

KÄSE- THEKE

Nr. 4 ■ 2026
www.kaeseweb.de

Volle Genusskraft – sooo schmeckt Österreich



„Der wilde Österreicher“ trifft auf „Die zarte Österreicherin“.
Eine Begegnung voller Geschmack, geprägt von Tradition,
Handwerkskunst und der Liebe zu feinem Käse.

Würzig & Zart vereint.





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

zertifiziert nach ISO 9001 und ISO 27001



BÜHNE
FREI

**THORSTEN
WITTERIEDE**
Chefredakteur

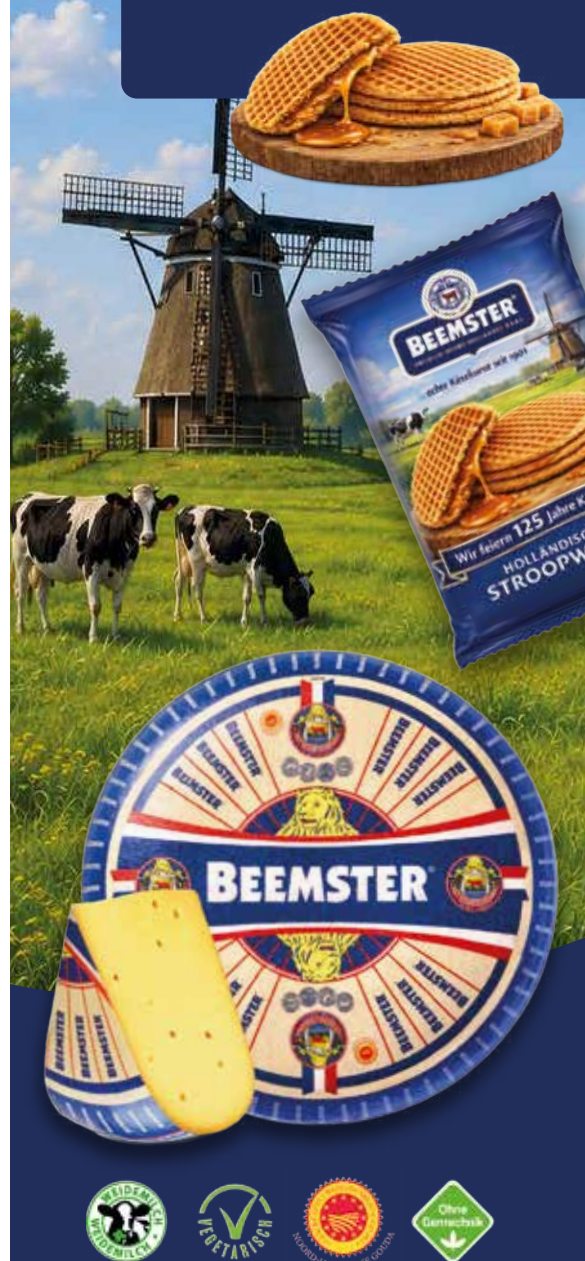
Käse ist ein Genussprodukt und für die meisten Konsumenten weit mehr als nur die Scheibe auf dem Brot. Auch wenn Kunden an der Bedienungstheke in der Regel die altbekannten Sorten ordern, sind sie offen für neue Geschmackserlebnisse – meist auf Basis dessen, was zu ihren geschmacklichen Einkaufsgewohnheiten passt. Genau hier bieten Aktionen die beste Möglichkeit, neue Impulse zu setzen und Kunden zusätzliche Genussmomente nahezubringen.

Ob einzelne Sorten, ganze Käsegruppen oder Ländersortimente: Vieles kann in den Fokus gerückt werden. Ebenso reizvoll sind Kombinationen mit süßen oder würzigen Begleitern, die den Blick auf Käse erweitern und Lust aufs Probieren machen. Die Kompetenz der Mitarbeiter unterstreicht dabei die Qualität der Bedienstungsabteilung. Sie macht aus Sortiment Vielfalt, aus Auswahl ein Erlebnis und hebt die Genussvielfalt an der Theke sichtbar hervor. Und vor allem bringt sie Ihre Kunden dazu, sich an neue Sorten und Kombinationen heranzutrauen.

Aktionen müssen dafür nicht riesig sein, sondern zum Markt und zur Größe der Abteilung passen. Gleiches gilt für die zeitlichen Anforderungen an eine Aktion. Denn Personal ist knapp und muss effektiv eingesetzt werden. Von der kleinen Verkostung bis zum großen Aufbau sowie der Länge ist alles möglich. Wichtig ist vor allem eines: Es ist Ihre Bühne. Sie sind Regisseur und Hauptdarsteller zugleich. Und der Kunde wird es danken – mit einem Lächeln, vielleicht mit einem genießenden Seufzer und vor allem mit einem höheren Bon. So entsteht Bindung, und aus Verbrauchern werden Stammkunden, die die Qualität des Käsesortiments und die Beratung an der Theke zu schätzen wissen. Daher „Bühne frei“ für vielfältige Genussideen, bei geschmackvollen Inszenierungen.



GRATIS
Holländische Stroopwafel
beim Kauf von Beemster Käse



INHALT

Foto: AdobeStock.com/ Julhabibiy



★ Fachthema

Sommerbrise in der Käsetheke	6
Der passende Dip zur Fußball-WM von Reimgold	13
Die Cheese from Spain-Awards 2026	14
Im Rewe-Center Darmstadt gibt's frische Ideen für heiße Tage	16

★ Neuheiten

Rotwild-Käse im neuen Look	18
Alpentorte zum ÖMA-Jubiläum	18
Schweizer Rahmkäse von Weidner	18
Der Jubi Bergkäse aus der Sellthürner Käsküche	18
Neuer Pestokäse aus dem Odenwälder Käsekeller	18
Wenn Niederlande auf Italien trifft	19
Beemster Mai wieder verfügbar	20
Der Sommer Rebell ist zurück	20
Neue Rezeptur im Affinois-Sortiment	20
Frischer Franzose von Fromi	20
Sommerlicher Geschmack im Jurassic-Sortiment	20
Isigny-Frischkäse mit Zitrone Limette	20
Geräucherter Klassiker aus der Lombardei	21
Pfirsich-Variante des Isigny-Frischkäses	21
1000-Tage-Gouda im Scheer-Sortiment	21
Bockshornklee-Käse aus den Niederlanden	21
Blauschimmelkäse aus Schafsmilch	22
Bio-Schnittkäse mit blauen Adern und Kakao	22
Bio-Cheddar-Block für Großverbraucher	22
Bio-Massdamer für die Gemeinschaftsverpflegung	22
Scarmorza für den Burger	22
Langres Coupe von den Käsespezialisten	23
Bergseeperle aus der Schweiz	23
Black-Bomber-Cheddar aus Wales	23
Geräucherter Pasta-filata-Käse in Bällchenform	23
Blaue Adern für holländischen Landana-Käse	24

★ Aktionen

Heumilch-Käse trifft auf Honig	25
Leerdammer am Hamburger Hafen	25
Einkaufsduelle mit AMA-Produkten	25
Zeit für Beemster Mai	25
Der Weltmeister vom Beemster-Polder	26
Mit Aktionen Kunden gewinnen	28
Kulinarischer Kundenabend bei Marktkauf Knödden	31
Bei Edeka Wilger ist die Käsetheke ein Erlebnis	32
Beemster-Käsesnacks zur WM	33
Der Cheeseboard-Generator von Wyngaard Kaas	33
Das AMA-Gütesiegel stärkt Kaufentscheidungen	33
Wie und wo bekommt man passendes Aktionsmaterial?	34

Unverzichtbare Klassiker in Ihrer Käsetheke



Das European Cheese Center ist eine Erlebniswelt für Käsefans. Mit den Schweizer Käsewelten ist ein neuer Bereich eröffnet worden.

ab Seite 40

Beemster-Stroopwafeln zum Jubiläum	37
Die Arge Heumilch bietet Emotionen für den Verkauf.....	38

★ Unterwegs

Die neuen Käsewelten des European Cheese Centers	40
Käsebörsen in Hannover	42

★ Zusatzverkauf

ÖMA-Käse trifft Gemüse	43
Süße Zwiebeln von Vinella	43
Premium-Chips aus Spanien.....	43
Fruchtige Ergänzung von Wolfram Berge	43
Vianis Würzöl zum Käse	43

★ Rubriken

Vorwort	3
Meldungen	39, 44
Vorschau/Impressum	46

ANZEIGE



Bergader – Käsegenuss aus Alpenmilch.

SOMMERBRISE IN DER KÄSETHEKE

Mediterrane Käsespezialitäten, Frischkäsezubereitungen und raffinierte Grillkonzepte mit Käse bringen während der Sommermonate neue Impulse in die Bedienungstheke.



Käsetipps für heiße Tage

- Hart- und Schnittkäse lassen sich auch gut mit Obst- und Gemüsestücken auf einem Spieß arrangieren.
- Weichkäse, wie der italienische Paglietta, am besten mit Speck oder Zucchini-Scheiben einwickeln und in einer Aluschale auf dem Rost erhitzen.
- Champignons, Tomaten oder Paprikas mit geriebenem oder gestiftetem Käse befüllen und auf dem Feuer erhitzen.
- Zum Finish Steaks mit einer Scheibe Gorgonzola, Roquefort oder geräuchertem Schnittkäse belegen.
- Fisch mit Dillfrischkäse füllen, frischen Kräutern auf ein mit Olivenöl bestrichenes Stück Alufolie legen.

Foto: AdobeStock.com/ Julhabiby

Mit den ersten warmen Tagen des Jahres ändern sich die Vorlieben der Verbraucher: Leichte Gerichte, Grillabende und spontane Picknicks rücken in den Mittelpunkt. Für die Bedienungstheke eröffnet die Sommersaison zahlreiche Möglichkeiten, Käse attraktiv zu präsentieren und neue Kaufimpulse zu setzen. Mediterrane Klassiker wie Mozzarella, Burrata, Feta oder Manchego können in der warmen Jahreszeit empfohlen werden, ebenso wie aromatische Schnittkäse, die mit Blüten, Kräutern oder Gewürzen veredelt sind. Ergänzt durch Grillkäse – meist in der Prepackaging-Truhe platziert – und hausgemachte Frischkäsekreationen mit frischen Kräutern, Tomaten, Früchten oder mediterranen Zutaten entsteht ein attraktives Sortiment für die Theke. Dazu einige sommerliche Tipps, die Sie ihren Kunden nicht vorenthalten sollten.

Es lohnt sich, Käse gezielt als Sommerprodukt zu präsentieren. Themeninseln innerhalb der Theke erleichtern den Kunden die Orientierung und inspirieren zu neuen Verwendungsanlässen. Rezeptkarten mit einfachen Ideen für Grillabende, Picknicks oder Sommersalate setzen zusätzliche Kaufimpulse. Ebenso wirkungsvoll sind Cross-Promotions mit Antipasti, frischen Kräutern, Obst oder Brot. Sie zeigen auf einen Blick, wie vielseitig Käse eingesetzt werden kann, und fördern den Absatz. Eine saisonale Dekoration rundet die Präsentation ab und macht die Käsetheke zum Blickfang im Markt.

„Im Sommer machen wir es den Kunden besonders leicht und bieten fertige Pfännchen mit Käse an, die auf den Rost gestellt werden können“, berichtet beispielsweise Zorica Monteleone, Bereichsleiterin Frischetheken bei Edeka Schmitt in Wald-Michelbach. Die Portionen enthalten je nach Variante Feta, Grillkäse oder würzige Schnittkäse mit guten Schmelzeigenschaften. Dekoriert mit Gemüse, Obst und Kräutern entstehen Alternativen für den Sommerabend. „Von Gouda bis Taleggio funktioniert das wunderbar“, so Monteleone. Wichtig in der Beratung: Käse sollte niemals

direkt auf das Grillrost gelegt werden, sondern am besten in eine Aluschale! Während kräftige Rotkulturräse in den Sommermonaten etwas weniger an der Käsetheke gefragt sind, steigt die Nachfrage nach mediterranen Spezialitäten deutlich. „Mozzarella, Burrata, Feta und auch Provolone stehen jetzt im Mittelpunkt unserer Theke. Außerdem kommen Käse mit Blüten und mediterranen Kräutern besonders gut an“, erklärt die Käseexpertin. Großer Beliebtheit erfreuen sich bei ihren Kunden die fertigen Picknick-Boxen. Sie enthalten gewürfelten Käse, Frischkäse, Grissini, Brot, Schinken oder Antipasti und bieten eine unkomplizierte Lösung für Ausflüge und Gartenpartys. Ein weiteres Erfolgsrezept sind die selbst hergestellten Frischkäsezubereitungen. Das Sortiment des Marktes in Wald-Michelbach umfasst bis zu acht verschiedene Sorten. „Besonders gefragt sind im Sommer Varianten mit Kräutern, Tomate-Basilikum, Paprika-Chili oder Früchte wie Mango oder Aprikose. Sie bringen Abwechslung aufs Brot, passen zu Gegrilltem und eignen sich hervorragend als Dip.“

Mediterraner Genuss

Gut in den Sommer passen Pasta-Filata-Käse. Der italienische Begriff bedeutet „gezogener Teig“. Gemeint ist ein traditionelles Herstellungsverfahren, bei dem gereifter Käsebruch mit heißem Wasser überbrüht, geknetet und anschließend gezogen wird. Zu den bekanntesten Vertretern zählen Mozzarella, Burrata, Provolone, Scamorza und Caciocavallo.

Unter der Bezeichnung „Giulia Italia – al Gusto eccellente“ hat das Hamburger Käselager ein Sortiment angekündigt, das die italienischen Klassiker Burrata, Stracchino und Stracciatella sowie die neue Cremosa in den Fokus rückt. Die Spezialitäten werden in Venetien aus Sommermilch hergestellt. Stracciatella, das cremige Herz der Burrata, erfreut sich hierzulande großer Beliebtheit als Zutat für Antipasti, Salate und Pasta-Gerichte. Der cremige, streichzarte Stracchino ist ein Frischkäse, der Focaccia, Sandwiches und warme Speisen verfeinert. Cremosa wiederum ist ein weicher, besonders sah-



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

1986 – 2026.



Jubi Bergkäse

40 Wochen gereift

Jubi Alpentorte

Eine „Käsetorte“
der besonderen Art

www.oema.bio

Münnich Fromage



Der Weichkäse Quartirolo Lombardo DOP (mind. 48 % Fett i.Tr., 200 g, ca. 1 kg), kommt aus der Lombardei und zeichnet sich vor allem durch seinen delikaten und leicht säuerlichen Geschmack aus. Er eignet sich als Verbindung mit Nüssen, Trauben, Äpfeln und Honig sowie als Zutat im Salat und als Vorspeise.

Jäckle Frische-Partner



Der in Salzlake gereifte Schafmilch-Weichkäse (mind. 48 % Fett i.Tr.) wird für die Theke in Rapsöl mit Kräutern und Gewürzen eingelegt angeboten. Die ca. 1,2-kg-Schale lässt sich auch ideal im Feinkost-Sortiment neben der Käseauslage platzieren.

Heiderbeck



Die Scamorza Sticks von Casa di Pietro sind schnell auf dem Grill oder in der Pfanne zubereitet. Beim Erwärmen bildet der geschmeidig-zartschmelzende Käse eine feine Kruste. Typisch ist das mild-rauchige, leicht salzige Aroma. Die 200-g-Packung enthält sechs Sticks.

Anderlbauer



Genuss in drei Geschmacksrichtungen bietet der neue Grillkäse Mi (mind. 45 % Fett i.Tr., ca. 100 g, mikrobielles Lab). Der halbfeste Schnittkäse wird aus Schaf- und Ziegenmilch in Bayern handwerklich hergestellt. Die Geschmacksrichtungen natur, italienisch und Knoblauch sorgen für käsigen Grillgenuss.

Westland Kaas



Westland Kaas bietet mit Westlite jung und Westlite mittelalt zwei Gouda-Varianten mit 40 Prozent weniger Fett als herkömmlicher Gouda, dennoch vollem Geschmack. Die Käse (17 % absolut, 18 % Fett absolut, ca. 5,9 kg, 5,7 kg, mikrobielles Lab) sind in unterschiedlichen Reifegraden erhältlich.

Ruwisch und Zuck/ Käsespezialisten Süd



Camembert di Bufala Pistacchio (mind. 67 % Fett i.Tr., 280 g, tierisches Lab) aus der Lombardei reift mindestens zwei Wochen. Die Büffelmilch-Spezialität mit Pistazien bietet cremige Konsistenz und einen vollmundigen Geschmack.

niger Frischkäse aus Venetien, der sich ideal als Brotaufstrich sowie als Zutat für kalte und warme Sommergerichte eignet. Die klassische Burrata der Giulia-Range enthält im Inneren eine cremige Stracciatella-Füllung und wird von einer zarten Mozzarella-Hülle umschlossen. Alle Produkte werden ohne Konservierungsstoffe hergestellt und sind saisonal von April bis September erhältlich.

Mediterrane Käsesorten sind weit mehr als saisonale Ergänzungen in der Kä-

setheke. Sie stehen für internationale Käsekultur und vielfältige Einsatzmöglichkeiten. Gleichzeitig liegt eine bewusste, proteinreiche Ernährung bei den Verbrauchern weiterhin im Trend. Auch leichte Käsesorten mit reduziertem Fettgehalt und hohem Proteingehalt werden nachgefragt. Beemster bietet mit den Sorten Beemster Lite Mild und Beemster Lite Pikant vollen Käsegenuss bei reduziertem Fettgehalt. Mit nur 18 beziehungsweise 19 Prozent Fett absolut überzeugen die Schnittkäse durch

ihren milden und pikanten Geschmack sowie die für Beemster typische Cremigkeit. Auch die Sorten Westlight jung und Westlight mittelalt von Westland Kaas kombinieren 40 Prozent weniger Fett mit vollem Käsegeschmack.

Mediterrane Käsesorten

Feta PDO ist die bekannteste Käsespezialität Griechenlands und zählt seit Jahren zu den festen Größen im mediterranen Sortiment deutscher Käsetheken. Der in Salzlake gereifte Käse wird tradi-

tionell aus Schafsmilch mit einem Anteil von bis zu 30 Prozent Ziegenmilch hergestellt. Seine geschützte Ursprungsbezeichnung garantiert, dass Feta ausschließlich aus Griechenland stammt. Typisch sind die weiße, kompakte, leicht bröckelige Struktur des Käseteigs und ein salzig-frisches Aroma mit leichter Säure. Durch die Lagerung in Lake bleibt der Käse saftig und schnittfest zugleich. Feta wird vor allem als vielseitiger Küchenbegleiter für Salate, Aufläufe, Gemüse oder gefüllte Teigwaren geschätzt. Gegenüber Imitaten aus Kuhmilch überzeugt das Original mit deutlich mehr Würze und einem charakteristischen Schafsmilchton.

Manouri PDO gilt als griechische Spezialität und ist im Vergleich zu Feta deutlich cremiger und sanfter im Geschmack. Hergestellt wird der Molken-eiweißkäse aus der Molke, die bei der Feta-Produktion anfällt. Ihm wird etwas Ziegenmilchrahm hinzugefügt. Dadurch entsteht eine weiche, fast buttrige Konsistenz. Die zylindrischen Laibe besitzen keine Rinde und zeigen einen schneeweißen Teig. Sensorisch dominieren milde Milchsüße, dezente Säure und wenig Salz. Manouri trägt ebenfalls einen geschützten Herkunftsstatus und stammt aus ausgewählten Regionen Griechenlands. Er ist eine Ergänzung zum Feta, er spricht Kunden an, die Käse mit weniger Würze bevorzugen. Er passt gut zu Honig, Früchten, warmem Gemüse oder gegrilltem Fleisch.

Mozzarella di Bufala DOP zählt zu den bekanntesten Käsespezialitäten Italiens und steht für Käse im Premiumsegment. Er wird aus der Milch des italienischen Wasserbüffels hergestellt, was ihm eine besonders saftige Textur und ein intensiveres Milcharoma verleiht. Charakteristisch ist die porzellanweiße Oberfläche, die dünne elastische Haut und ein zartfasriger Teig, aus dem beim Anschneiden milchige Flüssigkeit austritt. Geschmacklich zeigt sich Büffelmozzarella rahmiger, leicht säuerlicher und nachhaltiger als Kuhmilchvarianten. Die geschützte Ursprungsbezeichnung DOP unterstreicht die traditionelle Herkunft. Italienischer

ANZEIGE



DIE KUNST DES ROQUEFORTS SEIT 1906




Mehr erfahren



Seit 1906 ist Papillon eine Referenz für echten Roquefort AOP.

Aus wertvoller Lacaune-Schafsmilch gefertigt und in den legendären Felsenkellern von Roquefort-sur-Soulzon veredelt.

Ein Roquefort von außergewöhnlicher Tiefe mit cremigem Schmelz und charaktvoller Aromatik. Jeder Laib trägt die Handschrift eines über Generationen bewahrten Savoir-faire. Er verkörpert die Authentizität einer der renommiertesten Käsespezialitäten Frankreichs.

FROMI GmbH • Otto-Hahn-Strasse 5 • D-77694 Kehl Auenheim
Tel.: 07851 93 78 0 • info@fromi.com • www.fromi.com



Savencia



Der französische Doppelrahm-Weichkäse Saint André (75 % Fett i.Tr., 1,5 kg, 200 g, mikrobielles Lab) wird in der Normandie (Frankreich) hergestellt. Auf der Käseplatte, zu frischen Früchten oder in sommerlichen Salaten, punktet der Käse mit Vielseitigkeit.

Vandersterre



Prima Donna maturo (45 % Fett i.Tr., 12 kg, tierisches Lab) ist ein niederländischer Käse aus Weidemilch, hergestellt nach italienischem Familienrezept. Während der langen Reifezeit entwickelt er herzhaft-nussige Aromen mit feiner Süße nach Karamell.

Beemster



Beemster Lite Mild reift fünf Wochen lang und überzeugt, trotz geringem Fettgehalt von 18 Prozent absolut, mit mildem Geschmack und Cremigkeit. Beemster Lite Pikant besticht dagegen mit einem Fettgehalt von 19 Prozent absolut, viermonatiger Reifezeit sowie leicht pikantem Geschmack.

Käserebellen



Sommer Rebell (Rahmstufe, 55 % Fett i.Tr., 1/2 Laib à 3 kg, tierisches Lab) ist nur im Sommer erhältlich. Der Schnittkäse aus Bergbauern-Heumilch g.t.S. reift rund 50 Tage. Tomaten und Basilikum im Teig und auf der Rinde sorgen für mediterrane Akzente.

Fromi



Die Roulé von Rians bringt fruchtige Frische in die Sommertheke: Die französische Frischkäsespezialität ist in den Sorten Ananas-Mango (mind. 45 % Fett i.Tr.) und Cranberry (mind. 65 % Fett i.Tr.) erhältlich – als halbe Rolle à 900 Gramm oder als 125-Gramm-Scheibe.

Petri Feinkost



Petrella Bärlauch (73 % Fett i.Tr., 1 kg, mikrobielles Lab) verbindet frische Kräuternoten mit angenehm milder Würze und samtiger Textur. Die Frischkäsezubereitung eignet sich als Brotaufstrich, Dip oder zum Verfeinern sommerlich-herzhafter Gerichte.

Genuss, ideal zu Tomaten, Olivenöl, Antipasti oder gegrilltem Gemüse.

Burrata stammt aus Apulien und hat sich in den vergangenen Jahren zu einer der gefragtesten italienischen Spezialitäten entwickelt. Äußerlich ähnelt sie einer klassischen Mozzarella, doch ihr besonderer Reiz liegt im Inneren: Unter der elastischen Hülle aus Pasta-Filata-Käse verbirgt sich eine sahnige Füllung aus gezupften Mozzarellafäden und Rahm. Beim Anschneiden fließt

dieser cremige Kern weich auseinander. Geschmacklich verbindet Burrata milde Milchnoten mit buttriger Fülle und einer feinen Süße. Diese Cremigkeit macht sie zum Highlight im mediterranen Käsesortiment. Verbraucher verwenden Burrata bevorzugt als Vorspeise, zu Tomaten, auf geröstetem Brot oder als edles Topping für sommerliche Gerichte.

Stracciatella ist eine besonders frische italienische Delikatesse aus feinen, ge-

zupften Mozzarellafäden, die mit Sahne vermischt werden. Der Name leitet sich vom italienischen „stracciare“ für zerreißen ab und verweist auf die faserige Struktur. Bekannt ist Stracciatella als Füllung der Burrata, wird jedoch zunehmend auch als eigenständige Spezialität vermarktet. Sie besitzt eine löffelweiche, fließende Konsistenz und ein ausgesprochen cremiges Mundgefühl. Geschmacklich dominieren frische Milch, dezente Süße und Rahm. Diese Kombination macht Stracciatella zu

einem besonderen Genuss zu Antipasti, Bruschetta, Pasta oder auf Pizza. Für die Käsetheke eröffnet sie zusätzliche Impulskäufe im Frischbereich, denn die Sorte wirkt handwerklich, authentisch sowie trendig.

Stracchino, regional auch Crescenza genannt, gehört zu den traditionellen Weichkäsen Norditaliens und überzeugt durch seine zarte Konsistenz. Hergestellt aus pasteurisierter Kuhmilch, reift er nur kurz und bleibt dadurch rindenlos, feucht und beinahe streichfähig. Sein elfenbeinfarbener Teig zeigt kaum Lochung und entwickelt nur eine sehr milde Milchsäure. Im Geschmack dominieren Joghurt-, Butter- und Sahnenoten, begleitet von einem angenehmen schmelzenden Mundgefühl. Anders als aromatisch gereifte Weichkäse zeigt Stracchino Frische und Cremigkeit. In Italien wird er klassisch auf Brot, in Focaccia oder als warmer Schmelzkäse verwendet. Für die Käsetheke bietet die Sorte eine interessante Alternative für

Kunden, die einen milden Käse ohne ausgeprägte Reifewürze suchen.

Tapas und Urlaubsgefühle

Bestimmte Käsespezialitäten verbinden viele Kunden auch mit Erinnerungen an längst vergangene Sommerreisen. Sie fragen gezielt an der Theke nach Sorten, die sie in Spanien, Italien oder Frankreich kennengelernt haben. Wer diese Wünsche aufgreift und passende Empfehlungen gibt, erweitert das Sortiment um interessante Käse, stärkt die Kundenbindung und zeigt Kompetenz an der Theke.

Aus der spanischen Küche sind Tapas nicht wegzudenken, auch hierzulande sind sie sehr beliebt. Eine attraktive Empfehlung an der Theke sind Tapas-Platten mit spanischen Käsesorten. Bieten Sie Platten mit einer Auswahl unter anderem aus Manchego DOP, Iberico DOP und Mahón DOP, kombiniert mit eingelegten Sardinen, schwarzen und grünen Oliven sowie getrocknete und in Öl eingelegte

Tomaten. Dazu passt ein spritziger Weißwein. Wir stellen ihnen einige Sorten für die Tapas-Platte vor:

Manchego DOP zählt zu den bekanntesten Käsespezialitäten Spaniens und stammt aus der Region Kastilien-La Mancha, der weiten Hochebene im Herzen des Landes. Hergestellt wird er aus der Milch der Manchega-Schafe. Je nach Reifegrad zeigt Manchego unterschiedliche Facetten: jung eher mild, frisch und leicht cremig, gereift dagegen würzig, nussig und angenehm pikant. Seine feste, kompakte Textur und die typische Rindenzeichnung (Espartogras) machen ihn auch optisch besonders markant.

Ibérico DOP ist ein Käse, der für seine Mischung verschiedener Milchsorten geschätzt wird. Häufig wird er aus Kuh-, Schafs- und Ziegenmilch hergestellt. Sein Geschmack ist rund, vollmundig und feinswürzig, oft begleitet von nussigen und leicht pikanten Noten. Die Konsistenz

ANZEIGE



LEKKER LIGHT GENIEßEN

30% weniger Fett,
100% Geschmack.

Für alle, die beim Geschmack keine
Kompromisse machen.



Die Käsemacher



Die Schafskäsewürfel (mind. 45 % Fett i.Tr., 750 g, 1.300 g) bestehen aus gewürfeltem Waldviertler Schafsfrischkäse in einer Marinade aus Rapsöl und feinen Kräutern. Mit säuerlich-pikanter Note passen sie ideal zu sommerlichen Salaten und Antipasti.

Gebr. Baldauf



Baldauf Hütt'n Resi (mind. 50 % Fett i.Tr., 180 g, tierisches Lab) wird auf der Schnittfläche von Hand mit Rosmarin, Zwiebeln und Gewürzen affiniert. Der Schnittkäse aus Schafs-Heumilch schmeckt herzhaft-würzig und passt hervorragend zur sommerlichen Brotzeit.

Carl Fr. Scheer



Schönauer Liebling Zitronenpfeffer (50 % Fett i.Tr., 3,6 kg, mikrobielles Lab) wird zum Ende der Reifezeit mit einer Zitronenpfeffer-Mischung ummantelt. Der elfenbeinfarbene Teig mit Bruchlochung schmeckt aromatisch-würzig und fein zitronig

Dicke Food



Fromage d'Amour (72 % Fett i.Tr., ca. 1,5 kg, tierisches Lab) ist ein Weichkäse aus dem Burgund. Die Double-Crème-Spezialität eignet sich mit ihrer klassischen Form ideal für sommerliche Tortenkreationen mit Früchten wie Erdbeeren, Feigen oder Preiselbeeren.

Züger Frischkäse



Züger Paneer (mind. 44 % Fett i.Tr., ca. 1,4 kg, mikrobielles Lab) ist ein milder, leicht säuerlicher halbfester Schnittkäse nach indischem Vorbild. Er bleibt formstabil und eignet sich klassisch oder gewürzt, etwa mit Curry, ideal für Grill und Barbecue.

Thise Molkerei



Den Sonnenwende Käse (50 % Fett i.Tr., 7,8 kg, mikrobielles Lab) produziert Thise rund um die Sommersonnenwende, wenn die Tage am längsten sind. Der Bio-Schnittkäse reift 26 Wochen und ist ab Ende November für die Bedienungstheke erhältlich.

ist je nach Reifung geschmeidig bis fest. Ibérico ist ein Begleiter auf Käseplatten und in der mediterranen Küche.

Mahón DOP ist die traditionsreiche Käsespezialität von der Baleareninsel Menorca. Produziert aus Kuhmilch, begeistert er durch sein ausgewogenes Aroma, das von mild und butterig bis hin zu kräftig, salzig und leicht würzig reichen kann. Verantwortlich dafür sind sowohl die Reifedauer als auch das besondere Inselklima mit Meeresluft und hoher

Luftfeuchtigkeit. Typisch für Mahón ist seine kantige Form sowie die orangefarbene, oft mit Paprika oder Öl behandelte Rinde.

Grüße aus den Bergen

Eine besondere saisonale Rolle spielen in den Sommermonaten von Juni bis September die Almkäse aus den Bergen. Diese Käse entstehen meist in Höhen auf 1.000 bis 2.500 Metern. Die Milch wird direkt vor Ort in der Hütte oder Sennerei handwerklich zu Käse

verarbeitet. Eng mit dieser Tradition verbunden ist auch die Almbutter. Sie wird aus dem abgeschöpften Rahm gemacht, der bei der Käseherstellung von der Milch genommen wird. Im Butterfass geschlagen, geknetet und in Form gebracht, gelten Almbutter und der Almkäse auf selbstgebackenem Brot auf den Berghütten als besonders aromatisch und schmackhaft. Bei Bergwanderern sind sie sehr beliebt. Sie sind ein schöner kulinarischer Tipp für das Beratungsgespräch an der Käsetheke! **us**

Sommerfrische im Glas

Käse-Saucen und Suppen entwickeln sich zunehmend von saisonalen Klassikern zu ganzjährig relevanten Konzepten. Reimgold, eine Marke von Imlig Käse, greift diese Entwicklung mit einer Linie aus Käse-Suppen und Saucen auf und positioniert die Kategorie gezielt im Bereich Convenience, Genuss und ernährungsbewusster Nachfrage. Gerade in den warmen Monaten sind unkomplizierte Lösungen gefragt, die sich flexibel in Grillgerichte, Snackkonzepte und die schnelle Alltagsküche integrieren lassen. Hier setzen die Reimgold Käse-Saucen und Suppen an: Sie eignen sich als Dip zu Nachos, Ofengemüse oder Kartoffeln, als Topping für Pommes frites, Burger und Steak sowie als Basis für Pasta und Bowls oder klassisch als Suppe. Dass die Produkte sowohl warm als auch kalt eingesetzt werden können, erweitert ihr Einsatzspektrum zusätzlich und macht sie für sommerliche Verzehranlässe besonders interessant. Zugleich reagiert Reimgold auf einen Ernährungstrend, der sich deutlich verbreitert hat. High-Protein-Produkte sprechen längst nicht mehr nur sportaffine Konsumenten an, sondern eine wachsende Zielgruppe, die Protein mit ausgewogener Ernährung und einem aktiven Lebensstil verbindet. Vor diesem Hintergrund umfasst das Sortiment jeweils eine Käse-Suppe und eine Sauce in den Varianten „Original“ und „High Protein“. Die Produkte sind ungekühlt haltbar, im Glas verpackt und bis zu sechs Monate lagerfähig. Reimgold unterstreicht damit, dass Käse-Saucen und Suppen heute weit über die klassische Wintersaison hinausgedacht werden können und als impulsstarke Kategorie im Sommergeschäft punkten. Wer es traditioneller mag, greift darüber hinaus zu den Varianten Appenzeller, Schweizer Emmentaler sowie Gruyère. Die Saucen und Suppen sind über Imlig Käse GmbH sowie Welter & Olbertz Foodagents erhältlich.



ANZEIGE

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

Ruwisch & Zuck
DIE KÄSESPEZIALISTEN
www.ruwischzuck.de

HEIDER BECK
www.heiderbeck.com

SCHEER
www.kaesescheer.de

CHEESE FROM SPAIN AWARDS 2026

Im Frühjahr wurde in Madrid der beste Käse Spaniens prämiert.
Redakteurin Urte Modlich war Mitglied der Jury.

Jurorin Michele Buster (USA): „Der Award würdigt nicht nur die Leistung der Käsehersteller, sondern ist auch Ansporn sich stetig zu verbessern.“



KÄSE-THEKE-Redakteurin Urte Modlich war ebenfalls Mitglied der Jury.



Jurymitglied Jean-Luc Hadey (Schweiz): „Die Harmonie und die Ausgeglichenheit des Gewinnerkäses haben mich sehr beeindruckt.“



Hochebenen, grünen Weiden und jahrhundertealten Traditionen. Aus Kuh-, Schafs- und Ziegenmilch, manchmal auch als Mischung aller drei Milcharten – entstehen hier besondere Käse.

Genau diese Vielfalt wurde bei den diesjährigen Awards gefeiert. Die prämierten Käsesorten werden Teil der internationalen Werbekampagne von ICEX und erhalten damit Sichtbarkeit in wichtigen Märkten Europas und Nordamerikas.

And the winners are

Champion Gold Award: Rey Silo Blanco (Quesos Rey Silo) – Typ Compact White Cheese – stammt aus Asturien und wird aus Kuh-Rohmilch hergestellt. Der Käse reift drei bis fünf Monate. Er hat eine dichte, cremige Textur mit ausgeprägten Noten von Milch und fermentierter Butter und wird nach dem Formen von Hand gesalzen.

Gold: Der Blauschimmelkäse Savel (Airs Moniz, S.L.) kommt aus Chantada, Lugo (Galicien) und wird aus Jersey-Kuhmilch produziert. Die Reifezeit beträgt zwei Monate. Charakteristisch sind seine blaugrüne Marmorierung, die gelbliche Farbe sowie ein elegantes, cremiges Aromenspiel mit Noten von Sahne und Butter.

Jeder einzelne ist ein kulinarisches Kunstwerk: Beim renommierten Cheese from Spain Award haben sich auch in diesem Jahr wieder ausgezeichnete Käse dem kritischen Blick der internationalen Jury gestellt. Sie kam im Rahmen der Fachmesse Salón Gourmets in Madrid zusammen, um mit allen Sinnen zu probieren, zu diskutieren – und am Ende eine Entscheidung zu treffen.

Bei dem vom ICEX España Exportación e Inversiones organisierten Wettbewerb prüfte die Jury 18 Finalisten in Blindverkostungen: Aroma und Tiefe, Textur und Charakter, handwerkliche Präzision und der Mut zur Innovation. Die Entscheidung fiel alles andere als leicht. Schließlich ist Spaniens Käselauswahl so vielfältig wie das Land selbst: geprägt von rauen Bergregionen, sonnenverwöhnten



Rey Silo Blanco



Savel



Ntra. Sra. Fuentes Semicurado DOP Queso Manchego



Los Cameros Mezcla Semicurado



1857 Valdivieso DOP Manchego



Queso Curado Emborrizado

Gold: Der halbgereifte Ntra. Sra. Fuentes Semicurado DOP Queso Manchego (Quesos Artesanos Villarejo, S.L.) stammt aus Cuenca, Castilla-La Mancha und wird aus Schafs-Rohmilch hergestellt. Er reift mindestens 60 Tage und besitzt eine feste, kompakte Konsistenz. Zugleich wirkt er buttrig am Gaumen und überzeugt mit leicht säuerlichen, kräftigen und besonders aromatischen Noten.

Gold: Los Cameros Mezcla Semicurado (Queso Los Cameros, Lácteos Martínez) kommt aus Haro, La Rioja und wird aus Schafs-, Kuh- und Ziegenmilch hergestellt. Die Reifezeit liegt bei zwei Monaten. Er zeichnet sich durch einen feinen, aromatischen Geschmack, einen angenehmen delikaten Duft, eine blass-elfenbeinfarbene Optik und eine feste Textur aus.

Gold: Der Käse 1857 Valdivieso DOP Manchego (Explotaciones Agrícolas Valdegar) stammt aus Alcázar de San Juan, Ciudad Real und wird aus Schafs- und Kuhmilch hergestellt. Er reift 60 bis 100 Tage. Typisch sind seine blass grünlich-gelbe Farbe, die mit Olivenöl gepflegte Rinde, die floralen Muster und ein leicht säuerlich-salziger Geschmack mit angenehmem Nachhall von Manchega-Schafsmilch.

Gold: Queso Curado Emborrizado (Agammasur S. Coop. And.) stammt aus Málaga, Andalusien und wird aus pasteurisierter Ziegenmilch hergestellt. Seine Besonderheit ist die Reifung (150 bis 160 Tage) mit nativem Olivenöl extra und Weizenkleie, wodurch er geschmacklich an Brot mit Olivenöl und Käse erinnert.

Gold: Der gereifte Ziegenkäse Queso Natural al Pimentón (Agammasur S. Coop. And.) kommt aus Málaga, Andalusien und wird aus Rohmilch erzeugt. Die Reifezeit beträgt fünf bis sechs Monate. Seine tiefrote Rinde, die Reifung in Verdial-Olivenöl extra und die Verbindung von Paprika, Olivenöl und Ziegenmilch machen ihn zu einem ausgewogenen und eleganten Produkt.

Gold: Estrella La Peral (Quesos La Peral) stammt aus La Peral, Illas, Asturien und wird aus pasteurisierter Kuhmilch hergestellt. Der Blauschimmelkäse reift 45 Tage. Jung zeigt er sich mild und fein, mit zunehmender Reife entwickelt er mehr Würze, Cremigkeit und ein ausgeprägtes Bouquet.

Gold: Queso Tetilla DOP (Queixeria Prestes) stammt aus Galicien, Spanien und wird aus pasteurisierter Kuhmilch hergestellt. Er reift 10 Tage und ist ein fettreicher Weichkäse. Seine Textur wird mit zunehmender Reife cremiger und schmelzender, begleitet von intensiven milchigen und buttrigen Aromen sowie einer leicht säuerlichen Note.

um



Queso Natural
al Pimentón



Estrella La Peral



Queso Tetilla DOP

ANZEIGE

Provogrill

Perfekt
für den Grill

Goldbraun
Zart schmelzend
Unvergesslich im Geschmack



ProvoGrill

Dein sommerlicher Genussmoment
zum Teilen. Bis zum letzten Bissen.



Die älteste italienische Familientradition

brazzale.com



FRISCHE IDEEN FÜR HEISSE TAGE

Sommerzeit ist Genusszeit — auch an der Käsebedienungstheke eröffnen sich in den warmen Monaten zahlreiche Chancen für zusätzliche Umsätze.



Im Sommer sind frische, leichte und grilltaugliche Käsesorten gefragt, aber auch kreative Snack- und Antipasti-Ideen. Wie sich das Sortiment saisonal anpassen lässt, welche Produkte jetzt besonders gefragt sind und mit welchen Aktionen Händler punkten können, erläutert Luca Damini, Fromelier und Leiter der Käsebedienungstheke des Rewe-Centers Darmstadt, im Gespräch mit **KÄSE-THEKE**.

Verändert sich der Absatz von Käse in den Sommermonaten spürbar im Vergleich zu anderen Jahreszeiten?

Luca Damini: Der Gesamtumsatz an unserer Käsebedienungstheke bleibt auch in den Sommermonaten erfreulich stabil. Allerdings verschiebt sich die Nachfrage innerhalb des Sortiments: Während zu den übrigen Jahreszeiten eher würzige und kräftige Sorten gefragt sind, greifen die Kunden im Sommer verstärkt zu frischen und leichteren Käsen, die sich gut zu Salaten, kalten Gerichten oder mediterranen Speisen kombinieren lassen.

Welche Käsesorten sollten in der Sommerzeit besonders im Mittelpunkt der Käsetheke stehen?

Ganz klar im Fokus stehen frische Weißkäse- und Pasta-filata-Spezialitäten. Sehr erfolgreich verkaufen wir beispielsweise unseren Salakis, also Weißkäse aus Schafsmilch, frisch vom Stück in Salzlake. Darüber hinaus bieten wir ihn auch in Öl eingelegt mit Kräutern oder Chili an — das kommt sehr gut an. Ein weiteres wichtiges Thema sind grillfähige Artikel. Besonders beliebt sind bei uns fertig vorbereitete

Von der Schulbank an die Käsetheke

Mit nur 26 Jahren leitet Luca Damini seit Januar 2025 die Käsebedienungstheke des Rewe-Centers Darmstadt und verantwortet gemeinsam mit einem sechsköpfigen Team ein Sortiment von rund 200 Käsesorten. Nach einem verkürzten Ausbildungsprogramm zum Einzelhandelskaufmann entdeckte er früh seine Begeisterung für die Beratung an der Käsetheke. Bereits während der Schulzeit sammelte er erste gastronomische Erfahrungen bei einem Praktikum und als Koch. Seine besondere Leidenschaft für Käse wurde anschließend von seiner Vorgängerin Rosemarie Köhler gefördert, die ihn intensiv an das Thema Käse heranführte. 2023 absolvierte Damini zunächst das Rewe-interne Qualifizierungsprogramm zum „Beratungsspezialist Käse“ und schloss im selben Jahr die Weiterbildung zum Fromelier am European Cheese Center (ECC) ab. Bekannt ist seine Theke nicht nur für das breite Hart-, Schnitt- und Weichkäsesortiment, sondern auch für einen eigenständigen Bereich mit Schafs-, Ziegen- und Büffelmilchkäsen, Antipasti sowie bis zu 24 hausgemachte Frischkäsezubereitungen. Der Grundsatz: „Frische ist das A und O an der Bedientheke“, steht für Damini im Fokus.

★ SOMMERKÄSE ★

Grill- und Halloumi Spieße, die mit Paprika und Tomaten verfeinert werden. Hinzu kommen Mozzarella aus Kuh- und Büffelmilch sowie natürlich Burrata. Durch den anhaltenden Burrata-Boom ist die Nachfrage im vergangenen Jahr enorm gestiegen; zeitweise waren wir sogar ausverkauft. Mein Rat lautet daher: Burrata im Sommer unbedingt in größeren Mengen an der Theke bevorraten. Ergänzend empfehle ich jüngere bis mittelkräftige Schnittkäse sowie fruchtig affinierte Spezialitäten, etwa mit Feigen- oder Aprikosensauce. Ein persönlicher Favorit von mir ist zudem ein zwölf Monate gereifter Gruyère aus der Höhle — aromatisch, aber dennoch wunderbar sommerkompatibel.

Welche Rolle spielen leichte, frische oder grillgeeignete Käsesorten im sommerlichen Sortiment?

Sie spielen eine zentrale Rolle, weil sie den aktuellen Essgewohnheiten im Sommer perfekt entsprechen. Gerade mediterrane Genusswelten funktionieren in dieser Jahreszeit besonders gut. Auch junge Ziegenkäse empfehle ich sehr gerne. Sie sind im jung gereiften Zustand angenehm mild, gut verträglich und bieten dennoch eine feine Ziegennote. Die Käsetheke sollte konkrete Verzehrimpulse liefern. Ein schönes Beispiel ist eine Ziegenfrischkäserolle, die mit etwas Honig beträufelt in einer Schale auf dem Grill erwärmt und anschließend mit frischem Rucola serviert wird. Ebenso beliebt ist unserer „Baked Brie“: Camembert mit getrockneten Tomaten, Knoblauch und Olivenöl in einer Grillschale, dazu frisches Baguette.

Lassen sich durch gezielte Aktionen an der Käsetheke im Sommer zusätzliche Absatzimpulse setzen?

In der sommerlichen Käsetheke sind Käse- und Antipasti-Aktionen sehr lohnend. Sobald die Kunden sehen, dass Käse nicht nur als Brotbelag, sondern als Bestandteil kompletter sommerlicher Genussmomente inszeniert wird, steigt die Kaufbereitschaft deutlich. Wichtig ist dabei, Produkte miteinander zu kombinieren: Käsewürfel, Oliven, eingelegte Paprika, gefüllte Peperoni oder Dips ergeben gemeinsam ein attraktives Bild. Die Theke wird dadurch emotionaler, farbenfroher und inspirierender. Das spricht die Kundschaft unmittelbar an.

Würden Sie Aktionen rund um Großereignisse wie eine Fußballweltmeisterschaft an der Käsetheke empfehlen?

Ja, solche Anlässe eignen sich hervorragend, um Zusatzumsätze zu generieren. Kunden wünschen in dieser Zeit unkomplizierte Snackideen. us

ANZEIGE

JURASSIC CRÈME Citronnelle & Romarin

Exklusives Rezept: Zitronengras, Rosmarin, hochwertige Bergmilch

Limited Sommeredition 2026

**Jetzt für kurze Zeit erhältlich:
im Juli & August**



Neu



Zu jedem Anlass gibt es einen Jurassic Käse



5,50 kg



JURASSIC



Prepacking Etiketten
mitgeliefert

FROMI

Käserei Imlig	
Produktname: Rotwild Käsegruppe: Schnittkäse Herkunft: Schweiz Fettgehalt: 55 % i. Tr. Lab: mikrobiell Gewicht: ca. 6,7 kg (Halblaib ca. 3,35 kg)	

Im neuen Design präsentiert sich der Schweizer Schnittkäse Rotwild der Käserei Imlig zukünftig in der Bedienungstheke. Das neue, in kräftigen Rottönen gehaltene Laib-Etikett hebt den markanten Hirsch in den Vordergrund und verleiht dem Käse einen modernen Auftritt. Der Schnittkäse wird ist frei von Zusatzstoffen und wird auch in Bio-Qualität angeboten.

ÖMA	
Produktname: ÖMA Jubi Alpentorte Käsegruppe: Halbfester Schnittkäse Herkunft: Deutschland Fettgehalt: 50 % i.Tr. Lab: mikrobiell Gewicht: ca. 2,5 kg	

Zum 40-jährigen Jubiläum präsentiert die Öma eine ganz besondere Käsespezialität: die ÖMA Jubi Alpentorte. Käsemeister Max Sontheim von der Käsemanufaktur Allgäu in Kimratshofen hat aus Bioland-Milch den halbfesten Schnittkäse kreiert, der eine ausbalancierte Würze mit außergewöhnlich cremigem Schmelz besitzt. Seine Rinde ist zum Verzehr geeignet.

Weidner Käse	
Produktname: Crème de la Crème Rahmkäse Käsegruppe: Schnittkäse Herkunft: Schweiz Fettgehalt: mind. 55 % i.Tr. Lab: tierisch Gewicht: ca. 4 kg	

Der Schnittkäse Crème de la Crème Rahmkäse auf Rahmstufe bietet einen aromatischen Geschmack, einen fruchtigen Duft, einen weichschnittigen Teig sowie ein cremiges Gefühl im Mund. Er reift drei Monate und wird als Laib mit vier Kilogramm geliefert.

ÖMA	
Produktname: Öma Jubi Bergkäse Käsegruppe: Hartkäse Herkunft: Deutschland Fettgehalt: mind. 50 % i.Tr. Lab: tierisch Gewicht: 25 kg, 3 kg	

Käsemeister Rudi Gmeiner von der Sellthürner Käsküche entwickelte zum 40-jährigen Jubiläum den Öma Jubi Bergkäse. Die Allgäuer Bioland Heumilch von kräuterreichen Wiesen sowie die Pflege mit Rotkultur während der 40-wöchigen Reifezeit geben dem Hartkäse seinen kräftig-würzigen Charakter. Der Rohmilchkäse ist als 25-kg-Laib oder als Stück (3 kg) bestellbar.

ANZEIGE



HÖRGENUSS FÜR THEKENPROFIS

CHEESECOMMERCE

Verkaufsstrategien für Thekenprofis



PODCAST



www.cheesecommerce.de

Odenwälder Käsekeller	
Produktname: Wolf's Sommelier Käse-Tom Käsegruppe: Schnittkäse Herkunft: Deutschland Fettgehalt: 50 % i.Tr. Lab: mikrobiell Gewicht: 2,5 kg, 150 g	

Besondere Aufmerksamkeit in jeder Käsetheke erfährt der Wolf's Sommelier Käse-Tom aufgrund seiner auffälligen roten Farbe. Diese erhält er durch Tomatenpesto im Teig. Es gibt ihn mit einer Ummantelung von Kräuter-Knoblauch oder Bärlauch. Angeboten wird er als Laib in Brotform mit etwa 2,5 Kilogramm sowie als Prepacking-Stück mit 150 Gramm.

„FORMAGGIO CON PASSIONE“, SEIT 1990 EINE IKONE

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.

Seit über 35 Jahren steht Prima Donna für diese einzigartige Verbindung. Eine prototypische Käse-spezialität, unverzichtbar in jeder Käsetheke. Bis zur Perfektion gereift, begeistert sie mit ihrem kräftig-würzigen, nussigen Geschmack, einer feinen Karamellnote und den typischen Reifekristallen, die Kenner schätzen. Brüchig, aber dennoch leicht zu schneiden. Der ideale Käse für echte Genießer, die das Besondere schätzen.

Vorverpackt

Prima Donna fino, maturo und bio mit 45 % Fett i. Tr. sind als ganze und halbe Laibe sowie vorverpackt in den Größen 8 x 250 g und 10 x 180 g erhältlich.

Die vorverpackten Prima Donna Käsespezialitäten können auch ungekühlt präsentiert werden – ideal für eine attraktive und aufmerksamkeitsstarke Warenpräsentation in Ihrem Markt. Genussvoll, praktisch und verkaufsfördernd zugleich. Für besondere Genussmomente und maximale Sichtbarkeit am POS.

*Stelle die leckerste
Käseplatte mit unseren
Käsesorten zusammen.*



VERTRIEBSKONTAKT:

Paul Mus

p.mus@vandersterre.nl

0174 924 356 3

Niels Oskam

n.oskam@vandersterre.nl

0152 563 93 140



Beemster

Produktname:
Beemster Mai
Käsegruppe: Schnittkäse
Herkunft: Niederlande
Fettgehalt: 48 % i.Tr.
Lab: mikrobiell
Gewicht: 13 kg



Basis für den Saisonklassiker Beemster Mai (48 % Fett i.Tr., 13 kg) ist die besonders aromatische Maimilch. Der junge Gouda mit dem gelb-roten EU-Siegel für geschützten Ursprung wird aus Weidemilch mit mikrobiellem Lab hergestellt und ist daher auch für Vegetarier geeignet. Im strahlend gelben Look präsentiert er sich bis Anfang Juli 2026 an den Theken.

Käserebellen

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



Zurück in den Käsebedienungsstheken ist der Sommer Rebell aus Bergbauern Heumilch in Bio und konventioneller Qualität. Bis Anfang August (KW 32) setzt der saisonale Schnittkäse, der mit getrockneten Tomaten und aromatischem Basilikum verfeinert ist, auch optisch mit seiner ansprechenden Rinde Akzente. Geliefert wird es als Halblaib mit drei Kilogramm.

Fromi

Produktname:
Fromager d'Affinois
Poivre & Baies
Käsegruppe: Weichkäse
Herkunft: Frankreich
Fettgehalt: mind. 52 % i.Tr.
Lab: mikrobiell
Gewicht: 2 kg



Den Fromager d'Affinois Poivre & Baies – mit Pfeffer und Beeren – gibt es mit neuer Rezeptur: Der Weichkäse hat nun eine weiße Rinde anstelle einer Pfefferummantelung. Außerdem wurde die Pfeffermischung im Teig mit Pfefferstückchen aus schwarzem, grünem, weißem und rosa Pfeffer sowie Jamaika-Pfeffer verstärkt, um das gleiche fruchtig-scharfe Aroma beizubehalten.

Fromi

Produktname:
Le Maquis Jurassic
Käsegruppe: Schnittkäse
Herkunft: Frankreich
Fettgehalt: mind. 48 % i.Tr.
Lab: mikrobiell
Gewicht: 2 kg



Der Le Maquis Jurassie ist ein frischer, noch nicht gereifter Tomme, der in Savoyen in Frankreich hergestellt wird. Umhüllt von Kräutern der Provence und verfeinert mit Knoblauch präsentiert er sich sowohl optisch als auch geschmacklich als harmonisch ausbalancierte Spezialität. Im Laufe der Zeit nimmt der Käseteig nach und nach die ätherischen Öle und Aromen der Kräuter auf.

Fromi

Produktname:
Jurassic Crème
Citronnelle Rosmarin
Käsegruppe: Schnittkäse
Herkunft: Schweiz
Fettgehalt: mind. 56 % i.Tr.
Lab: tierisch
Gewicht: ca. 5,5 kg



Der Jurassic Crème Zitronengras & Rosmarin wird im Schweizer Kanton Freiburg hergestellt. Die leicht säuerliche Frische des Zitronengrases in Kombination mit dem Rosmarinaroma machen den Käse zu einer saisonalen Spezialität für die sommerliche Käsebedienungsstheke. Er ist von Juli bis Ende August erhältlich. Der 5,5-kg-Laib wird inklusive Prepackaging-Etiketten geliefert.

Fromi

Produktname:
Isigny Frischkäse
Zitrone Limette
Käsegruppe: Frischkäse
Herkunft: Frankreich
Fettgehalt: 6 % i.Tr.
Lab: k. A.
Gewicht: 500 g



Zur Ergänzung seiner Kollektion aromatisierter Frischkäse bringt Isigny mit der Sorte Zitrone und Limette eine neue Geschmacksrichtung auf den Markt. Alle Frischkäse werden ohne Farbstoffe oder künstliche Aromen hergestellt und schöpfen ihren Geschmack aus dem Terroir von Isigny im Herzen der Normandie. Der Frischkäse Zitrone und Limette ist im 500-g-Becher erhältlich.

Fromi

Produktname:
Isigny Frischkäse Pfirsich
Käsegruppe: Frischkäse
Herkunft: Frankreich
Fettgehalt: mind. 7 % i.Tr.
Lab: k. A.
Gewicht: 500 g



Isigny erweitert seine Kollektion aromatisierter Frischkäse (Madagaskar-Vanille, Himbeere, Erdbeere) für den Sommer um eine weitere Sorte – die Geschmacksrichtung Pfirsich. Mit seinem leichten und erfrischenden Geschmack ist sie ein Genuss als Brotaufstrich, schmeckt aber auch als Zutat in fruchtigen Dips oder süßen Desserts.

Carl Fr. Scheer

Produktname:
Scamorza geräuchert
Käsegruppe:
Pasta-filata-Käse
Herkunft: Italien
Fettgehalt: mind. 44 % i.Tr.
Lab: mikrobiell
Gewicht: 280 g



Der geräucherte Scamorza ist ein kleiner Pasta-filata-Käse, hergestellt in der Latteria Soresina in der Lombardei. Er zeichnet sich durch seine charakteristische Birnenform, die zarte, essbare bräunliche Rinde sowie die feine Rauchnote aus. Sein Teig ist schnittfest, elastisch und schmilzt bei Hitze hervorragend. Der Scamorza schmeckt kalt, eignet sich aber auch zum Überbacken.

Carl Fr. Scheer

Produktname:
1000 Tage Gouda
Käsegruppe: Hartkäse
Herkunft: Niederlande
Fettgehalt: 48 % i.Tr.
Lab: tierisch
Gewicht: 8,6 kg



Der 1000 Tage Gouda hat einen vollen und intensiven Geschmack. Er reift 1000 Tage, bis er seinen Charakter mit den salzigen Kristallen und seine warme, dunkelgelbe Farbe erreicht hat. Der Hartkäse bröckelt leicht, wenn man ihn schneidet.

Carl Fr. Scheer

Produktname:
Käse mit Bockshornklee
Käsegruppe: Schnittkäse
Herkunft: Niederlande
Fettgehalt: 50 % i.Tr.
Lab: mikrobiell
Gewicht: 4,5 kg



Die Bockshornkleesamen sorgen in diesem cremigen, holländischen Schnittkäse für ein leicht süßliches und nussiges Aroma. Er ist für Vegetarier geeignet, da er mit mikrobiellem Lab hergestellt wird.

ANZEIGE

ROTWILD – Ein Wilder Schweizer Käse

Gereift auf unbehandelten Fichtenholzbrettern und nur mit reinem Salz gepflegt, entfaltet der «Rotwild» seinen unverfälschten Geschmack.

- **Rein vegetarisch:** Hergestellt mit mikrobiellem Lab.
- **Natürlich:** Frei von jeglichen Zusatzstoffen.
- **Bio:** Auch in Bio-Qualität erhältlich.

Rein. Ehrlich. Rheintaler.

imlig.com

Imlig
KÄSEREI OBERRIET

Bastiaansen	
Produktname: Bio Bastaansen Schaf Blau Käsegruppe: Schnittkäse Herkunft: Niederlande Fettgehalt: mind. 50 % i.Tr. Lab: mikrobiell Gewicht: ca. 180 g	

Für die Prepacktheke gibt es von Bastiaansen den vorverpackten Schaf Blau (ca. 180 g) in Bio Qualität. Er besitzt die gleichen typisch blauen Adern wie die Käse Kuh Blau und Ziegen Blau von Bastiaansen, jedoch entwickelt er durch die Schafsmilch einen kräftigeren und intensiveren Blauschimmel Geschmack nach einer Reifezeit von ungefähr sieben Wochen.

Bastiaansen	
Produktname: Bio Bastaansen Charmeux Schwarze Zwiebel Käsegruppe: Schnittkäse Herkunft: Niederlande Fettgehalt: 50 % i.Tr. Lab: mikrobiell Gewicht: 4 kg	

Eine neue Rezeptur hat der Bio Bastiaansen Charmeux Schwarze Zwiebel. Schwarze Zwiebeln sind bekannt für ihren süßen, milden Geschmack, der auch als Umami beschrieben wird. Dieser harmonisiert hervorragend mit dem cremigen Rotkultürkäse. Seine Reifezeit beträgt etwa sechs Wochen. Ein Laib wiegt vier Kilogramm.

Bastiaansen	
Produktname: Bio Bastaansen Blau Kakao Käsegruppe: Schnittkäse Herkunft: Niederlande Fettgehalt: 60 % i.Tr. Lab: mikrobiell Gewicht: 4 kg	

Ein Bio-Schnittkäse mit einer Reifezeit von circa sechs Wochen ist der Bastiaansen Blau Kakao. Durch die Kombination des klassischen Blauaderkäses mit dem erdigen Geschmack von knackigen Kakaonibs – Stückchen von Kakaobohnen – entsteht eine besondere Geschmackskomposition.

Vallée Verte	
Produktname: Bio Red Cheddar Block Käsegruppe: Hartkäse Herkunft: Lettland Fettgehalt: mind. 45 % i.Tr. Lab: mikrobiell Gewicht: 10 kg	

Seit ihrer Gründung im Jahr 1930 hat sich die lettische Käserei AS Cesvaines piens auf die Herstellung von Bio-Käse spezialisiert. Der Bio Red Cheddar Block ist ein Hartkäse für die Gemeinschaftsverpflegung. Er reift mindestens 90 Tage und wird aus pasteurisierter Kuhmilch gefertigt. Annatto verleiht ihm seine typisch orange Farbe.

Vallée Verte	
Produktname: Bio Maasdamer Block Käsegruppe: Schnittkäse Herkunft: Lettland Fettgehalt: mind. 45 % i.Tr. Lab: mikrobiell Gewicht: 10 kg	

Der Bio Maasdamer Block ist ein Käse für die Gemeinschaftsverpflegung aus Lettland und stammt von einem der Bio-Pioniere des Landes – AS Cesvaines piens. Der Großblockkäse wird im 10-kg-Block angeboten und zeichnet sich durch einen nussigen, leicht süßlichen Geschmack aus.

Ruwich & Zuck/Käsespezialisten Süd	
Produktname: Burger di Scamorza Affumicata Käsegruppe: Pasta-filata-Käse Herkunft: Italien Fettgehalt: mind. 45 % i.Tr. Lab: mikrobiell Gewicht: 200 g	

Der Burger di Scamorza Affumicata von Murgella ist ein geräucherter Pasta-filata-Käse in praktischer Burgerform, der aus der süditalienischen Region Apulien stammt. Durch seine Form und Hitzebeständigkeit ist er ideal für den Grill oder die Pfanne. In einem Karton für die Prepacktheke werden sechs 200-g-Beutel mit jeweils zwei kleinen Käseläiben geliefert.

Ruwisch & Zuck/Käsespezialisten Süd

Produktname:
Langres Coupe g.U.
Käsegruppe: Weichkäse
Herkunft: Frankreich
Fettgehalt: mind. 50 % i.Tr.
Lab: tierisch
Gewicht: 1 kg



Bei dem Langres Coupe g.U. handelt es sich um einen französischen Weichkäse mit geschützter Ursprungsbezeichnung aus der Region Grand Est. Der Käse mit kräftigem Geschmack und cremiger Konsistenz reift mindestens 24 Tage und besitzt auf seiner Oberfläche obenauf eine typische Mulde.

Ruwisch & Zuck/Käsespezialisten Süd

Produktname:
Bergseeperle
Käsegruppe: Schnittkäse
Herkunft: Schweiz
Fettgehalt: mind. 50 % i.Tr.
Lab: mikrobiell
Gewicht: 3,1 kg



Der Schnittkäse mit dem vielversprechenden Namen Bergseeperle stammt aus dem Appenzellerland. Hergestellt aus Appenzeller Bergbauernmilch besitzt er nach einer Reifezeit von mindestens drei Monaten einen geschmeidigen Teig sowie gehaltvollen Geschmack. Geliefert wird der Schweizer Käse mit essbarer geschmierter Naturrinde als Halblaib mit 3,1 Kilogramm.

Ruwisch & Zuck/Käsespezialisten Süd

Produktname:
Cheddar Black Bomber
Käsegruppe: Hartkäse
Herkunft: Großbritannien
Fettgehalt: mind. 53 % i.Tr.
Lab: mikrobiell
Gewicht: 2 kg



Der Cheddar Black Bomber stammt aus Wales. Der Hartkäse besitzt aufgrund seiner extra langen Reifezeit von zwölf Monaten Reifungskristalle. Den modernen Klassiker zeichnet ein pikantes Aroma aus.

Ruwisch & Zuck/Käsespezialisten Süd

Produktname:
Spizzico di Scamorza
Affumicata
Käsegruppe:
Pasta-filata-Käse
Herkunft: Italien
Fettgehalt: mind. 45 % i.Tr.
Lab: mikrobiell
Gewicht: 200 g



Von Murgella (Apulien) stammen die Spizzico di Scamorza Affumicata. Der geräucherte Pasta-filata-Käse in Bällchenform besitzt einen elastischen Teig und einen aromatischen Geschmack. Eine Liefereinheit umfasst sechs Beutel (200 g).

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.**



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

Da sehe ich Rot!





www.imlig.com

MEISTERWERKE DER HOLLÄNDISCHEN HANDWERKSKUNST

Es gibt Käse, die man einfach isst, und Käse, die einem im Gedächtnis bleiben. Die Blauader- und Rotkulturkäse von Landana gehören eindeutig zur zweiten Kategorie.

Im holländischen Molenschot arbeitet der Käsemeister an Käsesorten, in denen Tradition und internationale Inspiration zusammenkommen. Hier entstehen die Rotkultur- und Blauaderkäse von Landana nach einzigartigen Rezepturen.

Für die Entwicklung des Blauaderkäses reiste der ehemalige Käsemeister nach Frankreich, wo er sich, wie so oft, von der dortigen Käsekunst inspirieren ließ. Zurück in den Niederlanden entstand die Idee, die charakteristischen *Penicillium Roqueforti* mit der Cremigkeit des Gouda zu verbinden. Das Ergebnis: ein überraschendes Gleichgewicht zwischen mild und intensiv, weich und kräftig.

Die Rotkulturkäse entwickeln sich auf andere Weise. Während der Reifung werden sie regelmäßig mit einer Rotkultur gewaschen, wodurch sich eine typische Rotkultur-Rinde bildet. Diese verleiht dem Käse nicht nur sein charakteristisches Äußeres, sondern auch seinen vollmundigen, leicht pikanten Geschmack.

Unter dieser Rinde verbirgt sich ein weicher, cremiger Käse mit einem reichen Aroma, das durch Zeit und Sorgfalt im Reifekeller langsam an Tiefe gewinnt. Käse mit starkem Charakter und einem überraschend cremigen Herzen.



Foto: Ein Blick in unsere Käserei in Molenschot mit Käsemeister Arthur

Dieses Rotkultur- und Blauaderkäse Sortiment von Landana umfasst 7 charaktervolle Käsespezialitäten, jede mit ihren ganz eigenen besonderen Eigenschaften. Entdecken Sie das vollständige Sortiment an Blauader- und Rotkulturkäsen, einfach den QR-Code scannen.



Vorverpackt

Sowohl der Landana Organic Charmeux aus Kuhmilch als auch der aus Ziegenmilch sind in verpackter Form erhältlich, ideal für Theken ohne Bio-Zertifizierung.





Foto: colourbox.de

Arge Heumilch

Heumilch-Käse trifft auf Honig

Fein abgestimmte Geschmackskombinationen standen im Mittelpunkt des jüngsten Online-Seminars der Arge Heumilch. Unter dem Titel „Heumilch-Käse und

Honig“ widmete sich der Workshop im April einem Thema, das auf den ersten Blick ungewöhnlich erscheint, sich jedoch als erstaunlich harmonisch erweist: die Verbindung von hochwertigem Heumilch-Käse aus Österreich und Deutschland mit ausgewählten Honigsorten. Nach dem erfolgreichen Auftakt der virtuellen Verkostungsreihe im Jahr 2025 setzt die Arge Heumilch ihr digitales Format konsequent fort. Mit rund 140 Anmeldungen stieß auch diese Ausgabe auf großes Interesse. Durch das Programm führten Christiane Mösl und Valerie Kerle, die gemeinsam mit dem Bio-Imker und Präsidenten des Niederösterreichischen Imkerverbandes, Josef „Sepp“ Niklas, vier sorgfältig ausgewählte Pairings präsentierte. Zu Beginn gab Christiane Mösl einen Überblick über die Arge Heumilch, der rund 6.500 Heumilchbauern sowie 63 Verarbeitungsbetriebe angehören. Anschließend führte Sepp Niklas in die Welt des Honigs ein. Seine Botschaft: Käse und Honig ergänzen sich ideal – das Fett des Käses fungiert als Geschmacksträger, während der Honig feine Süße und aromatische Tiefe beisteuert. Den Auftakt machte ein Bio-Blütenhonig mit Noten von Löwenzahn und Apfelblüte, kombiniert mit einem „Schwäbischen Rahmkäse“ aus der Dorfkäserei Geifertshofen. Auch der „Bio Camembert No. 1 – Natur“ von den Milchbuben überzeugte in Kombination mit dem Blütenhonig: Seine erdigen Wald- und Moosnoten wurden von der feinen Süße unterstrichen. Beim dritten Pairing traf ein charaktervoller Waldhonig auf den „Ländle Arlberger“ von der Vorarlberg Milch. Sepp Niklas erläuterte die Besonderheit dieses Honigtauuhonigs, dessen malzige, leicht herbe Aromatik an Karamell erinnert. Der würzige, cremige Käse erwies sich als idealer Partner und brachte die Tiefe des Honigs voll zur Geltung. Den Abschluss bildete ein Lindenblütenhonig, der mit dem 15 Monate gereiften „Gletscher Rebell“ verkostet wurde. Die süß-herben Noten des Honigs harmonisierten mit der mürben Textur, den Reifekristallen und den dörrobstartigen Aromen des Käses. In einer Abstimmung zum Favoriten des Abends kürten die Teilnehmer schließlich den Schwäbischen Rahmkäse mit Bio-Blütenhonig.

Agrarmarkt Austria Marketing

Einkaufsduelle mit AMA-Produkten

Das AMA-Einkaufsduell macht die Qualität der AMA-Gütesiegel direkt im Supermarkt erlebbar. Gemeinsam mit Influencern und Community-Mitgliedern treten Teams in Challenges bei Spar, Lidl und Hofer in Österreich gegeneinander an. Ziel ist es, möglichst schnell Gütesiegel- und AMA-Biosiegel-Produkte zu finden. Bewertet werden Geschwindigkeit, Kreativität und natürlich das richtige Gespür für Qualität. Die Einkaufsduelle stehen jeweils unter einem eigenen Motto: Frühstücksbrunch, Fußball-WM-Watchparty und Grillen mit Family & Friends. Bereits vor den Drehtagen werden die Communities eingebunden: Über Social Media können sich Follower bewerben und Teil der Challenge werden. Die Teilnehmer treten anschließend gemeinsam mit ihren Lieblingscreators an. Weitere Informationen bietet die Website amainfo.at/de-at/mailling/ama-news/2026/ama-pos-challenge.



Beemster

Zeit für einen Saisonklassiker

Der Beemster Mai ist von Mitte Juni bis Anfang Juli 2026 (KW 25-27) zurück an den Käsebedienungsstelen. Für die Präsentation des Saisonklassikers hält Beemster eine umfangreiche Auswahl an Werbe- und Dekorationsmaterialien bereit. Verfügbar sind A4-Ellipsen, neue Prepackaging-Etiketten, ein Verbraucherflyer mit der Geschichte von Beemster Mai sowie Käseattrappen. Die Aktion ist über den Außendienst, die Beemster-Cheese-Club-App oder per E-Mail an info@beemster.de bestellbar.



Lactalis Deutschland

Leerdammer am Hamburger Hafen

Vom 8. bis 10. Mai 2026 war Leerdammer beim Hamburger Hafengeburtstag vertreten – einem der größten und beliebtesten Hafenfeste weltweit mit rund 1,2 Millionen Besuchern jährlich. Mit einem aufmerksamkeitsstarken, leuchtend gelben

Leerdammer-Camper verwandelte die Marke die Landungsbrücken in eine Käsewelt. Vor Ort erwartete die Besucher ein abwechslungsreiches Programm für die ganze Familie: Verkostungen neuer Produkte wie Leerdammer Knusperminis und Leerdammer Extra Mild, attraktive Überraschungen sowie jede Menge Spaß beim Glücksrad mit tollen Gewinnen.

WELTMEISTER AUS DEM POLDER

Beemster Royaal Grand Cru wurde bei dem World Championship Cheese Contest 2026 in Wisconsin zum besten Käse der Welt gekürt.



Der World Championship Cheese Contest – kurz WCC – zählt zu den renommiertesten Qualitätswettbewerben der internationalen Käse- und Molkereibranche. Veranstaltet wird der Wettbewerb von der Wisconsin Cheese Makers Association und findet alle zwei Jahre in Madison, Wisconsin (USA), statt. Seit 1957 messen sich dort regelmäßig mehr als 3.000 Produkte aus über 20 Ländern. Bewertet werden die Käse nach strengen technischen und sensorischen Kriterien. Eine internationale Jury aus Käsemeistern, Molkereiexperten, Wissenschaftlern, Einkäufern und Affineuren beurteilt die Produkte blind und vergibt Punkte für Geschmack, Aroma, Konsistenz, Textur, Farbe und äußere Erscheinung.

Die Käse von Beemster entstehen im berühmten Beemster-Polder in Nordholland – einer Landschaft, die vor mehr als 400 Jahren dem Meer abgerungen wurde. Das Land liegt heute fast vier Meter unter dem Meeresspiegel und ist geprägt von mineralstoffreichen Marschböden. Das dort wachsende Gras gilt als besonders gehaltvoll und bildet die Grundlage für die hochwertige Weidemilch, aus der die Käse hergestellt werden. Produziert werden die Beemster-Käse von der traditionsreichen Molke-reigenossenschaft Cono Kaasmakers mit Sitz im nordholländischen Westbeemster. Die Genossenschaft wurde 1901 gegründet und gehört heute rund 400 Milchviehbetrieben. Tradition und Innovation gehen bei Beemster seit jeher Hand in Hand: Der Käsebruch wird noch immer von Hand gerührt, die Laibe reifen auf Fichtenholzbrettern und werden während der Reifezeit von den Käsemeistern sorgfältig gepflegt und gewendet.

Beemster Royaal Grand Cru ist der beste Käse der Welt. Er wird aus 100 Prozent Weidemilch hergestellt, reift rund zwölf Monate und überzeugt trotz der langen Reifezeit mit einer überraschend zartschmelzenden Konsistenz. Sein opulentes Aroma mit leicht nussigen Noten sowie die feinen Reifekristalle im Käseteig stehen für seine außergewöhnliche Qualität. Beim diesjährigen World Championship Cheese Contest 2026 setzte sich Beemster Royaal Grand Cru gegen insgesamt 3.375 Produkte aus 25 Ländern durch. Mit 98,68 von 100 möglichen

Mit Beemster Royaal Grand Cru bringen Sie einen Weltmeister an Ihre Theke – ein Produkt, das Aufmerksamkeit schafft, zum Probieren einlädt und aktiv verkauft werden kann. Nutzen Sie hierfür die aktualisierten POS-Materialien:

- Neues Prepacking-Etikett
- Neue Ellipsen in A4 und XL
- Aufsteller für Theke und Kühltruhe
- Metallrahmen mit Korb und Einhängeschild
- DIN A2 Plakat zum Aufhängen



Punkten kürte die internationale Fachjury den niederländischen Käse zum „World Champion Cheese 2026“. „Wenn ein Käse von einer internationalen Jury so hoch bewertet wird, weiß man, dass alles stimmt – von der Milch über die Herstellung bis hin zur Reifung“, freut sich Sjoerd Hiemstra, langjähriger Käsemeister bei Beemster. Für ihn ist die Auszeichnung eine besondere Bestätigung der täglichen Arbeit und des hohen Qualitätsanspruchs der Genossenschaft.

Handwerk, Reife und Weidemilch als Erfolgsrezept

Die Grundlage für das besondere Geschmacksprofil liefert die Weidemilch aus Nordholland. Die Kühe grasen dort auf mineralstoffreichen Böden, die durch

jahrhundertlange Meeresablagerungen geprägt sind. Diese besonderen Standortbedingungen verleihen der Milch ihren charakteristischen Geschmack und gelten als entscheidender Faktor für die Qualität der Käse. Auch Jan Roelofs, Managing Director von Beemster Deutschland und International, sieht in dem Titel eine große Anerkennung für die gemeinsame Leistung von Milchviehhaltern und Käsemeistern: „Diese Auszeichnung bestätigt, dass authentische Käse mit Charakter auch international Maßstäbe setzen. Gerade auf dem deutschen Markt beobachten wir eine stark wachsende Nachfrage nach hochwertigen Spezialitäten mit klarer Herkunft. Dass unser Beemster Royaal Grand Cru nun zum besten Käse der Welt gekürt wurde, ist für uns eine besondere Anerkennung – und zugleich eine Bestätigung von mehr als 125 Jahren Käsehandwerk im Beemster-Polder.“

Käsekunst aus Nordholland mit geschützter Herkunft

Jeder Beemster-Laib wird nach traditionellem handwerklichem Verfahren hergestellt. Sowohl Beemster Royaal als auch Beemster Royaal Grand Cru (jeweils mindestens 48 Prozent Fett i. Tr.) reifen auf massiven Fichtenholzplanken unter natürlichen Bedingungen im Reifelager. Während der Beemster Royaal rund sechs Monate reift, erhält der Royaal Grand Cru zwölf Monate Zeit, um sein intensives und charaktervolles Aroma zu entwickeln. Die typischen Reifekristalle im Käseteig des Grand Cru sind ein sichtbares Zeichen der langen Reifezeit und der hohen Qualität. Als echte Noord-Hollandse Gouda tragen beide Spezialitäten zudem das Siegel der geschützten Ursprungsbezeichnung (g. U.), das für geschützte Herkunft und traditionelle Herstellung in einer festgelegten Region steht.

Vom Milchviehalter bis zum Käsemeister gilt der Titel „World Champion Cheese“ als besondere Würdigung der gesamten Genossenschaft. Denn Champions entstehen nicht über Nacht – sie sind das Ergebnis von jahrzehntelanger Erfahrung. Dass diese Auszeichnung ausgerechnet im Jubiläumsjahr des 125-jährigen Bestehens von Beemster/Cono Kaasmakers verliehen wurde, unterstreicht eindrucksvoll die konsequente Verbindung aus Tradition, Qualität und Innovationskraft.

KUNDEN GEWINNEN

Ob Verkostung, Themenwoche oder kreative Überraschungsbox:
Gut geplante Aktionen an der Käsetheke schaffen Kaufanreize und stärken die Kundenbindung.



Bei Edeka Hayunga machen „Mysteryboxen“ Kunden neugierig. Vier verschiedene Sorten sowie ein kleines Geschenk sind in der Box und machen Lust, neue Käse zu probieren.

Aktionen an der Theke schaffen Aufmerksamkeit und sorgen für zusätzliche Kaufimpulse. Gleichzeitig stärken sie die Bindung zur Bedienungsabteilung und unterstreichen die Beratungsqualität des Teams. Nach einer gelungenen Aktion kommen die Kunden wieder, weil sie neue Lieblingsprodukte entdeckt haben und die persönliche Beratung schätzen.

Um die Aufmerksamkeit der Kunden auf die Käsetheke zu lenken setzen Teams daher auf Verkostungen, saisonale Themenwochen, Kombi-Angebote mit Wein, Bier, Brot oder Feinkostartikeln sowie auf attraktive Präsentationen an den Bedienungstheken. Kundenabende, bei denen ausgewählte Spezialitäten vorgestellt werden vermitteln darüber hinaus auch reichlich Hintergrundwissen zu Herkunft, Her-

stellung und Geschmack. Sie steigern nicht nur den Abverkauf, sie fördern auch die Kundenbindung. Mit gezielten Verkaufsförderungsmaßnahmen werden einzelne Käsesorten, Markenprodukte und auch Neuheiten in den Mittelpunkt der Aktionen gerückt.

Am Anfang jeder Aktion stehen Thema und Zielsetzung. Soll eine bestimmte Käsesorte stärker in den Fokus gerückt, ein saisonales Sortiment präsentiert oder sollen neue Kunden für die Bedientecke gewonnen werden? Anschließend werden Warenbestellung, Werbemaßnahmen und Personaleinsatz geplant.

Viele Verbraucher kennen nur wenige Käsesorten. Durch Verkostungen sinkt die Hemmschwelle, neue Käse auszuprobieren. Produkte, die zuvor getestet wurden, landen deutlich häufiger im Einkaufskorb. Das Fachpersonal spielt bei den Aktionen eine zentrale Rolle. Es vermittelt Herkunftsgeschichten, gibt Servier- und Rezepttipps und schafft damit gleichzeitig einen Mehrwert gegenüber der Selbstbedienung. Sie machen Käse zum Erlebnis. Statt einer reinen Warenpräsentation entstehen Themenwelten, Verkostungsstationen oder kleine Genussfestivals. Das erhöht die Verweildauer der Kunden in der Abteilung und stärkt die Aufmerksamkeit für das Sortiment.

Jedes Jahr inspiriert die Fachzeitschrift **KÄSE-THEKE** zahlreiche Theken-Teams zur Teilnahme am Kreativ Award. Für den Wettbewerb entwickelt das Fachpersonal kreative Aktionen rund um Käse in der Theke, stellt damit eine Bewerbung zusammen und reicht sie der Fachjury ein. Der Kreativität sind dabei kaum Grenzen gesetzt. Im Mittelpunkt der Aktionen stehen ausgewählte Käsespezialitäten aus bestimmten Herkunftsregionen.

Unterstützung bei der Umsetzung erhalten die Teams von den jeweiligen Sponsoren des Wettbewerbs. Aktionen und die Sorten bleiben den Kunden häufig lange in Erinnerung.

Aktionen mit Käse...

- schaffen Aufmerksamkeit!
- sorgen für zusätzliche Kaufimpulse!
- stärken die Kunden-Bindung!
- erhöhen die Beratungsqualität der Theken-Teams!
- steigern den Absatz!

Auch Großveranstaltungen wie Fußball-Weltmeisterschaften bieten zahlreiche Möglichkeiten für aufmerksamkeitsstarke Themenwelten rund um die Käsetheke. „Snackboxen für den Fußballabend funktionieren sehr gut. Entscheidend ist, dass der Kunde nicht nur den Käse sieht, sondern sofort eine Anwendungs-idee mitnimmt“, sagt Luca Damini, Fromelier und Abteilungsleiter der Käsetheke im Rewe-



Eine Käsetheke muss nicht aus gelben Käsetürmen bestehen. Kombinationen – beispielsweise mit Schokolade – machen Kunden neugierig.

Center Darmstadt. „Sehr erfolgreich sind außerdem Verkostungen mit konkreten Rezept- und Serviervorschlägen. Sobald Kunden ein Produkt probieren und gleichzeitig eine einfache sommerliche Verzehrdece erhalten, steigt die Kaufbereitschaft deutlich.“ Bewährt haben sich auch Grillaktionen mit Halloumi, Feta oder Grillkäse sowie Kombinationen aus Käse und Antipasti. Ergänzend sorgen kleine Themeninseln mit Sommerplatten und mediterranen Genussideen für zusätzliche Kaufanreize.

Die verkaufsfördernde Aktion muss nicht unbedingt an der Käsetheke stattfinden. Verbundaktionen mit der Wein-, Obst- und Gemüseabteilung, sowie mit der Brottheke und mit dem Bierregal erweitern den Aktionsradius und erklärt den Kunden die zusätzlichen Kombinationsmöglichkeiten mit Käse. Eine attraktive Zweitplatzierung im Markt lässt sich auch zu den Feiertagen wie Weihnachten, Ostern, Valentinstag sowie Mutter- und Vatertag mit Probierhäppchen und entsprechender Deko leicht umsetzen.

Bei den Märkten von Edeka Hayunga mit Hauptsitz in Elmshorn setzt man bei dem Konzept „Mysterybox“ unter anderem auf den Überraschungseffekt. Das Konzept enthält vier verschiedene Käsesorten sowie ein kleines Geschenk. Alles wird stilvoll in einem Karton verpackt. Welche Sorten und welche Zugaben enthalten sind, erfahren die Kunden erst nach dem Kauf. Die Box wird für einen begrenzten Zeitraum mit einem Preisvorteil von zehn Prozent angeboten.

Auf Verkostung und persönliche Beratung setzen auch die „Happy Cheese Days“ des Hamburger Käselagers. Mit dem Pop-up-Shop-Konzept unterstützt das Unternehmen den Handel durch eine aufmerksamkeitsstarke Präsentation von Käsespezialitäten. Ziel ist es, Verbraucher direkt im Markt für Käse zu begeistern, neue Sorten vorzustellen und durch Verkostungen Kaufimpulse zu schaffen. Dafür errichtet das Hamburger Käselager für drei bis vier Tage eine Verkostungsstraße in Thekenähe. Ausgestattet mit vielfältigen Spezialitäten, Werbemitteln und geschultem

Fachpersonal entsteht eine temporäre Erlebniswelt rund um Käse. Ein besonderer Vorteil für den Handel: Zusätzlicher Personalaufwand entsteht nicht, da geschulte Promoter die Aktion begleiten. Die Ware wird vor Ort geschnitten, verpackt und etikettiert. Daher wird der Zusatzumsatz der Bedienungstheke eindeutig zugeschrieben. Über eine separate PLU-Nummer lassen sich die Waren auch ungekühlt platzieren. Ein QR-Code auf dem Etikett liefert zusätzliche Produktinformationen und Hintergrundwissen.

Erlebnisorientierter Verkauf an der Bedienungstheke spricht die Kunden an. Probiermöglichkeiten, persönliche Beratung und aufmerksamkeitsstarke Präsentationen animieren Kunden dazu, neue Sorten zu entdecken. Dies erhöht häufig die Bereitschaft, hochwertige Spezialitäten zu kaufen. Aufmerksamkeit für die Käsesorten in der Bedienungstheke wecken auch Kundenabende im Markt. Durch den erlebnisreichen Abend erhalten Kunden die Gelegenheit, verschiedene Käsesorten zu verkosten, Hintergründe zu Herkunft, Herstellung und Reifung kennenzulernen und Fragen direkt an Mitarbeiter oder Herstellervertreter zu stellen. Es entsteht Vertrauen – ein wichtiger Faktor für die Kaufentscheidung an der Käsetheke. Gleichzeitig lassen sich hochwertige Spezialitäten präsentieren. Besonders wirkungsvoll sind Themenabende, etwa zu regionalen Käsesorten, internatio-

ANZEIGE



Aktionen erfolgreich planen und umsetzen

Eine gelungene Aktion an der Käsetheke beginnt mit einer sorgfältigen Vorbereitung, klare Zuständigkeiten und eine strukturierte Organisation sorgen dafür, dass die Aktion nicht nur Aufmerksamkeit erzeugt, sondern auch den Verkauf fördert.

Bewährt hat sich die Gliederung in drei Phasen: Planung, Durchführung und Nachbereitung. In der Planungsphase sollte eine verantwortliche Person die Gesamtkoordination übernehmen. Bei ihr laufen alle Informationen zusammen, sie behält den Zeitplan im Blick und ist über sämtliche Schritte informiert. Setzen Sie daher auf Teamarbeit. Neben den Mitarbeitern an der Käsetheke sollte auch die Markt- oder Abteilungsleitung frühzeitig eingebunden werden. Im Team wird festgelegt, wer welche Aufgaben übernimmt und bis wann diese erledigt sein müssen.

Ein Aktionsmotto muss entwickelt werden: Welches Thema soll im Mittelpunkt stehen? „Bergkäse aus den Alpen“, „Bella Italia“, „Französische Ziegenkäse“ oder „Spanische Spezialitäten“ – ein klares Motto erleichtert die Gestaltung und sorgt für einen hohen Wiedererkennungswert. Passend zum Thema werden die Aktionskäse festgelegt sowie der Zeitraum. Zur Informations- und Materialbeschaffung recherchieren Sie Hintergründe zum Thema und planen die konkrete Umsetzung. Über den Außendienst der Hersteller oder direkt bei den Lieferanten gibt es Unterstützung. Rechtzeitig bestellt, lassen sich Lieferengpässe vermeiden. Daher frühzeitig ausreichende Mengen der Aktionsprodukte bestellen.

Werbung vorbereiten: Eine Aktion entfaltet ihre Wirkung, wenn die Kunden davon vorher erfahren. Daher sollte eine entsprechende Werbung auf die Aktion vorbereiten. Dies kann mittels Social Media, Handzettel, Wochenwerbung oder auch per digitaler Thekendisplays geschehen. Alle Beteiligten sollten über Produkte, Besonderheiten und Aktionsabläufe gut informiert sein, denn gut geschulte Teams beraten sicherer und verkaufen erfolgreicher.

Während der Aktion stehen Warenpräsentation, Kundenansprache und Verkostung im Mittelpunkt. Eine attraktive Thekengestaltung, gut sichtbare Aktionshinweise und kompetente Beratung schaffen Aufmerksamkeit und laden zum Probieren ein. Regelmäßige Kontrollen der Warenbestände sorgen dafür, dass die Aktionsfläche jederzeit vollständig bestückt bleibt. Nach Abschluss der Aktion lohnt eine Auswertung. Welche Produkte wurden besonders gut nachgefragt? Welche Werbemaßnahmen haben funktioniert? Stimmen die Verkaufszahlen mit den Erwartungen überein? Die gewonnenen Erkenntnisse helfen dabei, zukünftige Aktionen noch erfolgreicher zu gestalten und bewährte Konzepte gezielt weiterzuentwickeln.



Eine Verkostung bietet dem Kunden neue Geschmackserlebnisse und unterstreicht die Kompetenz der Mitarbeiter.

nalen Käseklassikern oder passenden Kombinationen mit Wein, Brot oder Chutneys. Verkostungen senken die Hemmschwelle für den Kauf neuer Sorten und fördern Impulskäufe. Die Kunden verweilen länger im Markt, die Bindung an die Käsetheke wird gestärkt und die Kompetenz des Teams wird sichtbar. Zudem können gezielt Stammkunden gewonnen und neue Zielgruppen angesprochen werden.

Hersteller, Lieferanten sowie Vermarktungsorganisationen für Käse stellen umfangreiche Promotionmaterialien zur Dekoration und Zweitplatzierungen mit attraktiven Aufbauten und Modulen zur Verfügung. Sie zaubern, je nach Thematik, beispielsweise Alpenpanorama und Urlaubsfeeling in die Märkte. Die Aufmerksamkeit der Verbraucher ist ihnen damit sicher. Heumilch-Atmosphäre am PoS fängt beispielsweise auch das neue „Heuwagerl“ ein.

Auf den Seiten 34 bis 37 finden Sie Ansprechpartner für Material und Promotions vieler Hersteller und Lieferanten. **us**



Käse als Geschenke inszeniert machen eine offene Truhe zu einem echten Hingucker und locken Kunden für Impulskäufe an.

KÄSE, WISSEN UND GENUSS

Käse verkaufen bedeutet mehr, als Ware über die Theke zu reichen. Im Marktkauf Knödingen nimmt Käsesommelière Ilka Schiller ihre Kunden auf eine besondere Käsereise mit.

Kunden suchen an der Theke Orientierung, Inspiration und authentische Geschichten rund um Käse. Wie das gelingen kann, zeigt der Marktkauf in Recklinghausen. Unter dem Motto „Knödingen holt den Käse in den Pott – Ilkas Käsereise“ veranstaltet das Unternehmen verschiedene Kundenabende, die Genuss, Wissen und Unterhaltung miteinander verbinden. Initiatorin der Kundenabende ist Ilka Schiller Käsesommelière und Abteilungsleiterin im Marktkauf Knödingen.

Die Idee entstand nach der Pandemie. „An der Käsetheke fehlt im Tagesgeschäft oft die Zeit, ausführlich über Herkunft, Herstellung oder Besonderheiten einzelner Sorten zu sprechen“, erklärt Ilka Schiller. Sie entwickelte deshalb das Konzept einer Art „Käseschule für Kunden“. Aus ersten Überlegungen entstanden nach und nach Themenabende, die meistens einem Käseland gewidmet sind. Die Veranstaltungen finden nach Ladenschluss im Bistro des Marktes statt. Statt Einkaufs hektik erwartet die Gäste eine entspannte Wohlfühlatmosphäre mit passender Dekoration, Präsentationen und Filmen aus den jeweiligen Herkunftsregionen. Sie gibt bei den Verkostungen keine festen Empfehlungen vor, jeder Teilnehmer entscheidet selbst, welche Käse er mit welchen Begleitern kombiniert. So entstehen individuelle Geschmackserlebnisse und lebhaftes Gespräch.

Warum gerade Käse das ideale Thema für Kundenabende ist, zeigt sich immer wieder. Die enorme Vielfalt von Weich-, Schnitt- und Hartkäsen eröffnet zahlreiche Inspirationen. Hinzu kommen spannende



Mit den Themenabenden „Ilkas Käsereise“ verwandelt Sommelière Ilka Schiller Wissen in ein genussvolles Erlebnis – und schafft eine nachhaltige Bindung zur Käsetheke.

Geschichten über regionale Traditionen, handwerkliche Herstellung und unterschiedliche Reifungsverfahren. Fachkundige Erläuterungen schaffen Vertrauen und vermitteln Käsewissen. Ein Beispiel dafür war der Kundenabend „Lecker aus Italien“. 15 Teilnehmer begaben sich gemeinsam mit Ilka Schiller auf eine kulinarische Reise durch die italienischen Käselandschaften. Bereits zu Beginn fragte die Käsesommelière: „Welche Käse aus Italien kennen Sie eigentlich?“ Schnell entwickelte sich ein reger Austausch über bekannte Klassiker und weniger bekannte Spezialitäten.

Auf der Verkostungsliste standen unter anderem Büffelmozzarella, Stilton DOP, Alta Badia, Vinschger, Seiser-Alm-Käse, Taleggio DOP sowie verschiedene Pecorino-Spezialitäten. Dazu servierte Schiller mehrere selbst hergestellte Chutneys. Neben dem Genuss spielte das Wissen eine zentrale Rolle. So erläuterte Schiller beispielsweise die Bedeutung von Heu-

milch für die Hartkäseherstellung, die Auswirkungen von Silagefütterung auf lang gereifte Käse sowie den Einsatz von Lysozym zur Vermeidung unerwünschter Gärungen. Auch Fragen aus dem Publikum wurden ausführlich beantwortet – etwa warum Käse am Stück länger frisch bleibt als vorgeschnittene Ware oder worin der Unterschied zwischen den italienischen Begriffen „Formaggio“ und „Cacio“ besteht.

Seit der Übernahme der Käsetheke hat Ilka Schiller das Sortiment konsequent auf hochwertige Spezialitäten ausgerichtet. Mit den Kundenabenden schafft sie eine ideale Bühne, um diese Produkte erlebbar zu machen. Die Teilnehmer lernen neue Sorten kennen und entwickeln Verständnis für Qualität und handwerkliche Herstellung. Den krönenden Abschluss des italienischen Abends bildete eine Frischkäsecreme mit Baileys, Kaffee und Haselnüssen sowie Espresso – ein süßer Ausklang der Genussreise. **us**

DIE KÄSETHEKE ALS ERLEBNISWELT

Eine erfolgreiche Käsetheke lebt von mehr als einem guten Sortiment. Edeka Wilger erklärt, wie Aktionen, Verkostungen und persönliche Beratung Einkaufserlebnisse schaffen.



Dagmar Pohl (links) und Karin Nolte sind im Münsterland für ihre Käsetheke bekannt.

Dagmar Pohl und Karin Nolte gehören zum Käse-Team von Edeka Wilger im münsterländischen Borken. Mit kreativen Ideen, Verkostungen und Themenaktionen sorgen sie regelmäßig für Aufmerksamkeit an der Bedienungstheke. Für ihr Engagement wurden sie bereits mehrfach beim Thekenwettbewerb mit dem Kreativ Award ausgezeichnet. Im Gespräch mit der **KÄSE-THEKE** berichten sie, welche Aktionen bei der Kundschaft besonders gut ankommen, wie diese vorbereitet werden und warum die Käsetheke heute weit mehr ist als nur ein Verkaufsort.

KÄSE-THEKE: Mit welchen Aktionen gelingt es Ihnen, die Käsetheke immer wieder in den Fokus der Kundschaft zu rücken?

Dagmar Pohl: Besonders gut kommen Verkostungen, Themenwochen und unsere Zubereitungen aus eigener Herstellung an. Viele Kunden finden es spannend, neue Spezialitäten direkt vor Ort zu entdecken und zu probieren. Gerade saisonale Aktionen oder hausgemachte Produkte sorgen immer wieder für Aufmerksamkeit und bringen die Kunden ins Gespräch.

Wie planen Sie eine solche Aktion und welche Vorbereitungen sind dafür erforderlich?

Karin Nolte: Meistens überlegen wir gemeinsam im Team, welches Thema gut zum Käsebedienungs Bereich passt. Anschließend planen wir die passenden Sorten, bestellen die Ware und gestalten die Theke entsprechend. Natürlich beschäftigen wir uns im Vorfeld intensiv mit den ausgewählten Produkten, damit wir unsere Kunden kompetent beraten können. Außerdem fordern wir bei Herstellern und Händlern

Käsekompetenz mit Herz und Erfahrung

Karin Nolte und Dagmar Pohl verbindet nicht nur ihre Leidenschaft für Käse, sondern auch ihre langjährige Zugehörigkeit zum Familienunternehmen Edeka Wilger in Borken. Karin Nolte, Käsesommelière und Cortador, ist seit 20 Jahren Abteilungsleiterin des Frischebereichs. Seit 26 Jahren ist Dagmar Pohl, Käsefachverkäuferin und Edeka-Käseberaterin, bei Wilger tätig. Nach dem persönlichen Motto „Die Sucht lässt mich nicht weg“, arbeitet sie seit zwei Jahren, vier Tage pro Woche, als Flexi-Rentnerin an der Käsetheke, bringt weiterhin ihren großen Erfahrungsschatz mit ein und begeistert Kunden mit persönlicher Beratung und Fachwissen über Käse. Der Edeka-Markt der Familie Wilger in Borken befindet sich auf dem ehemaligen Buttermarkt-Gelände. Das Unternehmen setzt auf rund 2.000 Quadratmetern Verkaufsfläche auf Frische, Regionalität und Service.

Produktinformationen, Steckbriefe und Werbematerialien an.

Welche Herausforderungen bringt eine Verkaufsförderungsaktion für das Team mit sich?

Dagmar Pohl: Während einer mehrtägigen oder sogar mehrwöchigen Aktion ist an der Käsetheke oft deutlich mehr los. Deshalb muss alles gut organisiert sein, damit Beratung, Präsentation und der tägliche Ablauf parallel zu den zusätzlichen Aktionen reibungslos funktionieren. Mit einer guten Vorbereitung und einem eingespielten Team meistern wir diese Herausforderungen jedoch jedes Mal sehr gut.

Was macht aus Ihrer Sicht den Erfolg einer Aktion aus?

Dagmar Pohl: Für uns ist eine Aktion erfolgreich, wenn unsere Kunden Freude daran haben, Neues zu entdecken. Wenn viele Gespräche an der Theke entstehen, Käse probiert wird und die Kunden anschließend mit einem guten Gefühl nach Hause gehen, wissen wir, dass die Aktion gelungen ist.

Welche Ergebnisse konnten Sie mit Ihren bisherigen Aktionen erzielen? Und welche Ideen möchten Sie künftig umsetzen?

Karin Nolte: Die Resonanz unserer Kundenschaft ist durchweg positiv. Viele nutzen die Aktionen als Gelegenheit, neue Käsesorten kennenzulernen oder sich ausführlich beraten zu lassen. Dadurch entstehen interessante Gespräche an der Theke, und nicht selten gewinnen wir neue Stammkunden. Wir möchten die Käsetheke noch erlebnisreicher gestalten. Dabei ist es uns wichtig, unseren Kunden nicht nur hochwertige Produkte anzubieten, sondern auch Inspiration mitzugeben – beispielsweise durch Genussskombinationen mit Wein, Bier, Obst und Gemüse oder frischen Backwaren sowie durch passende Rezeptideen. Darüber hinaus möchten wir regelmäßig besondere Käsespezialitäten vorstellen, die nicht alltäglich sind und für neue Geschmackserlebnisse sorgen. **us**



Beemster

Käsesnacks zur WM

Unter dem Motto „Beemster für große Momente“ unterstützt die Marke den Handel im Aktionszeitraum von Kalenderwoche 24 bis 29 dabei, Kaufanlässe während der Fußballweltmeisterschaft gezielt zu nutzen. Sonderetiketten im WM-Design verwandeln frisch gewürfelte Beemster-Käse im Handumdrehen in einen attraktiven Snack für die Halbzeitpause. Beim Kauf von Beemster-Käse erhalten Verbraucher außerdem einen hochwertigen Flaschenöffner im holländischen Klompen-Design gratis dazu. Für Sichtbarkeit am Point of Sale sorgen Wimpelketten im Fußball-Look und Aktionstruhen, die gezielt bestückt werden können. Bestellbar ist die Aktion über den Außendienst, die Beemster Cheese-Club-App oder per E-Mail an info@beemster.

Wyngaard Kaas

Cheeseboard-Generator

Die Marke Wyngaard Kaas setzt Kaufimpulse für ihre affinierten Käse mit bunten Toppings: Eine Käseplatte ist die ideale Möglichkeit, Gäste zu verwöhnen. Wyngaard Kaas, mit feinen Zutaten auf einem großen Holzbrett arrangiert, macht optisch etwas her und hat für alle Geschmäcker etwas zu bieten. Um Konsumenten zu inspirieren und die Kombination noch weiter zu erleichtern, hat die Marke auf ihrer Webseite einen Cheeseboard-Generator veröffentlicht: wyngaardkaas.nl/de/mein-cheeseboard. Durch wenige Klicks gelangt so jeder zu seiner persönlichen Lieblingskomposition aus Wyngaard Kaas, weiteren Käsesorten und kulinarischen Begleitern. Wer mag, kann sich direkt einen kompletten Vorschlag ausspielen lassen oder die Platte Schritt für Schritt individuell zusammenstellen. Ein Bild zeigt, wie es angerichtet aussieht. Mit der beigefügten Einkaufsliste lassen sich alle Zutaten schnell besorgen.



Agrarmarkt Austria Marketing

Kaufentscheidung stärken

Die AMA-Gütesiegel Always-On-Kampagne wurde 2026 strategisch weiterentwickelt: Nach hoher Bekanntheit und starkem Vertrauen liegt der Fokus nun auf der Kaufrelevanz am Point of Sale. Für jeden Produktbereich entstanden neue 15-sekündige Spots sowie begleitende Social-Media-Werbemittel, die den gesamten Weg vom Bedürfnis über den Einkauf bis hin zum Genuss eines Gerichts emotional und alltagsnah erzählen. Im Zentrum steht dabei die Einkaufsentscheidung direkt am Supermarktregal – genau dort, wo Markenpräferenz in Kaufverhalten übersetzt wird. Ein breiter Mediamix aus TV, Online, Social Media, Hörfunk und PoS-Aktionen sorgt für maximale Sichtbarkeit. Mit einem Mediavolumen von rund 1,5 Millionen Euro zählt die AMA-Gütesiegel Always-On-Kampagne weiterhin zu den reichweitenstärksten Herkunfts- und Qualitätskampagnen Österreichs. Die Spots sind auf der AMA-Website zu sehen: amainfo.at/de-at/mailling/ama-news/2026/always-on-kampagne.



IN SZENE GESETZT

Aktionsmaterialien der Hersteller

Die Übersicht erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

AMA Marketing GesmbH, Dresdner Straße 68 a, A-1200 Wien, Tel.: +43/050 31510, office@amainfo.at
 Albert Barufe GmbH, Hans-Sachs-Straße 11, 40721 Hilden, Tel.: +49/02103 94300, info@kaesebarufe.de
 Albert Herz GmbH, Landstrasse 45, 87452 Altusried, OT Kimratshofen, Tel.: +49/08373 987 964, info@herz-kaese.de
 Alma, Krüzastrasse 8, A-6912 Hörbranz, Tel.: +43/05573 8080, kundenservice@alma.at
 Andechser Molkerei Scheitz, Biomilchstraße 1, 82346 Andechs/Oberbayern, Tel.: +49/08152 3790, scheitz@andechser-molkerei.de
 Aurora Kaas GmbH, Im Hammereisen 55, 47559 Kranenburg-Nütterden, Tel. 02806/9996740, info@aurora-kaas.com
 Anderlbauer Bio-Käsespezialitäten, Hauptstraße 4, 83112 Frasdorf, Tel.: +49/08052/847, info@anderlbauer.de
 Arge Heumilch, Grabenweg 69, 2. OG, A-6020 Innsbruck, Tel.: +43/512 345 245, heidi.trettler@heumilch.com
 Arla Foods GmbH, Wählerstraße 2, 40472 Düsseldorf, Tel.: +49/0211 472310, kontakt.de@arlafoods.com
 Bastiaansen – Vandersterre Holland BV, Duitslandweg 9-11, 2411 NT Bodegraven, Tel. +31/0172 606111, info@bastiaansen-bio.com
 Bayernland eG, Breslauer Str. 406, 90471 Nürnberg, Tel.: +49/911 41400, info@bayernland.de
 Beemster – Cono Kaasmakers, Waldteichstraße 89, 46149 Oberhausen, Tel.: +49/0172 389 71 91, info@beemster.de
 Bel Brands Deutschland GmbH, Einsteinring 30, 85609 Aschheim, Tel.: +49/0160 8433382
 Bergader Privatkäserei GmbH, Weixlerstraße 16, 83329 Wangen, Tel.: +49/08681 404100, info@bergader.de
 Berghof AG, Aewill 487, CH-9608 Ganterschwil, Tel.: +41/71983 15 72, info@berghof-ag.ch
 Berglandmilch eGen, Schubertstraße 30, A-4600 Wels, Tel.: +43/7242 469960, office@berglandmilch.at
 Bio-Schaukäserei Wiggensbach, Kempter Straße 9, 87487 Wiggensbach, Tel.: +49/8370 921010, info@schaukaeserei-wiggensbach.de
 bonCas AG, Bielstrasse 35, CH-2544 Bettlach, Tel. +41/032 552 3440, info@bonCas.ch
 Bodensee Käse AG, Rislen, CH-9512 Rosstrüti, Tel.: +49/71 911 1326, info@bodensee-kaese.ch
 Brülisauer Käse AG, Unterdorf 6, CH-5444 Künten, Tel.: +41/56 496 33 61, info@chaesi-kuenten.ch
 Büro 45/Comté, Mozartstraße 45, 70180 Stuttgart, Tel. +49/711 9640350, info@wa-schuster.de



PREPACK - ETIKETTEN

250 Etiketten pro Set

**KOSTENLOS.
JETZT BESTELLEN!**

www.comte.de/comte-haendlershop



Capriz Feinkäserei, Pustertalerstr. 1b, I-39030 Vintl, Tel.: +39/0472 869268
 Carl F. Scheer GmbH & Co. KG, Industriegebiet 7, 77731 Willstätt, Tel.: +49/78 52 42-0, info@kaesescheer.de
 Concept fresh, Hobelweg 20, A-4055 Pucking, Tel.: +43/7229 66177 810, office@concept-fresh.at
 Consorzio del Formaggio Parmigiano, Deutschherrnufer 32, 60594 Frankfurt/Main, info@meetzpr.de, Tel.: +49/0171 5416651
 Der Käse Wolf, Reinhard-Müller-Ring 1a, 64853 Otzberg, Tel.: +49/06162 914 8680, info@kaese-wolf.de
 Deutsches Milchkontor - DMK (Milram) siehe Arla Foods Deutschland
 Di Gennaro GmbH, Von-Pistorius-Str. 1, 70188 Stuttgart, Tel.: +49/0711 16853-0, info@digennaro.de
 Die Käsemacher GmbH, Europastraße 5, A-3902 Vitis, Tel.: +43/02841 800450, office@kaesemacher.at
 Die Käsespezialisten Süd, Molkerei-Bauer-Str. 1-10, 83512 Wasserburg am Inn, Tel.: +49/8071 109 1400, info@kaese-sued.de

Dorfkäserei Geifertshofen, Bachstraße 2, 74426 Bühlerzell, Tel.: +49/07974 911 770, info@dorfkaserei.de

Emmi Deutschland, Im Teelbruch 130, 45219 Essen, Tel.: +49/201 890 45800, info.de@emmi.com

Erlebnissenerei Zillertal GmbH, Hollenzen 116, A-6290 Mayrhofen, Tel.: +43/5285/63906, office@sennerei-zillertal.at

Friesland Campina Germany, Luise-Rainer-Straße 7, 40235 Düsseldorf, Tel.: +49/0151 42129408,

Fromi GmbH, Otto-Hahn-Str. 5, 77694 Kehl-Auenheim, Tel.: +49/07851 93780, info@fromi.com




Für eine starke Käsetheke.

**SCHMUCKETIKETTEN FÜR
BALDAUF KÄSE
EINFACH ONLINE
BESTELLEN.**

→

**QR-Code scannen oder Zugang
anfordern unter:
info@baldauf-kaese.de**

**QR-CODE
Scannen &
Zugang
anfordern**



Gebr. Baldauf, Goßholz 5, 88161 Lindenberg, Tel.: +49/08381 89020, info@baldauf-kaese.de

Gebrüder Woerle Ges.m.b.H., Enzing 26, A-5302 Henndorf, Tel.: +43/6214 6631-0, woerle@woerle.at

Gläserne Molkerei GmbH, Meiereiweg 1, 19217 Dechow, Tel.: +49/33760 2077-0, info@gläserne-molkerei.de

Gmundner Molkerei GmbH., Theresienthalstraße 16, A-4810 Gmunden, Tel.: +43/7612 7820, office@gmundner-molkerei.com

Goldsteig Käsereien Bayerwald GmbH, Siechen 11, 93413 Cham, Tel.: +49/ 09971 844-0, info@goldsteig.de

Gut von Holstein, Hamburger Käselager, Brandshofer Deich 68, 20539 Hamburg, Tel.: +49/040 7824750, info@kaeselager.de

Güntensperger Käse AG, Hofstraße 9, CH-9606 Bütschwil, Tel.: +41/071 5528400, info@guentsperger-kaese.ch

Haute Fromagerie/Savencia Fromage & Dairy Deutschland GmbH, Dwight-D.-Eisenhower Straße 6, 65197 Wiesbaden, Tel.: +49/0611 880701, kontakt@haute-fromagerie.de

HKL - Hamburger Käselager GmbH, Brandshofer Deich 68, 20539 Hamburg, Tel.: +49/040 7524750, info@kaeselager.de

Hafenkäserei Münster, Am Mittelhafen 20, 48155 Münster, Tel.: +49/0251 6744000, info@hafenkaeserei.de

Heiderbeck GmbH, Gewerbering 4, 82140 Olching, Tel.: +49/08142/445670, info@heiderbeck.com

Henri Willig Kaas BV, Marketing, Hoogedijk 8, NL-1145 PM Katwoude, Tel.: +31/0299 655151, info@henrigwillig.com

Hofkäserei Deutschmann GbR, Oberbergstraße 10, A-8523 Frauental an der Laßnitz, Tel.: +43/03462 4057, info@hofkaeserei-deutschmann.at

Holtseer Landkäserei, Dorfstraße 2, 24363 Holtsee, Tel.: +49/04357 99710, info@holtseer.de

Imlig Käserei Oberriet, Staatsstrasse 163, CH-9463 Oberriet SG, Tel.: +41/071761 1110, info@imlig.com

Jäckle Frische-Partner GmbH, Industriestraße 6, 89081 Ulm, Tel.: +49/0731 962 420, info@jaeckle-ulm.de

Jöla Molkereiprodukte-Vertriebs GmbH, Friedrich-List-Straße 1, 25451 Quickborn, Tel.: +49/04106 79 9650

Heinrichstaler Milchwerke GmbH, Großröhrsdorfer Straße 15, 01454 Radeberg, Tel.: +49/3528/43700, info@heinrichstaler.de

Henri Willig Kaas BV, Marketing, Hoogedijk 8, NL-1145 PM Katwoude, Tel.: +31/0299 655151, info@henrigwillig.com

Käse Caduff, Fachgroßhandel, Berner Feld 79, 78628 Rottweil, Tel. 0741/9420040, info@kaese-caduff.de

Kärntnermilch reg.Gen.m.b.H., Villacher Straße 92, A-9800 Spittal/Drau, Tel.: +43/4762 61061-0, office@kaertnermilch.at

Käserellen GmbH, Auerbergstr. 8, 86989 Steingaden, Tel.: +49/08862 9801-44, info@kaeserebellen.com

Käserei Champignon, Kemptener Str. 17-24, 87493 Lauben/Allgäu, Tel.: +49/08374 920, info@kaeserei-champignon.de




NEU – UNSER BESTELLPORTAL

Alles für eine gelungene Warenpräsentation:
Dekorative **Prepack-Etiketten**, auch für saisonale
Anlässe, und **Thekenveredelungs-Broschüren**
mit frischen Rezeptideen.

QR-Code scannen und kostenlos bestellen!





KÄSEREI CHAMPIGNON Hofmeister GmbH & Co. KG
Kemptener Straße 17–24 • D-87493 Lauben • Telefon: +49 83 74 92-102
salesupport@champignon.de • www.lust-auf-kaese.de

Käserei Loose GmbH & Co. KG, An den Breiten, 01454 Leppersdorf, Tel.: +49/03528 4340, info@loose.de

Käsestrasse Bregenzerwald GmbH, Zeihenbühl 423, A-6951 Lingenau, Tel.: +43/05513 4287041, info@kaesestrasse.at

Landkäserei Herzog GmbH, Stoffenrieder Straße 1, 89297 Schießen/Roggenburg, Tel. 07300/92164-0, kontakt@landkaeserei-herzog.de

Lactalis Gruppe GmbH, Werner-von-Siemens-Ring 12, 85630 Grasbrunn, Tel.: +49/089 666 960, info@de.lactalis.com

Landkäserei Reißler GmbH, Schmutterstraße 5a, 86695 Nordendorf, Tel.: +49/08273 994080, info@kaeserei-reissler.de

Leerdammer, Lactalis Gruppe GmbH, Werner-von-Siemens-Ring 12, 85630 Grasbrunn, Tel.: +49/089 666 960, info@de.lactalis.com

Lustenberger & Dürst SA, Langrüti 1, CH-6933 Hünenberg See, Tel.: +41/41 784 1616, info@Lustenberger.com

Maaz Cheese B.V., Portugalweg 17, NL-2411 PR Bodegraven, Tel.: +31/0172 553000, info@maazcheese.nl

Mila – Bergmilch Südtirol, Innsbrucker Str. 43, I-39100 Bozen, Tel.: +39/0471 451111, karin.brugger@mila.it

Prepacking-Etiketten

ERHÄLTICH FÜR UNSER GESAMTES KÄSESORTIMENT:

Stilfser g.U.	Pfefferkäse	Kastelruther Spatzen Käse
Alta Badia	Meraner Weinkäse	Dolomit
Pustertaler	Kräuterhexe	Vinschger
Dolomitenkönig	Der leichte Südtiroler	Schwarzenstein

Bei Bedarf wenden Sie sich bitte an unsere Vertriebspartner oder direkt an Mila – Bergmilch Südtirol (info@mila.it).



KÄSE AUS SÜDTIROL

Ruwisch & Zuck
DIE KÄSESPESIALISTEN
www.ruwischzuck.de

HEIDERBECK
www.heiderbeck.com

SCHEER
www.kaesescheer.de

mila
www.mila.it

Molkerei Ammerland, Oldenburger Landstraße 1a, 26215 Wiefelstede-Dringenburg, Tel.: +49/4458 91110, info@molkerei-ammerland.de

Molkerei Söbbeke, Amelandsbrückenweg 131, 48599 Gronau-Epe, Tel.: +49/2565 93030, fragen@soebbeke.de

Monte Ziege Manufaktur, Gottlieb-Daimler-Straße 5, 79331 Teningen, Tel.: +49/07641/9323330, info@monteziege.bio

Müller-Moers GmbH & Co. KG, Genender Weg 6, 47445 Moers, Tel.: +49/2841/9700, service@mueller-moers.de

Münnich fromage / Dicke Foods, Vorm Eichholz 2, 42119 Wuppertal, Tel.: +49/202 2815610, info@kaeseland.de

Obersteirische Molkerei, Hautzenbichelstraße 1, A-8720 Knittelfeld, Tel. +43/03512 861000, office@oml.at

Odenwälder Käsekeller, Reinhard-Müller-Ring 1a, 64853 Otzberg-Lengfeld, Tel.: +49/06162 9199830, info@odw-kaesekeller.de

ÖMA Beer GmbH Ökologische Molkereien Allgäu, Am Mühlbach 2, 88161 Lindenberg/Allgäu, Tel.: +49/08381 8890100, info@oema.de

Parmigiano Reggiano, Bettina Meetz, Deutscherherrenufer 32, 60594 Frankfurt, Tel. 0171/541 66 51, info@meetzpr.de

Rücker - Meggle Cheese Aurich GmbH & Co.KG, Egelser Straße 111, 26605 Aurich, Tel.: +49/04941 17060, info@ruecker.org

Ornua Deutschland GmbH, Kerrygoldstraße 1, 47506 Neukirchen-Vluyn, Tel. 0176/61441066, info.germany@ornua.com

Privatmolkerei Bauer GmbH & Co. KG, Molkerei-Bauer-Str. 1-10, 83512 Wasserburg am Inn, Tel.: +49/8071 1090, kundenservice@bauer-natur.de

Ruwisch & Zuck, Hägenstraße 11, 30559 Hannover, Tel.: +49/511 586750, info@ruwischzuck.de

SalzburgMilch GmbH, Milchstraße 1, A-5020 Salzburg, Tel.: +43/0662 24550, office@milch.com

Schilcher Käse GmbH, Herzogstraße 9, 86981 Kinsau, Tel.: +49/08869 911515, vertrieb@schilcher-kaese.de

Seiler Käserei AG, Industriestraße 45, CH-6074 Giswil, Tel.: +41/660 8040, kontakt@seilerkaese.ch

Switzerland Cheese Marketing GmbH, Bretonischer Ring 15, 85630 Grasbrunn, Tel.: +49/08106/89870, info@schweizerkaese.de

TÊTE DE MOINE
FROMAGE DE BELLEVAL

Appenzeller
SWITZERLAND

LE GRUYÈRE
SWITZERLAND

EMMENTALER
Das Schweizer Original

SCM Pro: die Werbemittel-App

Gratis-Werbemittel direkt versandkostenfrei bestellen, Leihmaterial anfragen oder nützliche Informationen erhalten.

Jetzt downloaden!
QR-Code scannen oder direkt im jeweiligen Store:
SCM Pro

Available on the App Store
GET IT ON Google Play

Käse aus der Schweiz.

Thise Molkerei, Niklas Dudek, Tel. +49/151/156 55 771 nid@thise.dk

Uplegger Food Company, Hans-Böckler-Str. 17, 30851 Langenhagen, Tel.: +49/0511 978980, zentrale@Uplegger.de

Vallée Verte Handelsgesellschaft für Naturprodukte mbH, Freiburgerstr. 2a, 77694 Kehl-Auenheim, Tel.: +49/07851 99456910

Vandersterre Holland BV, Duitslandweg 9-11, NL-2411 Bodegraven, Tel.: +31/0172 606111, info@vandersterre.nl

VIP Italia Food Produkte/DalterFood-Gruppe, Forstbergweg 10, 71717 Beilstein, Tel.: +49/07062 9163400, mail@vip-italia.de

Vorarlberg Milch eGen, Nofler Straße 62, A-6800 Feldkirch, Tel.: +43/5522 721300, office@vmilch.at

Weidner Käse GmbH, Josef-Wassermann-Straße 50, 86316 Friedberg, Tel.: +49/0821 66080, marcus.boehmer@weidner.de

Westland Kaas B.V., P.O.Box 13, NL-1270 EP Huizen, Tel.: +31/35 5287528

Wijngaard Kaas, Golf van Biskaje 8, 3446 CP Woerden, Tel.: +31 348 412 152, contact@wijngaardkaas.nl



Wyngaard Kaas

Habt Ihr Interesse an unserem neuen POS-Material?

Dann scannt einfach den QR-Code, dort könnt Ihr unsere POS-Material anfordern.



Würth Biokäse & Feinkost GmbH, Am Lindlein 16, 91126 Schwabach-Limbach, Tel.: +49/09122 63 1680, info@wuertth-biokaese.de

Weidner Käse

Neue Prepacking-Etiketten

Die Hochalp-Spezialitäten Almsünde und Amorkäse aus dem Sortiment des Fachgroßhändlers Weidner Käse erhalten neue Prepacking-Etiketten. Mit der überarbeiteten Ausstattung sollen die Heumilch-Käse in der Cabrio-Theke präsentiert werden. Die Etiketten sind auf eine attraktive Inszenierung am Point of Sale ausgerichtet und sollen die Wahrnehmung der Produkte erhöhen.

Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW

Käse-Geschichte live

Mit einem Thementag zu Ehren der niederrheinischen Käse-Pionierin Maria Reymer begeisterten die Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW, Forum Arenacum und der Verein Milch und Kultur im Mai auf der Landesgartenschau Neuss zahlreiche Besucher. Im „Forum Landwirtschaft“ drehte sich alles um regionale Milch- und Käsekultur, Musik und die Verkostung des Maria-Reymer-Käses Jade Gold (Bio-Käserie Aurora). Maria Reymer hatte am elften Mai 1825 auf Gut Hogefeld in Kleve-Rindern mit der Herstellung des ersten niederrheinischen Schnittkäses nach Holländer-Art begonnen. Für besondere Aufmerksamkeit sorgte Zoe Moeselagen in der Rolle der Maria Reymer.

Beemster

125.000 Stroopwafeln

Anlässlich des 125-jährigen Bestehens der Genossenschaft Cono Kaasmakers startet Beemster eine aufmerksamkeitsstarke PoS-Aktion im deutschen Handel. Im Aktionszeitraum von Kalenderwoche 33 bis 38/2026 erhalten Verbraucher beim Kauf von Beemster-Käse an der Bedienungstheke gratis eine Stroopwafel. Insgesamt stellt das Unternehmen 125.000 Stroopwafeln als Zugabe zur Verfügung. Mit der Jubiläumsaktion würdigt Beemster die 125-jährige Geschichte der Genossenschaft, deren Wurzeln bis ins Jahr 1901 zurückreichen. Begleitet wird die Aktion von Verkostungen sowie aufmerksamkeitsstarken Werbematerialien und Aufstellern für den PoS. Die Materialien können über den Beemster-Außendienst, die Beemster-Cheese-Club-App oder per E-Mail (info@beemster.de) angefordert werden.





EMOTIONEN VERKAUFEN

Mit einem neuen sowie den etablierten Promotionmodulen setzt die Arge Heumilch Käse am Point of Sale gekonnt in Szene.

Kunden an der Käsetheke suchen heute mehr als guten Geschmack. Herkunft, Produktionsweise und authentische Geschichten spielen bei der Kaufentscheidung eine immer größere Rolle. Genau hier setzen Heumilch-Käsespezialitäten an. Denn Heumilch gilt als die ursprünglichste Form der Milchgewinnung. Die Kühe erhalten frische Gräser und Kräuter im Sommer sowie Heu im Winter. Vergorene Futtermittel wie Silagen sind

verboten. Diese traditionelle Fütterungsweise sorgt für eine besonders hohe Milchqualität, die zu hochwertigen Käsespezialitäten verarbeitet wird. Gleichzeitig transportiert Heumilch Werte und Bilder, die bei Konsumenten positiv besetzt sind: der Duft von Heu, alpine Wiesen und traditionelle Landwirtschaft. Damit bringen Heumilch-Produkte genau jene emotionale Komponente mit, die an der Käsetheke gefragt ist.

Jetzt neu: Das Heuwagerl

Mit dem „Heuwagerl“ präsentiert die Arge Heumilch das neueste Modul im Bereich der gekühlten Zweitplatzierungen. Das speziell für vorverpackte Ware entwickelte Modul verbindet flexible Einsatzmöglichkeiten mit authentischem Design und unterstützt die aufmerksamkeitsstarke Präsentation von Heumilch-Produkten direkt im Markt. Durch seine kompakte Bauweise eignet sich das Heuwagerl auch für kleinere Flächen und kann flexibel eingesetzt werden. Das Modul kann direkt bei der ARGE Heumilch reserviert werden.

Kontakt:

Heidi Trettler

ARGE Heumilch

E-Mail: heidi.trettler@heumilch.at

Telefon: +43 512 345245

Um den Verkauf von Heumilch-Käsespezialitäten gezielt zu unterstützen, stellt die Arge Heumilch dem Handel unterschiedliche Aktionen für den Point-of-Sale zur Verfügung. Dafür sind die Promotionmodule auf die unterschiedlichen Anforderungen im Handel abgestimmt. Klassische Verkostungen mit geschulten Promotern sind ebenso im Programm wie gekühlte Zweitplatzierungstheken in unterschiedlichen Größen. Das Highlight bilden Showküchen für große Märkte und Events. „Das Besondere an unseren Aktionen ist neben den Produkten vor allem das authentische Design mit echtem Altholz. Damit schaffen wir Aufmerksamkeit am Point of Sale und transportieren gleichzeitig die Welt der Heumilch direkt an die Käsetheke“, erklärt Christiane Mösl, Geschäftsführerin der Arge Heumilch.

Zusätzlich unterstützt die Arge Heumilch Käsetheken mit Promotionpaketen, die mit Kinderbüchern, Rezeptheften, Heu-Aufsteller und Schmucketiketten die Kommunikation rund um Heumilch-Käsespezialitäten direkt an der Theke unterstützen. Die Pakete können kostenlos bestellt werden. Entweder über www.heumilch.com/promotionmaterial_handel oder den QR-Code.



Comté AOP

Hüter des Geschmacks

Mit der Weiterentwicklung des Comté-Pflichtenhefts ist ein wichtiger Schritt gelungen: Der Beruf des Affineurs wurde erstmals klar definiert und offiziell verankert. Damit würdigt die Branche eine Tätigkeit, die weit mehr ist als reine Lagerung. Denn im Reifekeller wird ein Comté-Laib nicht einfach älter – er entwickelt Qualität, Charakter und Aroma. Der Affineur steuert diesen Prozess aktiv und mit Präzision. Temperatur, Luftfeuchtigkeit, Salzpflege und Wenden beeinflussen maßgeblich die Reifung jedes einzelnen Laibs. Zugleich ist der Comté-Affineur eng mit Genossenschaft und Käser verbunden und kennt die Entwicklung des jungen Käses von Anfang an. Die Anerkennung durch das INAO (Nationalinstitut für Herkunft und Qualität) unterstreicht: Affinage ist ein eigenständiger, regional verwurzelter Beruf – und ein entscheidender Garant für die besondere Qualität und Identität von Comté.



Weidner Käse

Neue Website

Weidner Käse hat seine Webseite relauncht. Unter weidner.de stellt der national tätige Käsefachgroßhandel sein Sortiment von mehr als 3.000 Käsespezialitäten und Arrondierungsprodukten vor. Die Besucher der Seite erfahren zudem alles über die Weidner-Produktwelt, die 70-jährige Firmengeschichte, Aktionen, Exklusivprodukte, die Partnerlieferanten sowie die Kontaktinformationen der Ansprechpartner im Vertrieb.

Consorzio Parmigiano Reggiano

Parmigiano Reggiano bei Lettinis

Im Innenhof von Lettinis – Italienische Feinkost - an der Jahnstraße 36 in Düsseldorf stand im Juni der Parmigiano Reggiano im Mittelpunkt einer praxisnahen Schulung. Bettina Meetz vom Consorzio Parmigiano Reggiano vermittelte fundiertes Fachwissen rund um den italienischen Hartkäse an Besucher aus Gastronomie, Handel und Medien.



Sie stellte dabei insbesondere die drei Reifestufen des italienischen Hartkäses vor: 12, 24 und 36 Monate. Ergänzt wurde die Verkostung durch Informationen zu Geschichte, Herstellung, Nährwerten, Lagerung und Verkostungstechnik. Ein besonderer Schwerpunkt lag auf der Warenkunde und schließlich auf der praxisorientierten Verwendung in der Küche.

Verband der Käsesommeliers

Fach-Exkursion

Der Verband der Käsesommeliers hatte seine Mitglieder zu einer zweitägigen Fach-Exkursion eingeladen. Das Programm wurde vom Verband für handwerkliche Milchverarbeitung (VHM) organisiert. Im Mittelpunkt stand die Milchverarbeitung in drei landwirtschaftlichen Betrieben, die nach den Richtlinien der ökologischen Bio-Verbände Demeter, Bioland und nach den EU-Bio-Richtlinien folgen. Der Auftakt fand auf dem Demeter-Hof Heggelbach statt. Dort erhielten die Teilnehmer Einblicke in eine biologisch-dynamische Kreislaufwirtschaft mit eigener Tierhaltung. Neben der Live-Produktion von Camembert und Alpkäse stand eine Hof- und Käsereiführung sowie eine Verkostung auf dem Programm. Am zweiten Tag führte die Exkursion zunächst zum Bioland-Betrieb LeFrombaar, wo es um die Herstellung von Schafsmilch-Schnittkäse ging. Auf dem EU-Bio-zertifizierten Qulibrihof wurde die Butterherstellung praxisnah erklärt sowie Fettstruktur und Reifungsprozesse praxisnah vermittelt. Ein besonderer Schwerpunkt lag auf den hofeigenen Kulturen und dem pflanzlichen Lab.

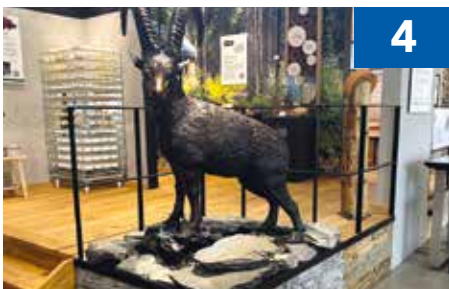


Moproweb.de

Schweizer essen mehr Käse

Kürzlich wurde im Länderbericht des Online-Portals Moproweb.de veröffentlicht, dass der Käsekonsum in der Schweiz im vergangenen Jahr leicht gestiegen ist: 2025 wurden pro Kopf 23,7 Kilogramm Käse verzehrt. Das waren 590 Gramm beziehungsweise 2,5 Prozent mehr als 2024, berichteten die Schweizer Milchproduzenten und Switzerland Cheese Marketing (SCM). Die Gesamtmenge des verzehrten Käses aus dem In- und Ausland betrug 217.596 Tonnen – 7.323 Tonnen mehr als im Vorjahr. Der Anteil inländischer Käsesorten lag bei 63,3 Prozent und blieb damit in den letzten drei Jahren stabil. Am beliebtesten waren Frischkäse und Quark, gefolgt von Schnittkäse. Der Verbrauch von Weich- und Hartkäse, Schafs-, Ziegen- und Büffelmilch sowie von Schmelzkäse und Fertigfondues ging 2025 hingegen zurück.

NEUE KÄSE-WELTEN ENTDECKEN



Mit der Blauen Galerie, dem Südtiroler Bergplatz und den Schweizer Käsewelten wurde die ECC-Erlebniswelt erweitert.

Seit über 25 Jahren betreibt der Hannoveraner Käsefachgroßhändler Ruwisch & Zuck sein Schulungszentrum: das European Cheese Center (ECC). Es ist nicht nur ein Seminarraum, in dem zahlreiche Fortbildungen – vom Basisseminar für Käse bis zur Ausbildung zum Diplom-Käsesommelier – stattfinden, sondern ein Ort, an dem man Käse erleben und ein wenig in die Herkunftsregion der jeweiligen Sorte eintauchen kann. Den Mittelpunkt dieser Erlebniswelt bildet das „europäische Dorf“, in dem etwa 500 Käse präsentiert werden. 2008 wurde das ECC um die „Abtei“ für Käse aus den Niederlanden und Belgien sowie Käse aus aller Welt erweitert. Herzstück des European Cheese Centers ist der große, modern ausgestattete Schulungsraum. Hier finden alle Fortbildungen rund um den Käse statt. Mit eigener Bedienungstheke können Aufbau- und Verkaufssituationen auch praxisnah trainiert werden.

Aufgrund der steigenden Nachfrage für Seminare, wurde ein zweiter Schulungsraum notwendig. Daher begannen 2024 die Planungen für eine Erweiterung. Diese sollte jedoch deutlich umfangreicher werden und weitere Käsenationen erlebbar machen. „Es ist ein Ort, der Emotionen schafft“, sagte Volker Zuck, Geschäftsführer Ruwisch & Zuck, bei der feierlichen Eröffnung. Entstanden ist ein Neubau, der mit der „Blauen Galerie“ mit dem bisherigen Schulungszentrum verbunden ist. Hier werden – wie der Name es verrät – Blauschimmelklassiker wie Roquefort AOP, Bergader Edelblu oder Valdeón IGP sowie Blauschimmel-Spezialitäten aus Dänemark und Italien in Vitrinen vor einer blauen Wand präsentiert. Weiter geht es auf den „Südtiroler Bergplatz“, einem Gastrobereich, in dem man Verweilen und Gespräche führen sowie Verkostungen im Südtiroler Ambiente mit Dolomiten-Panorama durchführen kann.

Daran grenzt das neue Highlight des European Cheese Centers an: die Schweizer Käsewelten. In Zusammenarbeit mit der Switzerland Cheese Marketing (SCM), die die bekannten Sorten aus der Alpenrepublik vertritt, entstand auf rund 200 Quadratmetern eine detailverliebte Erlebniswelt, in der sowohl die großen Sorten wie Emmentaler, Le Gruyère und Appenzeller vertreten sind wie auch kleinere, in Deutschland eher selten zu findende Sorten wie Sbrinz, Bündner Bergkäse oder L'Etivaz. Jede Sorte wird dabei mit einem Video zu Herkunft und Herstellung dargestellt. Zudem bietet ein QR-Code die Möglichkeit, noch mehr über den jeweiligen Käse zu erfahren. „Ziel der Kooperation ist es, die Kompetenz rund um Schweizer Käse im Handel weiter zu stärken und dessen handwerkliche Qualität sowie seine Herkunft nachhaltig zu vermitteln“, sagte Andreas Müller, Geschäftsführer der SCM in Deutschland, im Rahmen der Eröffnungsfeier. Jedoch entstand nicht nur die neue Erlebniswelt, sondern auch der so dringend benötigte Schulungsraum. Somit kann das European Cheese Center der steigenden Nachfrage nach Fortbildungen rund um den Käse zukünftig unter modernen Voraussetzungen sowie im einzigartigen Ambiente gerecht werden.

tw

11

1 v.li. Dr. Dierk Dennig, Volker Zuck, Karin Zuck und Andreas Müller freuen sich über die Eröffnung der Schweizer Käsewelten.

2 Die Blaue Galerie verbindet das bisherige ECC mit den neuen Käsewelten.

3 Die Südtiroler Bergwelten sind ein Café, das zum Verweilen sowie für Gespräche und Verkostungen einlädt.

4 Der Steinbock begrüßt die Gäste in den Schweizer Käsewelten.

5 Mit VR-Brillen kann virtuell in die Schweizer Käsewelt eingetaucht werden.

6 Die Käserei Boncas zeigt unter anderem, wie ihre Moser-Weichkäse auf einer Käsehorde reifen.

7 Die typische Tannerrinde des Vacherin Mont d'Or wird in einem Schaukasten gezeigt.

8 Einen Blick ins Reifelager gewährt der Le Guyère.

9 Der Raclette Suisse und seine Zubereitung werden in einer modernen Käsehütte dargestellt.

10 Das Kloster Bellelay und dessen Mönche zeigen die Herkunft des Tête de Moine.

11 Käsedummies und Schaufeln erklären die Schweizer Spezialitäten, wie den Bündner Bergkäse.

12 Die Zutaten der Geheimen Appenzeller-Sulz werden zwar verraten, aber nicht die genaue Rezeptur.

13 Die Reifehöhle des Emmentaler Urtyps ist auf der Wand des Felsenkellers, in dem ein kleines Käsekino beheimatet ist, zu sehen.

14 Der original Kupferkessel aus dem Emmental ist in den Boden eingelassen.

14

BÜHNE FÜR SPEZIALITÄTEN

Fachgroßhändler Ruwisch & Zuck – Die Käsespezialisten feiern die Erweiterung des European Cheese Center mit beeindruckender Käsebörse.

Ende April lud der Käsefachgroßhändler Ruwisch & Zuck zur Käsebörse nach Hannover ein. Anlass war die Erweiterung des European Cheese Center (ECC), das seit über 25 Jahren als eines der bedeutendsten Schulungs- und Erlebniszentren des Käsehandels gilt. Die Veranstaltung entwickelte sich zu einem Branchentreffpunkt mit internationalen Ausstellern, neuen Sortimenten und einer eindrucksvollen Präsentation der neu geschaffenen Schweiz-Welt.

In den Räumlichkeiten des erweiterten ECC präsentierten Sonntag und Montag zahlreiche Hersteller ihre Sortimente. Im Fokus standen die Schweizer Sortenorganisationen, die nun eine eigene Bühne erhalten haben, ebenso wie internationale Partner mit ihren Spezialitäten: Sartori aus Wisconsin (USA) begeisterte mit dem Hartkäse Bellavitano, der zwölf Monate reift und in verschiedenen Affinagen angeboten wird. Claudia Mus von Die Käsemacher sowie Laura-Sophie Lenk, AMA-Markenbotschafterin, präsentierten feine Spezialitäten aus Schafs- und Ziegenmilch sowie handwerklich hergestellte Antipasti aus Österreich. Mila – Bergmilch Südtirol stellte vor Dolomitenkulisse unter anderem den neuen Seiser Alm Käse vor.

Auch die Rohmilchkäserei Backensholz aus Norddeutschland war in Hannover vertreten. Spanish Cheese empfahl den Besuchern unter anderem Schafskäse mit schwarzen Oliven oder Trüffeln sowie attraktive Käseplatten für die Prepacking-Theke. Heimfein überzeugte mit regionalen Frischkäsespezialitäten, während die Hofkäserei Belrieth Bio-Weichkäse aus ihrer Rhön-Manufaktur präsentierte. Für frankophile Momente sorgten Augustin Marquet und Laurent Beck von Fromi, die eine exquisite Auswahl französischer Käse mitgebracht hatten.

Den neuen zweiten Schulungsraum eröffnete Käsesommelière Melanie Koithahn mit halbstündlichen Workshops unter dem Titel „Sömmerung, Sirte, Rohmilch“ und gab damit interessante Einblicke in die Welt der Schweizer Käsetradition. „Neben der Sortimentsschau steht der Erweiterungsbau des ECC im Mittelpunkt“, sagt Dr. Dierk Dennig, Geschäftsführer von Ruwisch & Zuck – Die Käsespezialisten. „Ein zusätzlicher Schulungsraum, die Blaue Galerie, der neue Bergplatz sowie die thematische Schweiz-Welt mit den Präsentationsboxen der Sortenorganisationen machen das ECC künftig noch stärker zu einem Ort der Emotionen, des Erlebens und Lernens rund um Käse“, so Dennig. „Unser Ziel ist es, Käse mit allen Sinnen erlebbar zu machen und die Besonderheiten und Geschichten der jeweiligen Produkte emotional zu transportieren – für Fachpersonal, Handel und Endverbraucher.“ Mit dieser gelungenen Kombination aus Marktplatz, Netzwerk und Erlebnis zeigt Ruwisch & Zuck eindrucksvoll, wie sich Tradition und Weiterentwicklung im modernen Käsehandel verbinden lassen.

us



Verlosung mit Dr. Dierk Dennig, Petra Schweim und Regina Benecke



Jürgen Kriech von Raclette Suisse zeigt in der „Raclette-Box“ die vielfältigen Verwendungsanlässe für den schmelzenden Käse.



(v.l.) Spanische Hartkäse aus Schafsmilch von Jose Perez und Robert Abele waren ebenso präsent, wie ihre attraktiven Käseplatten.



Die fünf Damen des Konzeptes Dorfladen waren ebenfalls nach Hannover gereist, um sich die neue Schweiz-Welt anzusehen und Lieferanten zu treffen.



Karin Brugger (re.) von der Mila – Bergmilch Südtirol bekam am Stand Unterstützung von Verena Kimmich (R&Z).



Urs Schluechter, Direktor Emmentaler, im Gespräch mit Petra Schweim, Käsesommelière und Käse-Podcasterin.



Tête de Moine gab es in vier Reifestufen bei Hans Rudolf Schmid.



Caroline Hostettler und Jérôme Groebli präsentierten den L'Etivaz aus der Schweiz.



Reto Steiger zeigte in Hannover die Appenzellerin aus der Schweiz..



(v.l.) Augustin Marquet und Laurent Beck von Fromi sind immer wieder gerne auf der Käsebörse dabei.



Feinen Bio-Weichkäse aus der Rhön zeigte Rebeka Büttner von der Hofkäserei Belrieth.



(v.l.) Laura-Sophie Lenk und Claudia Mus stellten Käsespezialitäten aus dem Waldviertel vor.



Daria und Patricia Moser hatten eine „Käsehorde“ dabei, auf dem sie das umfangreiche Weichkäse-Sortiment von Boncas zeigten.



Neben Black Garlic zeigten Claudia de Wirth und Erik Hollander eine feine Auswahl von Henri-Willig-Käsen.



Sam Allison von Sartori ließ sich nicht von dem weiten Weg abhalten, um seine Bellavitano-Range vorzustellen.

Comté

Engagement für Herkunftsschutz

Geografische Herkunftsangaben gewinnen weltweit zunehmend an Bedeutung. Auch Comté setzt sich aktiv für den Schutz und die Weiterentwicklung dieser Qualitätszeichen ein. Im Fokus steht das Engagement bei Origin, dem internationalen Netzwerk für geografische Herkunftsangaben, das rund 700 Verbände aus etwa 40 Ländern vereint. Auf der Generalversammlung im mexikanischen Morelia wurde unter anderem eine neue Regionalvertretung für Südamerika gegründet – ein Zeichen für die wachsende globale Relevanz geschützter Herkunftsprodukte. Als Gründungsmitglied bleibt Comté im Exekutivkomitee vertreten: Valéry Elisseeff, Direktor des CIGC, bringt dort seine Expertise ein. Damit stärkt Comté seine internationale Stimme für Qualität, Tradition und nachhaltige regionale Wertschöpfung.

Imlig Käserei Oberriet

25 Jahre Qualität und Innovation

Im Mai dieses Jahres feierte die in der Ostschweiz ansässige Imlig Käserei Oberriet AG ihr 25-jähriges Jubiläum. Der Betrieb wurde bereits 1956 in Oberriet im St. Galler Rheintal gegründet und 1962 von der Familie Imlig übernommen. Am ersten Mai vor 25 Jahren begann Urs Imlig, Geschäftsführer und Inhaber um sieben Uhr mit dem Käsen in der Käserei. Unter seiner Leitung begann Anfang der 2000er-Jahre eine umfassende Modernisierung des Betriebs und damit die Entwicklung von der regionalen Dorfkäserei zu einem modernen Unternehmen mit nationaler und internationaler Ausrichtung. Heute verarbeitet die Käserei Schweizer Milch zu einer breiten Palette an Produkten – darunter Raclettekäse, Hart- und Schnittkäse, Fondue-Mischungen sowie Spezialitäten für den Detailhandel und die Lebensmittelindustrie. Die Imlig Käserei beschäftigt rund 70 Mitarbeiter und exportiert ihre Produkte auch über die Schweizer Grenzen hinaus.



Urs Imlig hat aus einer Dorfkäserei ein Unternehmen mit internationaler Ausrichtung geschaffen.

Heiderbeck

Saisonkatalog Sommer 2026

Unter dem Motto „Sommer 2026 – entdecken, auswählen und genießen“ präsentiert der Käsefachvermarkter Heiderbeck den neuen Saisonkatalog „Sommerspezialitäten 2026“. Darin zeigt das Unternehmen eine exklusive Auswahl sommerlicher Spezialitäten. Von cremiger Burrata und aromatischer Mozzarella di Bufala über hochwertige Grillspezialitäten bis hin zu einer erlesenen Pecorino-Auswahl bietet das Sortiment vielfältige Genussmomente für die warme Jahreszeit. Fein abgestimmte Antipasti-Variationen – ob aus sonnenge-reiftem Gemüse oder delikaten Meeresfrüchten – runden die sommerlichen Empfehlungen geschmackvoll ab.



Fromi

Neues Magazin



Die neue Ausgabe des Fromi Corporate Magazines, Fromager-Epicier ist erschienen. In ihr wird ein besonderes Augenmerk auf zwei verschiedene Mikroorganismen gelegt, die von den Affineuren verwendet werden, um Käse mit Weißschimmelrinde herzustellen: das *Penicillium camemberti* und das *Geotrichum candidum*. Ein weiterer Beitrag ist Claude Query gewidmet, der seit 1986 Kellermeister bei Marcel Petite ist. Im Interview spricht er über die Bedeutung der sorgfältigen Auswahl der Comté-AOP-Laibe und deren Begleitung während der Reifung, damit sie ihr volles Potenzial entfalten können. Das Magazin ist für alle Fromi-Kunden erhältlich oder unter fromi.com/de/noch-nicht-kunde.



Meldungen

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



ÖMA/Allos

Käse trifft Gemüse

Mit den Gemüse-Käse-Aufstrichen (135 g) rückt die Käseexpertise der Ökologischen Molkereien Allgäu (ÖMA) in den Fokus. Gemeinsam mit Naturkostenanbieter Allos entstehen drei Bio-Neuheiten, die cremigen Käsegenuss mit ausgewähltem Gemüse verbinden und damit Impulse für den Zusatzverkauf setzen. Die Sorten Spinat-Ricotta, Tomate-Mozzarella und Olive-Feta stehen für aromatische Rezepturen, bei denen der Käse die geschmackliche Basis bildet. Genau hier bringt der neue Partner aus dem Allgäu seine Stärke ein: Die ÖMA stehen als Käse-Original für handwerkliche Kompetenz und nachhaltigen Bio-Genuss. Das Ergebnis sind naturbelassene Aufstriche in Bio-Qualität. www.öma.de/www.allos.de

Vinella

Süße Zwiebeln, großer Auftritt

Mit dem Vinella Rote Zwiebel-Confit lässt sich Käse genussvoll inszenieren. Die italienische Spezialität entsteht nach kalabrischem Originalrezept und verbindet süße rote Zwiebeln mit feinem Balsamico zu einer aromatischen, herzhaften Delikatesse. Das Zusammenspiel von Süße, Würze und feiner Säure ist ein idealer Begleiter zu kräftigen wie auch milden Käsesorten. Die Marmelade ist zu einem Preis von 6,40 Euro (165 g) erhältlich. www.vinella.de

Fromi

Premium-Chips aus Spanien

Patatas Rubio aus Bullas in der spanischen Region Murcia steht seit zwei Generationen für hochwertige Kartoffelchips. Mit der Premium-Marke Inessence bietet das Familienunternehmen knusprige Begleiter für Käseplatten, Aperitif-Konzepte und Feinkost-Präsentationen. Die Chips verbinden handwerkliche Tradition mit modernen Qualitätsstandards und sind in verkaufsfertigen, stapelbaren Displaykartons erhältlich. Im Sortiment gibt es aktuell die Sorten (125 g) Natur, Schinken, Trüffelaroma, rosa Himalaya-Salz, Barbecue und Honigsenf. www.fromi.com

Wolfram Berge

Fruchtige Ergänzung

Wolfram Berge erweitert sein Delikatessensortiment um die Gourmet Birne-Dattel Sauce. Die Neuheit kombiniert die feine, leicht säuerliche Fruchtigkeit von Williams-Birnen mit der honigartigen Süße von Datteln und empfiehlt sich als vielseitiger Begleiter für die Käsetheke. Besonders zu Weich-, Frisch- und Hartkäse setzt die Premium-Sauce fruchtig-süße Akzente und bietet damit attraktives Zusatzverkaufspotenzial. Die Rezeptur kommt ohne zugesetzten Kristallzucker sowie ohne künstliche Aromen, Farb- und Konservierungsstoffe aus; für eine natürliche Süße sorgt unter anderem Rheinischer Zuckerrübensirup. Die

UVP liegt bei 2,99 pro 65-Gramm-Glas. www.delikatessen-berge.de

Viani

Würzöl zum Käse

Mit dem nativen Olivenöl extra „Monocultivar Coratina“ von Cillo lässt sich das Sortiment an der Käsetheke genussvoll erweitern. Das mittelfruchtige Öl wird aus der traditionellen Sorte Coratina gewonnen, Mitte November geerntet und als reinsortiertes Olivenöl verarbeitet. Geschmacklich überzeugt es mit Mandelnote sowie einer feinen Bitterkeit und Schärfe im Abgang. Das mehrfach prämierte Öl eignet sich besonders als Würzöl zu gereiften Käsen. Produzent ist die Familie Cillo, die seit 1931 in den Hügeln rund um Cancellara (Italien) Oliven anbaut und heute mehr als 3.600 Bäume bewirtschaftet. Das Öl ist in der 250-Milliliter-Flasche verfügbar und kostet 18,50 Euro. www.viani.de

PINNWAND

RAUSCH

Fachgroßhandel seit 1959



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

KÄSE WEB
immer ein Genuss!



Zehn Jahre Eifel Camembert

Am Sonntag, dem 26. Juli 2026, feiert die Familie Gröner auf ihrem Hof in Kerpen von 11 bis 18 Uhr ein Hoffest und zugleich zehn Jahre Eifel Camembert. Besucher dürfen sich auf einen genussvollen Tag für die ganze Familie freuen: mit vielen Gelegenheiten zum Schauen, Probieren, Schmecken und Einkaufen. Neben Schaukäserei und Streichelzoo, stehen auch die Spezialitäten wie Eifeler Bergkäse und Eifel Camembert im Mittelpunkt. Ergänzt wird das Angebot durch befreundete Direktvermarkter mit Obst, Gemüse, Wolle, Wein, Trödel und vielem mehr. Weitere Informationen unter eifel-groener.de

VORSCHAU ■ Die KÄSE-THEKE 5/26 erscheint im September

Das Thema **Käse und alkoholfreie Begleiter** zeigt, es geht auch ohne Promille. Ob Fruchtsecco, Säfte, Kombucha, Traubensaft oder Tee: Alkoholfreie Begleiter eröffnen überraschende Aromen und bieten neue Impulse für Beratung und Verkauf. Welche Kombinationen mit Frisch-, Weich-, Schnitt-, Hart- oder Blauschimmelkäse besonders harmonisieren und wie Süße, Säure und Textur zusammenspielen, zeigen wir in der nächsten Ausgabe der **KÄSE-THEKE**.



Foto: colourbox.de

Von der Reifung bis zur Beratung, im **zweiten Teil unserer Käsewissen Basics-Reihe** vertiefen wir das Grundwissen für die Theke. Im Fokus stehen Reifungsprozesse, Käsepflege und ihre sensorischen Auswirkungen. Wie entstehen typische Aromen? Welche Rolle spielen Mikroflora, Lagerung und Schnitttechnik? Kompakt und verständlich für die Praxis aufbereitet, stärkt dieses Fachthema die Beratungskompetenz und liefert Hintergrundwissen für das Kundengespräch.



Foto: colourbox.de

Ihre Ansprechpartner für weitere Informationen und Angebote:

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

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

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

IMPRESSUM

(ISSN 0940-208X)

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

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

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

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

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

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

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

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

Abonnentenbetreuung und Leserservice:
B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG,
Verlagsniederlassung München,
Garmischer Straße 7, 80339 München,
Ansprechpartner: Roland Ertl,
Tel.: 0 89/3 70 60-271,
Fax: 0 89/3 70 60-111,
E-Mail: r.ertl@blmedien.de

KÄSE-THEKE erscheint sechsmal im Jahr
im Zweimonatsrhythmus. Jahresbezugspreis
Inland 41,00 € brutto, Ausland 51,00 €,
Einzelheftpreis 7,80 €

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand: Hilden

Titelfoto: ARGE Heumilch

Druck: Ortmaier Druck GmbH, Birnbachstraße
2, 84160 Frontenhausen
Gedruckt auf chlorfreiem Papier.

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

Geschäftsführer: Harry Lietzenmayer,
Stephan Toth, Björn Hansen



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

DU WEISST NICHT WEITER?

DANN MELDE DICH!

Du möchtest mitmachen,
aber weißt nicht wie?

Dir fehlen Inspirationen?

Du brauchst Tipps & Tricks
für eine Aktion?

Du kannst Dich nicht für
eine Region entscheiden?

Ulrike Schmitz an unserer Hotline hilft Dir weiter:

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

UNSERE SPONSOREN



AUSGABE VERPASST?

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



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

**JETZT ONLINE-
ABO BUCHEN**

blmedien.de/produkt-kategorie/fachmagazine



Milch-Marketing 

KÄSE-THEKE

molkerei industrie