastronomie wird zum wichtigsten Kundenkreis, bis heute zählen Abnehmer wie das exquisite Hamburger Atlantik Hotel oder das Budersand Hotel auf Sylt dazu. Zusätzlich entsteht ein weit verzweigtes Netzwerk aus Käseproduzenten und -kennern, und zwei Kompagnons erweiterten das Team. Als selbst die großzügigen Räume der alten Meierei nicht mehr ausreichen, entscheidet sich das Unternehmen für einen weiteren großen Schritt: den Umzug nach Itzehoe. Viel Kraft und viel Geld werden in die neuen Räumlichkeiten investiert, die Zeichen stehen auf Wachstum. Solide Partnerschaften – darunter auch die

Zusammenarbeit mit dem Food- und Gastroservice Chefs Culinar – stärken die Expansion zusätzlich.

Doch dann ändert sich alles schlagartig. „Plötzlich stand die Welt still“, erinnert sich Markus Kober. Mit dem Jahr 2020 trifft die Corona-Pandemie das Unternehmen – und mit ihr kommt ein drastischer Einbruch. Die ohnehin angespannte Lage verschärft sich durch den „Mühlstein der jungen Investitionen“ zusätzlich. „2023 wurde uns klar: Allein schaffen wir es nicht“, erzählt der Geschäftsführer. Maison Kober meldet Insolvenz an und wird schließlich vom langjährigen Partner Chefs Culinar übernommen. Unter dem Dach des großen Unternehmens folgt im vergangenen Frühjahr der nächste Schritt: Der Betrieb zieht mit seinen rund 20 Mitarbeitern nach Kiel in ein neues Gebäude – bleibt der handwerklichen Tradition des Affinierens jedoch weiterhin treu. „Der Schritt in die Unternehmensgruppe von Chefs Culinar war genau richtig“, bilanziert Markus Kober heute. „Wir erleben Verlässlichkeit, neue Vertriebswege und vor allem Planungssicherheit. So können wir uns wieder voll und ganz auf die Kunst des Affinierens und auf hochwertigen Käse konzentrieren.“ **um**

## Maison Kober

ist seit 2023 Teil der deutschen, familiengeführten Unternehmensgruppe Chefs Culinar. Die Gruppe ist im Food- und Gastro-Service tätig und zählt zu den größten Lebensmittellieferanten für Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung in Deutschland. Das Sortiment von Maison Kober umfasst rund 170 verschiedene Weich-, Schnitt- und Hartkäsesorten. Die Produkte stammen überwiegend aus (nord)deutschen Hofkäsereien, teilweise aber auch aus Frankreich und der Schweiz. In Kiel verbleiben die Käse in sieben unterschiedlichen Reifelagern, bis sie den optimalen Reifegrad erreicht haben. Hauptabnehmer ist die Gastronomie, im Bereich des LEH werden die norddeutschen Citti-Märkte beliefert.

Käserebellen

## Umwelt-Engagement

Die Käserebellen haben 2025 die Umweltprüfungen nach EMAS und ISO 14001 erneut erfolgreich bestanden. Seit 2021 nutzt die Heumilch-Käserei diese Systeme an ihren Hauptstandorten, um den Ressourcenverbrauch zu senken und die Artenvielfalt zu fördern. Laut Geschäftsführer Andreas Krönauer ist dieses Engagement tief in der Unternehmenskultur verwurzelt. Ziel bleibt es, über gesetzliche Standards hinaus ökologische Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette dauerhaft zu leben.

Grana Padano

## Geschützter Begriff

Das Berufungsgericht Venedig hat die exklusive Nutzung des Begriffs „Grana“ für den Grana Padano g.U. bestätigt. Eine Berufung der Molkerei Brazzale wurde zurückgewiesen, die den Namen „Gran Moravia“ verteidigte. Die Richter stellten klar, dass „Grana“ kein Gattungsbegriff, sondern ein geschützter Bestandteil der Ursprungsbezeichnung ist. Die Verwendung für nicht konforme Käsesorten gilt als unzulässige Anspielung und unlauterer Wettbewerb. Damit folgt Venedig einem ähnlichen Urteil aus Turin und stärkt den europaweiten Herkunftsschutz des Konsortiums.

VHM

## Preisverleihung

Der Verband für handwerkliche Milchverarbeitung (VHM) hat in Berlin den Deutschen Milch- & Käsepreis 2025/2026 verliehen. Beim Wettbewerb in Lindenberg bewertete eine Fachjury 158 Produkte von 61 Betrieben aus Deutschland, Österreich und Dänemark nach Sensorik und Qualität. Besonders erfolgreich schnitten Neueinsteiger ab, die drei der sechs Hauptpreise gewannen.

# KÄSE-HAUS- MESSE IN HAMBURG

Im hohen Norden veranstaltete Jöla seine jährliche Hausmesse im traditionellen Ambiente.

Austausch, Begegnung, Verkostung: Die jüngste Hausmesse des norddeutschen Käsefachgroßhandels Jöla hat Anfang Februar Fachpersonal, Hersteller und Händler erneut zusammengeführt. Als Veranstaltungsort diente das Hotel Gastwerk Hamburg. Das ehemalige Gaswerk im Stadtteil Bahrenfeld bot mit seiner industriellen Architektur und dem besonderen Ambiente einen stilvollen Rahmen für die Fachmesse. In großzügiger, entspannter Atmosphäre konnten sich Aussteller und Besucher begegnen, Produkte verkosten und in Gespräche vertiefen.

Knapp 20 Aussteller präsentierten ihre Sortimente – überwiegend Käsespezialitäten aus Deutschland, den Niederlanden, Österreich, der Schweiz, Italien und Frankreich. Alle teilnehmenden Hersteller arbeiten eng mit Jöla zusammen und nutzten die Hausmesse, um sowohl bewährte Klassiker als auch Produktneheiten vorzustellen. Das Spektrum reichte von traditionellen Rohmilchkäsen bis hin zu innovativen Konzepten, die aktuelle Markt- und Konsumtrends aufgriffen.

Während der siebenstündigen Veranstaltung nutzten etwa 200 Besucher die Gelegenheit zum fachlichen Austausch. Das Publikum setzte sich vor allem aus Einkäufern und Vertriebsmanagern aus dem Lebensmitteleinzelhandel, Inhabern von Fachgeschäften, Mitarbeiterinnen aus den Käsebedienabteilungen sowie Markthändlern zusammen. Sie informierten sich über Unternehmen und Sortimente, probierten die präsentierten Spezialitäten und kamen mit Herstellern und Kollegen ins Gespräch.

Die Hausmesse hat bei Jöla eine lange Tradition und findet – mit nur wenigen Unterbrechungen – jährlich statt. In diesem Jahr wurde sie bereits zum 15. Mal ausgerichtet. Entsprechend zufrieden zeigte sich der Veranstalter mit dem Verlauf des Tages. Geschäftsführer Tobias Brüchatz betonte: „Unsere Hausmesse ist weit mehr als eine ideale Plattform für den fachlichen Austausch. Wir spüren hier eine große Wertschätzung gegenüber dem Produkt Käse und unseren Partnern und sind sehr glücklich über das Vertrauen, das uns entgegengebracht wird.“

Zum Unternehmen: Die Jöla Molkereiprodukte-Vertriebs-GmbH mit Sitz in Quickborn ist ein mittelständischer Käsefachgroßhandel. Das Unternehmen bietet ein hochwertiges und vielschichtiges Sortiment an, mit einem Schwerpunkt auf rund 1.000 Käsespezialitäten aus aller Welt. um



Jöla-Geschäftsführer Tobias Brüchatz freute sich über das große Interesse an der Hausmesse.



Das Hotel Gastwerk Hamburg diente als Veranstaltungsort für die Jöla-Hausmesse.



Sandrine Stahr und Jérôme Dissaux (Fromi) feiern das 40-jährige Jubiläum der Premium-Weichkäsemarke Argental.



v. li. Paul Mus und Niels Oskam von Vandersterre servierten mediterrane Käse-Neuheiten aus den Niederlanden.



Zeit für einen intensiven Austausch: Lara Vailati (rechts) von der Alp Senn AG.



Martin Oleksiewicz von Baldauf Käse ließ einen Raclette-Käse probieren, der ab dem kommenden Winter erhältlich ist.



Michael Schatzmann präsentierte den Heumilch-Bergkäse aus dem Vorarlberg.



Gute Laune am Heiderbeck-Stand: Thorsen Funk und Petra Klein.



Ilka und Manuel Jiménez (Goedeken) kamen mit einem großen Angebot an Frischkäse zur Hausmesse.



Valerie Kerle bot zu Käse aus Heumilch auch das passende alkoholfreie Getränk an.



(v. li.) Lucas Brinkrolf und Timmy Genz (beide von Savencia) schätzten den Austausch mit den Messebesuchern.



Kerrin Beinert von der Rohmilchkäse-rei Backensholz stellte unter anderem Prepacking-Neuheiten vor.



Manuela Müller und Sylva Teßmer von den Käse-rebellen erlebten großen Andrang auf der Hausmesse



Marlies und Franz Berchtold von der Bio Schau-Käserei Wiggensbach zeigten den beeindruckenden Ziegelgewölbekeller.



Bei Walter Nawior gab es neben Beekeeper-Käse auch die beliebten Bertha-Büchlein für Kinder.

# IMPULSE FÜR DEN WANDEL

In den Nürnberger Messehallen traf sich Mitte Februar vier Tage die Bio-Branche zu ihrer Welt-Leitmesse Biofach, um Neuheiten und Trends im Bereich der ökologisch hergestellten Lebensmittel zu präsentieren.



tige Situation im Bio-Markt waren dabei den beherrschenden Themenfelder. Besonders stark vertreten waren in diesem Jahr Unternehmen aus Italien, Spanien, den Niederlanden, Frankreich und Österreich. Im Vergleich zum Vorjahr war jedoch vor allem in den stark frequentierten Hallen sechs bis neun recht viel Leerstand festzustellen, der durch Trennwände oder mit Sitzflächen kaschiert wurde. Dass der ein oder andere Hersteller mit seinem Stand der Biofach fernblieb, aber in den Gängen und Lounge-Bereichen mit Gesprächspartnern zu sehen war, brachte Vergleiche mit der vor rund 13 Jahren eingestellten Intermopro hervor, bei der ähnliche Entwicklungen zum Ende der Messe führte. Wie vom Messerveranstalter zu hören war, hätte man die Zeichen der Zeit aber bereits erkannt und für das kommende Jahr am Konzept gearbeitet, um neue Aussteller- und Zielgruppen anzusprechen. Dabei soll vor allem das Profil geschärft werden, hin zu zukunftsfähigen Ernährungsthemen, Fair Trade und „Planetary Health“ sowie der Start-up-Förderung – natürlich immer unter Bio-Gesichtspunkten, hieß es von den Machern der Messe.

Mit einem starken Signal für Transformation und Innovationskraft startete am 10. Februar 2026 die Biofach in Nürnberg. Bis zum 13. Februar versammelte die Weltleitmesse für Bio-Lebensmittel rund 2.200 ausstellende Unternehmen aus 94 Ländern in der fränkischen Metropole. „Die Biofach 2026 zeigte eindrucksvoll, wie breit, modern und international die Bio-Welt aufgestellt ist. Sie ist ein Ort für Orientierung, Austausch und gemeinsames Gestalten“, sagte Dominik Dietz, Director Biofach. „Unsere Aufgabe ist es, die Vielfalt der Branche sichtbar zu machen und die Impulse aufzugreifen, die eine zukunftsfähige Ernährung voranbringen.“

Unter dem Leitmotiv „Growing Tomorrow – Young Voices, Bold Visions“ ge-

staltete die Bio-Community gemeinsam Perspektiven für die Zukunft der Branche. Dabei bot der Biofach-Kongress in acht Fachforen und 169 Einzelsessions Raum für Austausch, Orientierung und neue Impulse – von Markt- und Verbrauchertrends bis hin zu Landwirtschaft, Politik, Wissenschaft und Nachhaltigkeit. Vier Tage lang entstand ein Ort, an dem Visionen, Erfahrung und Mut zur Veränderung zusammenfinden.

In den neun Messehallen präsentierte sich die internationale Bio-Welt mit ihrer gesamten Vielfalt. Fachbesucher entlang der gesamten Wertschöpfungskette verschafften sich einen umfassenden Marktüberblick und nutzten die Veranstaltung intensiv zur Vernetzung. Neuheiten, Konzepte, Trends und vor allem die derzei-

Ein großes Thema der Messe waren die Rohstoffe – vor allem an den Ständen für Käse und Molkereiprodukte. Einer Rohstoffknappheit vor rund eineinhalb Jahren folgte eine zu große Milchmenge, die derzeit für einen großen Preisdruck sorgt – sowohl für Bio- als auch für konventionelle Produkte. Diese Volatilität wird auch für das kommende Jahr prognostiziert, was weiterhin zu „harten Diskussionen

zwischen Handel und Hersteller führen wird und auch 2026 zu einem Jahr der Herausforderungen machen wird“, kommentierten mehrere Aussteller.

Zudem musste man sich auf der diesjährigen Biofach auch eingestehen, dass der Boom hin zu Alternativen – vor allem im Milchbereich – einen herben Dämpfer erhalten hat. Tofu und andere Fleischalternativen haben ihren festen Platz in den Einkaufswagen. Doch von Käsealternativen wollte auf Biofach kaum noch jemand etwas wissen. Drinks auf Basis von Mandel, Soja oder Kokos bewegen sich dagegen in einer kleinen Nische. Zahlreiche Markenhersteller haben sich bereits aus dem Markt verabschiedet oder die Kapazitäten deutlich zurückgefahren. „Zwei, drei namhafte Hersteller drücken derzeit viel Ware zu kaputten Preisen in den Markt und erfolgreich sind eigentlich nur noch die Eigenmarken des Handels“, berichtete ein Marktteilnehmer.

Trotz aller aufkommender Kritik an der Messe und der Herausforderungen des Marktes waren die Aussteller – vor allem aus dem Bereich Käse und Molkereiprodukte – äußerst zufrieden mit der Qualität der Fachbesucher. Die Einkäufer aller national und international wichtigen Handelsketten konnten schon an den ersten beiden Messetagen auf den Ständen zu „guten Gesprächen“ begrüßt werden.

Die Neuheiten-Show „Biofach Trends 2026“, die von einer Trendjury aus Branchenexperten ausgelobt worden waren, zeigten, wie vielfältig sich der Bio-Markt entwickelt hatte. In der Branche wurde

eine zunehmende „Mainstreamisierung“ des Bio-Sektors sichtbar, die eine Verbindung traditioneller Werte mit zukunftsorientierten Lösungen erforderte („Reframing Organic“) und zugleich klare, reduzierte Rezepturen in den Mittelpunkt stellte („Perfectly Simple“). Die Produktwelt präsentierte sich farbenfroher und war stark von sensorischen Erlebnissen geprägt („Colourful by nature“). Darüber hinaus gewannen moderne Fermentations- und Präzisionsverfahren an Bedeutung („Precision meets tradition“), ebenso funktionale Konzepte („Wellbeing in a bottle“) und Lösungen zur Förderung eines gesunden Mikrobioms („Oh my gut!“).

In den Messehallen wurde Innovation erlebbar gemacht – unter anderem am Neuheiten-Stand, bei den Trendtours und auf der Innovation-Stage. Dort stellten 31 junge Unternehmen im Rahmen der Start-up-Pitches ihre Ideen und Geschäftsmodelle vor. Gemeinsam mit den International Newcomern & Start-ups sowie dem geförderten Gemeinschaftsstand „Young Innovators“ entstand ein lebendiges Schaufenster für zukunftsweisende Lösungen, das sowohl Orientierung als auch Inspiration bot.

Die Biofach 2026 unterstrich wieder einmal ihre Rolle als internationale Leitplattform der Bio-Branche und als Impulsgeberin für eine nachhaltige Transformation der Lebensmittelwirtschaft. Man darf gespannt sein, wie sich das Konzept der Messe weiterentwickeln wird, wenn sich die Tore der Nürnberg-Messe im Februar 2027 zur nächsten Biofach öffnen werden.

tw



v.li. Heidi Trettler, Ellen Partl und Christiane Mösl erklärten den Fachbesuchern die Vorzüge der Heumilch.



Das Team der Käse Rebellen stellte wieder die rebellische Heumilchkäse-Vielfalt vor.



v.li. Thorsten Witteriede, Chefredakteur KÄSE-THEKE, Frederik Nalis, Geschäftsführer Savencia und Jessica Bertmer, Marketing Molkerei Söbbeke probierten die Käse aus dem Münsterland.



Margit Gomm stellte den Fachbesuchern die große Käsevielfalt der Ökologischen Molkereien Allgäu (ÖMA) vor.



Der Neuheiten-Stand in Halle 4 bot einen Überblick über die besten Neuheiten aus allen Warengruppen. Foto: Messe Nürnberg/ Uwe Niklas



Der Hallo Cheese Grillkäse von der Klosterkäserei Schlierbach wurde auf der Biofach gerne als Burger probiert.  
Foto: Messe Nürnberg/Thomas Geiger



v.l. Peter Bungenberg, Tim Ten Dam und Michiel Firing präsentieren das große Schnittkäse-Sortiment von Aurora.



Käsesommeliere Sandra Schumertl freute sich über das Wiedersehen mit Thilo Metzger-Petersen von der Rohmilchkäserei Backenscholz.



v.li. Rudger Klein, Niels Oskam und Marja Bastiaansen stellten die Bio-käse von Bastiaansen Kaas und Vandersterre vor.



Harald Weidacher und Clemens Mair hatten die Tiroler Köstlichkeiten von Bio vom Berg dabei.



Frieder Wieland, Genussbotschafter, stellte das mittlerweile recht umfangreiche Prepacking-Sortiment der Dorfkäserei Geifertshofen vor.



Erik Hollander stellten dem Fachpublikum die Bio-Goudas der Marke Hoidammer von Henri Willig vor.



v.l. Bei der Kärntnermilch stand der neue Bio-Käse „Der wilde Österreicher“ im Mittelpunkt. Er wurde von Andre Gossi und Andreas Smole vorgestellt.



Sean Sartorius von der Käsemanufaktur Luisenhof berichtete auf der Biofach von dem neuen A2-Weidemilch-käse.



v.l. Ursula Holdermann und Ina Clara Schöngarth präsentierten die Ziegenkäse aus dem Schwarzwald, darunter auch den neuen Ziegenbrie.



Die dänische Bio-Molkerei Thise ist seit vielen Jahren auf der Biofach. Britta Kristensen empfahl den Leuchtturm Käse.



v.l. Auch Willem-Jan Oudehinken und Marc Eversteijn informierten die Fachbesucher über einige neue Käsesorten von Treur Kaas.

Bio-Markt

## Eigenmarken stärker gefragt

Der deutsche Bio-Lebensmittelmarkt hat sich 2025 offensichtlich wieder erholt. Der Deutsche Bauernverband erwartet laut einem eigenen Marktbericht ein Umsatzplus von rund acht Prozent. Damit sei die Absatzflaute des Inflationsjahres 2022 überwunden, heißt es weiter. Der Bio-Umsatz dürfte 2025 die Marke von 18 Milliarden Euro überschreiten, getrieben vor allem von Bio-Handelsmarken. Neben Super- und Drogeriemärkten zählt auch der Naturkostfachhandel wieder zu den Gewinnern. Dennoch hinkt die heimische Erzeugung der Entwicklung hinterher. Trotz eines Umsatzrekords stagnierte die Umstellungsbereitschaft der Landwirtschaft. Zwar werden inzwischen 11,5 Prozent der Agrarfläche ökologisch bewirtschaftet, heißt es zum Beispiel beim Bundesagrarministerium, das Ziel von 30 Prozent bis 2030 – einst von der Ampelkoalition formuliert – bleibt jedoch in weiter Ferne.

Ökodorf Brodowin

## Molkerei-Betrieb eingestellt

Das Ökodorf Brodowin hat Ende 2025 seinen Molkerei-Betrieb eingestellt. Das Demeter-Unternehmen begründet diesen Schritt mit gestiegenen Energie- und Verarbeitungskosten sowie dem anhaltenden Preisdruck im Handel. Trotz des Rückzugs aus der Milchverarbeitung will sich der Betrieb strategisch neu ausrichten und seine Position als Bio-Erzeuger stärken. Künftig soll der Fokus verstärkt auf Produkten wie Suppen, Gemüse, Eiern und Säften liegen. Zudem sollen der Hof als „Erlebnishof“ weiterentwickelt und der bestehende Lieferservice ausgebaut werden. Laut Geschäftsführer Ludolf von Maltzan markiert dieser Wandel eine Rückbesinnung auf nachhaltige Landwirtschaft und regionale Wertschöpfung.

Gläserne Molkerei

## Preis für Nachhaltigkeit

Die Gläserne Molkerei ist in Düsseldorf mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2026 in der Kategorie Milch- und Frischeprodukte ausgezeichnet worden. Das Unternehmen überzeugte die Jury durch das Zusammenspiel aus artenvielfaltsfördernder Bio-Landwirtschaft, hohen Tierwohlstandards und konsequenter Transparenz für Konsumenten. Mit der Initiative „Die Weide lebt!“ setzt die Gläserne Molkerei gemeinsam mit ihren



Bio-Landwirten Maßnahmen für mehr Artenvielfalt auf den Höfen um und honoriert die Partner für ihre Naturschutzleistung. Bei der Preisverleihung dankte Bettina Voß, Marketingleiterin der Gläsernen Molkerei, dann auch den Landwirten, mit denen man die Initiative vorantreibt und die „damit einen echten Beitrag zu einer artenreichen Zukunft“ leisteten.

*Stefan Schulze-Hausmann, Vorstandsvorsitzender Stiftung Deutscher Nachhaltigkeitspreis, übergab den Preis an Bettina Voß. Foto: Christian Köster*

Alnatura

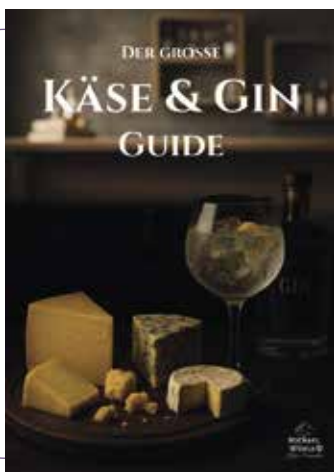
## Vorzeigeprojekt

Der Unternehmenssitz von Alnatura in Darmstadt zählt zu den Top-Ten-Projekten der „UN-Dekade zur Wiederherstellung von Ökosystemen“. Die Vereinten Nationen haben ein Augenmerk auf den Schutz und die Wiederherstellung von Ökosystemen. So überzeugte in der Kategorie „StadtNatur-Renaturierungsprojekt“ der Alnatura Campus die Jury mit seinem ganzheitlichen Konzept zur ökologischen Aufwertung urbaner Räume. Auf dem Gelände eines ehemaligen Militärareals entstand ein Unternehmenscampus, der Naturschutz, Architektur und Bildung verbindet. Herzstück ist das mit einer Stampflehmfassade errichtete Bürogebäude, eingebettet in ein rund 20.000 Quadratmeter großes Außengelände. Davon wurden 16.000 Quadratmeter renaturiert. Inzwischen haben sich dort zahlreiche, teils seltene Tier- und Pflanzenarten angesiedelt. Der Campus versteht sich zugleich als Ort der Begegnung und des Lernens. Ein Entdeckungspfad mit Informationstafeln führt vorbei an Naturteich, Bienenvölkern, Magerwiesen, Schulgarten, einem „Tiny Forest“ und macht Biodiversität erlebbar.

Bio-Messen

## Plattform für die Bio-Branche

Die Bio-Messen bestätigten im vergangenen Jahr ihre Bedeutung für die Branche: Bei stabilen Ausstellerzahlen stieg die Besucherzahl um 3,4 Prozent auf fast 10.000 Gäste, von denen über 70 Prozent aus dem Handel stammten. Für 2026 setzen die Veranstalter neue Impulse: Die Bio Ost in Leipzig öffnet erstmals auch für Privatbesucher, wobei der direkte Produktverkauf Feedback für Aussteller und Nachfrage für den Fachhandel generieren soll. Zahlreiche Bio-Marken haben sich bereits für das neue Konzept angemeldet. Die vier Bio-Messen 2026 finden in Leipzig (Bio Ost 11. und 12.4.), Düsseldorf (Bio West 19.4.), Augsburg (Bio Süd 27.9.) und Hamburg (Bio Nord 11.10.) statt.



### DIREKT, EHRlich UND MIT LEIDENSCHAFT

Mit seinem neuen Buch „Der große Käse- und Gin-Guide“ präsentiert Michael Wühle ein ebenso unterhaltsames wie fachkundiges Werk, das die beiden Welten Käse und Gin verbindet. Der Leser erfährt Wissenswertes über Geschichte und Ursprung der beiden Produkte, erhält fundiertes Käsewissen sowie eine Einführung in die Vielfalt moderner Gin-Stile. Dabei zeigt Wühle, wie sich beide Produkte zu harmonischen Paarungen ergänzen. Neben Porträts stellt der Autor auch Käseklassiker wie den Camembert de Normandie AOP vor. Beschreibungen zu Textur, Reifegrad und Geschmack der einzelnen Sorten sind praxisnah formuliert und werden jeweils passenden Gin-Typen gegenübergestellt. **Michael Wühle: Der große Käse- und Gin-Guide, 114 Seiten, Bookmundo, ISBN 978-94-038-3870-0, 21,00 Euro, [publishde.bookmundo.com](http://publishde.bookmundo.com)**



### BERGBAUERN

Mit „Bergbauern“ hat der Walliser Fotograf Raymond Zurschmitten einen Bildband geschaffen, der den Alltag von zwölf Schweizer Bergbauernfamilien in den Mittelpunkt stellt. Unter steilen Hängen, langen Wintern und hohem Arbeitsaufwand entstehen

Produkte von besonderer Qualität – getragen von Idealismus, Naturverbundenheit und Fachkenntnis. Zurschmitten begleitete die Familien jeweils mehrere Tage und dokumentierte ihre Arbeit. Seine Fotografien zeigen nicht nur Menschen und Tiere, sondern auch die Bedeutung der Berglandwirtschaft für Landschaftspflege, Biodiversität und Tourismus. Ergänzt wird das hochwertige Buch durch Videos, die zusätzliche Einblicke ermöglichen. **Raymond Zurschmitten: Bergbauern, 152 Seiten, Hardcover, 247 Abbildungen, Weber Verlag, ISBN 978-3-03818-790-5, 49,00 Euro**



### KULINARISCHE REISE DURCH ITALIEN

Seit 35 Jahren gilt „Die echte italienische Küche“ als Standardwerk für authentisches Kochen und ist mit über 1,3 Millionen verkauften Exemplaren eines der erfolgreichsten italienischen Kochbücher. Zum Jubiläum ist eine limitierte Hardcover-Ausgabe im Verlag Gräfe und Unzer erschienen. Das Buch vereint über 200 traditionelle Rezepte aus allen Regionen Italiens. Klar strukturierte Anleitungen erleichtern das Nachkochen. Ergänzt wird die Rezeptsammlung durch Einblicke in regionale Esskultur, Feste und passende Weinempfehlungen. **Reinhardt Hess, Sabine Silzer: Die echte italienische Küche, 320 Seiten, Pappband, Gräfe und Unzer, ISBN 978-3-8338-9924-9, 38,00 Euro.**

### DOLCE VITA UND ITALO-POP

In Luca Vastas Leben spielt Musik eine große Rolle. Zwischen Remscheid und Sizilien aufgewachsen, liebt sie es außerdem zu kochen. Dabei kombiniert sie italienische Lieblingsgerichte mit modernen Ideen – erlaubt ist, was schmeckt. In ihrem Buch Spaghetti-Pop nimmt sie die Leser mit auf eine kulinarische Reise durch Italien. Auf 192 Seiten präsentiert sie klassische und neue Pasta-Gerichte, Rezepte für Antipasti, Salate und Suppen sowie Fleisch- und Fischgerichte, die sich unkompliziert nachkochen lassen. Selbstverständlich dürfen auch die beliebten Dolci nicht fehlen. **Luca Vasta: Spagetti-Pop, Italo-Feeling zum Nachkochen. Meine Rezepte mit Amore, gebundenes Buch, Südwest Verlag, ISBN 978-3-517-10402-7, 25,00 Euro**





Feinkost Käfer

## Pecorino-Käsecreme

Wenn kräftiger Pecorino auf edlen Trüffel trifft, entsteht eine Delikatesse der Extraklasse: Die Pecorino-Käsecreme mit Trüffel von Appennino vereint intensive Käse- mit feinen Trüffelaromen zu einem Geschmackserlebnis. Ob als Begleiter zu frischem Brot, als Veredelung von Pasta oder zum kreativen Einsatz an der Käsetheke – diese Creme spricht sowohl Trüffelfans als auch Pecorino-Liebhaber an. Die Preisempfehlung für das 130-Gramm-Glas liegt bei 19,70 Euro. [feinkost-kaefer.de](http://feinkost-kaefer.de)

Wolfram Berge

## Genussmomente

Delikatessenspezialist Wolfram Berge präsentiert vier Begleiter auf einem dekorativen Holzbrettchen: Paprika-Gelee, fruchtig-süß mit dezenter Chili-Schärfe, Mango-Curry-Sauce mit exotischer Fruchtigkeit und feinem Ingwer, die vegane Senf-Dill-Sauce mit Rheinischem Zuckerrübensirup g.g.A. sowie die englische Cumberland-Sauce mit Bitterorangen und Rotwein-Note. Ob zu Käsefondue, Raclette, Gegrilltem, Fisch oder Gemüse – das Quartett sorgt für Vielfalt am Tisch, nimmt Kunden die Qual der Wahl und macht Lust, Neues auszuprobieren. Mit einer UVP von 13,95 Euro bietet es Zusatzumsatz und eine aufmerksamkeitsstarke Präsentation im Thekenumfeld. Das Brettchen lässt sich

jederzeit mit neuen Saucen bestücken. [delikatessen-berge.de](http://delikatessen-berge.de)

Importhaus Wilms

## Camembert trifft Knoblauch

Mit den Kettle Chips Intense Camembert & Oak Smoked Garlic (100 g) erweitert der Snack-Spezialist sein Sortiment um eine aromatische Variante. Die handgefertigten, extra knusprigen Kartoffelchips kombinieren den cremig-würzigen Geschmack von Camembert mit der feinen Note über Eichenholz gerösteten Knoblauchs. Das Ergebnis ist ein vollmundiges, leicht rauchiges Snack-Erlebnis – ideal für die Käsetheke als Impulsartikel im Zusatzverkauf. [importhaus-wilms.de](http://importhaus-wilms.de)

Bio Gourmet

## Südfranzösische Eleganz im Glas

Mit dem Chardonnay Saint Michel IGP (750 ml) bringt Bio Gourmet die Klasse des Languedoc (Küstenregion in Südfrankreich) in die Käsetheke. Die Trauben stammen von über 20 Jahre alten Reben auf kalkreichen Böden. Im Edelstahltank werden sie zu Wein verarbeitet, auf der Feinhefe ausgebaut und teilweise im kleinen Eichenfass vergoren. Er überzeugt in der schweren Burgunderflasche mit trockenem und ausgewogenem Geschmack. Sein vielschichtiges Aromenspiel macht ihn zum idealen Begleiter zu

Meeresfrüchten, Geflügel und zu reifem Käse. [bio-gourmet.com](http://bio-gourmet.com)

Ruwisch und Zuck/  
Käsespezialisten Süd

## Italienischer Snackartikel

Über die Käsefachgroßhändler Ruwisch und Zuck/Käsespezialisten Süd sind die italienischen Cracker Pizza Croccantina erhältlich. Die Knabberei wird in drei verschiedenen Geschmacksrichtungen angeboten: Olio, Rosmarin und Tomate. Sie eignen sich ideal für den kleinen Snack zwischendurch, zum Dippen oder als Ergänzung zur Käseplatte. Im 170-Gramm-Beutel und in einer Liefereinheit von zwölf Beuteln können sie an der Käsetheke als Zusatzartikel präsentiert werden. [ruwischzuck.de](http://ruwischzuck.de)

PINNWAND

**RAUSCH**

Fachgroßhandel seit 1959



Tel: 02633/475907-0 · [www.papier-rausch.de](http://www.papier-rausch.de)

**KÄSE WEB**  
immer ein Genuss!

# ZUM SCHLUSS

## Film ab

So viel ist sicher: Am 6. Oktober findet die große Gala zum Kreativ Award 2026 im Food Hotel Neuwied statt! Ende Januar traf sich das Team der **KÄSE-THEKE** im Food Hotel, um den Wettbewerb in filmreifen Sequenzen eindrucksvoll in Szene anzukündigen. Das Team erklärt dabei, worauf es bei den Bewerbungen ankommt, wie eine Bewerbungsmappe aussehen kann und gibt wertvolle Tipps zu Foto- und Filmmaterial. Haben wir die Neugier geweckt? Die Filme sind ab sofort auf [instagram.com/kaese\\_](https://www.instagram.com/kaese_theke)



theke und facebook zu sehen. Bei Fragen zum Wettbewerb hilft die Jury-Vorsitzende Ulrike Schmitz gerne weiter (Tel.: 0 26 33/45 40-12, [kt@blmedien.de](mailto:kt@blmedien.de)).

v.l. Team Kreativ Award 2026:  
Thorsten Witteriede,  
Ulrike Schmitz,  
Urte Modlich und  
Burkhard Endemann.

# VORSCHAU

Die **KÄSE-THEKE 3/26** erscheint im Mai

**Länderthema:** Käse aus Skandinavien steht für Ursprünglichkeit, Handwerk und überraschende Aromen. Von kräftigen, lang gereiften Spezialitäten bis hin zu milden, außergewöhnlichen Klassikern spiegelt die nordische Käsekultur raue Natur und Tradition wider. Die Mai-Ausgabe der **KÄSE-THEKE** zeigt die Käsevielfalt Skandinaviens. Käse aus Dänemark, Norwegen, Schweden und Finnland stehen für eine besondere Vielfalt in der Theke und sorgen für Aufmerksamkeit.

**Frischkäse:** Frischkäse überzeugt durch seine Frische, Vielseitigkeit und Cremigkeit. Ob pur, mit Kräutern veredelt oder als Basis für süße und herzhaftere Kreationen – kaum eine Käsegruppe ist so wandelbar. In der Theke sorgen Eigenkreationen für Abwechslung und unterstreichen die Kompetenz des Fachpersonals. Die **KÄSE-THEKE** hat sich umgeschaut, zeigt Kreationen mit Pfiff und den Blick auf eine Käsegruppe mit der Sie sich profilieren können.



Foto: Colourbox.de/Julia Pashentseva



Ihre Ansprechpartner für weitere Informationen und Angebote:

**Dirk Zimmermann**  
Medienberatung  
E-Mail: [dz@blmedien.de](mailto:dz@blmedien.de)  
Tel.: 01 57/86 80 74 79

**Burkhard Endemann**  
Objektleiter  
E-Mail: [be@blmedien.de](mailto:be@blmedien.de)  
Tel.: 0 26 33/45 40 16

**Thorsten Witteriede**  
Chefredakteur  
E-Mail: [tw@blmedien.de](mailto: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: [infobb@blmedien.de](mailto:infobb@blmedien.de)  
Homepage: [www.kaeseweb.de](http://www.kaeseweb.de)

**Herausgeber:** Hans Wortelkamp  
(-14, [hw@blmedien.de](mailto:hw@blmedien.de))

**Objektleitung:** Burkhard Endemann  
(-16, [be@blmedien.de](mailto:be@blmedien.de))

**Redaktion:** tw: Thorsten Witteriede  
(Chefredakteur (V.i.S.d.P.))  
(-20, [tw@blmedien.de](mailto:tw@blmedien.de)),  
us: Ulrike Schmitz  
(-12, [us@blmedien.de](mailto:us@blmedien.de)),  
ke: Kathrin Endemann  
(01 77/6 88 69 57, [ke@blmedien.de](mailto:ke@blmedien.de)),  
ak: Anika Kirschning  
(0 30/92 15 04 39, [ak@blmedien.de](mailto:ak@blmedien.de))  
um: Urte Modlich  
(01 57/39 04 91 33, [um@blmedien.de](mailto:um@blmedien.de))  
ng: Norbert Gefäller  
(-28, [ng@blmedien.de](mailto:ng@blmedien.de))

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

**Grafik-Design:** Jeannette Knab  
(-18, [jk@blmedien.de](mailto:jk@blmedien.de))

**Anzeigenabteilung:** Stefan Seul  
(-17, [sts@blmedien.de](mailto:sts@blmedien.de))

**Redaktionssekretariat:** Stephanie Kusber  
(0 26 33/45 40-0, [sk@blmedien.de](mailto: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](mailto: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:** Emmi Deutschland

**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 Verbrei-  
tung veröffentlichter Beiträge in Papierform  
oder Digital dürfen, auch auszugsweise, nur mit  
vorheriger Genehmigung des Verlages erfolgen.  
Im Falle von Herstellungs- und Vertriebsstö-  
rungen durch höhere Gewalt besteht kein Er-  
satzanspruch. 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 Werbeträ-  
gern (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](mailto:kt@blmedien.de)



Foto: AdobeStock.com/Catalin Pop

### UNSERE SPONSOREN



▲ FREIFELD FÜR POSTVERSAND ▲

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

**Aktuell & kostenlos.**  
Infos zum Thema Käse.



Jetzt anmelden unter  
[www.kaeseweb.de](http://www.kaeseweb.de)

**K** *immer ein Genuss!*  
**KÄSEWEB**

**Weitere Informationen:** Burkhard Endemann, E-Mail: [be@blmedien.de](mailto:be@blmedien.de), Tel.: 02633/454016