

KÄSE- THEKE

Nr. 1 | 2025
www.kaeseweb.de

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

Der neue
Geheimtipp
aus der Schweiz.
Ganz neu. Ganz anders.

AB
1. MÄRZ
2025
erhältlich.

▶ f i in
#intoorganic

Zutritt nur für
Fachbesuchende



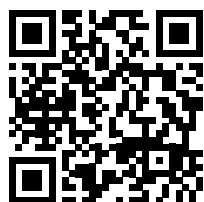
Nürnberg, Germany
11.-14.2.2025

BIOFACH

into organic

Weltleitmesse
für Bio-Lebensmittel

Gemeinsam die Zukunft des Handels gestalten



Ob im Lebensmitteleinzelhandel oder im selbständigen Vertrieb – Bio ist längst unverzichtbar und die Konsumenten sind informierter denn je. Auf der **BIOFACH 2025** richten wir gemeinsam den Blick nach vorne: erfahren Sie, was moderne Kundinnen und Kunden bewegt und treffen generationsübergreifende Akteure, die mit visionären Ideen den Markt von morgen prägen. Zusammen gestalten wir die Zukunft des Handels! **Sind Sie dabei?**

Jetzt informieren und Tickets sichern: www.biofach.de/dabei-sein

Vorwort

Wissen macht Umsatz

Der Vorweihnachts- und Festtagswahnsinn in den Abteilungen ist geschafft, die Raclette-Wünsche wurden bis Silvester erledigt und ich hoffe, Sie hatten alle ein schönes Weihnachtsfest und einen guten Start ins neue Jahr.

In den vergangenen Wochen war es besonders wichtig, dass die Bedienungstheken mit qualifiziertem Personal ausgestattet sind. Die Wochen vor Weihnachten und Silvester sind die umsatzstärksten des ganzen Jahres. Märkte, die in diesem Zeitraum ihre Theken nicht gut oder gar nicht besetzt haben, verschenken bares Geld und sollten erst gar nicht über das Thema Bedeutung der Käsetheke diskutieren. Am Jahresende gehen hochwertige Spezialitäten über die Theke und generieren ordentliche Bons. Aber: Diese besonderen Käse brauchen Beratung und Kunden, die sich solche Käse gönnen. Sie möchten informiert werden. Lange gereifte Köstlichkeiten, mit feinen Zutaten wie Trüffel verfeinert, oder Raclette-Sorten aus der Schweiz, Österreich oder Frankreich haben besondere Geschichten, die erzählt werden möchten. Der Kunde nimmt sie mit nach Hause, um sie seinen Gästen stolz weiterzugeben.

Mit einer Prise Humor stellte die Edeka diese Anforderungen in ihrem aktuellen Weihnachtsspot heraus: Der Metzger, der genau weiß, welches besondere Stück Fleisch sein Kunde zu Weihnachten möchte. Die Käsefachkraft, die nicht nur ihr Sortiment kennt, sondern auch grammgenau aufschneiden kann. Die Mitarbeiter im Markt, die es verstehen, Zweitplatzierungen in Szene zu setzen.

Ein Markt ist mehr als eine Ansammlung von Produkten in Regalen und Theken. Es sind die Mitarbeiter, die mit ihrem Wissen und ihrer Persönlichkeit daraus ein Einkaufserlebnis für den Kunden machen, meint

**THORSTEN
WITTERIEDE**

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



ANZEIGE



MIT BEEMSTER IN DEN FRÜHLING RADELN



KW05-12
Kühlschrankschrankmagnete
beim Kauf von
Beemster Käse.



**10 E-BIKES
ZU GEWINNEN**



INHALT

Foto: AdobeStock.com/guruXOX



★ Fachthema

Bio im Mainstream.....	6
30 Jahre AMA-Biosiegel.....	14
Biofach 2025.....	15
Biologische Kaaskunst von Landana	16
Der bayerische Demeter-Pionier	18
Bio und regional bei Edeka Ueltzhöfer.....	20

★ Spanien

Gewinner des Cheese from Spain Award.....	22
---	----

★ Kreativ Award

Es wird das Jahr der Spitzenteams.....	24
--	----

★ Neuheiten

Schweizer Naturkäse aus St. Gallen	25
Junger Pecorino mit Rosmarin	25
Wensleydale mit fruchtiger Note	25
Spanischer Drei-Milchkäse.....	25
Kleine Variante eines Klassikers.....	26
Zartschmelzender Franzose.....	26
Junger Schnittkäse aus der Auvergne	26
Schweizer Rohmilchkäse mit Geschichte.....	26
Gereifter Hartkäse aus St. Gallen	26
Hartkäse aus Jersey-Milch	26
Feiner Rahmkäse mit Trüffelnoten.....	27
Klassiker aus Voralberg.....	27
Rahmkäse aus Österreich	27
Traditioneller Bergkäse aus dem Allgäu	27

★ Aktionen

Beemster startet schwungvoll ins Jubiläumsjahr	28
Ausgezeichnete Schweizer Käse auf der Cheese Berlin.....	30
Online-Workshop mit Käse und Bier	30
EU-Kampagne für Südtiroler Originale.....	30
Gewinnen mit Le Gruyère AOP.....	30
Feiertagsaktion bei Rewe Quermann	31
Neuer Theken-Aufsteller für Bergader-Käse.....	31
Mit Raclette du Valais AOP in den Europa-Park.....	31

★ Schulungen

Kompetenz für die Bedienungstheke.....	32
Der aktuelle Überblick zu Fortbildungen und Schulungen.....	34
Wenn aus Kunden Kollegen werden	35
Die Reise ins Land der Berge	36
Fortbildung für V-Markt-Thekenkräfte	38
Eine Bühne für Rewe-Azubis	39
Spannung und Vorfreude im ECC	40



Das italienische Familienunternehmen Fattorie Garofalo stellt Mozzarella di Bufala Campana DOP und andere Spezialitäten aus Büffelmilch her.

ab Seite 44

★ Auf Käsereise

Die Kaiser-Gala für ausgezeichnete Käse	40
Die Tradition der Fattorie Garofalo	44

★ Leserwahl

Wer sind Ihre Theken-Lieblinge 2025	46
---	----

★ Rubriken

Vorwort	3
Vorschau/Impressum	53

ANZEIGE



KÄSE REBELLEN

Rebellische **Bio** Vielfalt aus den Bergen



Entdecke unsere rebellische Bio-Vielfalt auf der

BioFach

11.-14. Februar
Stand 251
Halle 7A



aus
Heumilch g.t.S.



www.kaeserebellen.com

BIO IM MAINSTREAM



Foto: AdobeStock.com/guruXOX

Mit Bio-Käse wird die Auswahl in der Theke vielfältiger. Tierwohl, Nachhaltigkeit und Regionalität sind gute Argumente für die Käse aus biologischer Herstellung.

Käse aus biologischer Herstellung ist in vielen Bedienungstheken mittlerweile unverzichtbar. Das gilt auch für Sandra Schumertl, Inhaberin des Delta-Marktes Neumaier in Hörlkofen. „Wenn auch Bio-Käse nicht so häufig nachgefragt wird wie konventionell hergestellter Käse, sollte er nicht im Sortiment fehlen“, sagt die Käsesommelière. Rund 20 verschiedene Bio-Käse gehören in das 300 Sorten umfassende Angebot in der Theke. „Ehrlich gesagt, wird Bio-Käse im Thekensortiment bei uns nicht in den Fokus gestellt, denn sie laufen gut mit“, berichtet sie. Neben dem Schnittkäse „Wilder Bernd“ aus dem Münsterland gehört vor allem der Hartkäse „Biofjord“, der an der dänischen Nordseeküste reift, zu den Rennern der Theke. Schumertl weiß um die Vorteile, die Bio-Käse gegenüber den konventionell hergestellten Produkten haben und wird nicht müde, sie im Kundengespräch wie ein Mantra aufzuzählen: Tierwohl, Fütterung, Regionalität nur wenige vereinzelte Zusatzstoffe, Nachhaltigkeit, kein Kunstdünger. Und sie erklärt auch die Siegel der Bio-Anbauverbände, die einige Käse neben dem europäischen Standardsiegel tragen.

Für das Jahr 2023 meldete der Bund für ökologische Lebensmittelwirtschaft (BÖLW) erneut ein Plus für die Umsätze mit Bio-Lebensmitteln in Deutschland. Die Verbraucher haben wieder mehr Geld für Bio-Produkte ausgegeben, insgesamt waren es 16,08 Milliarden Euro. Durch höhere Preise und stabile Verkaufsmengen

hat sich der Markt für ökologische Produkte nach dem schwierigen Jahr 2022 wieder erholt. Einen gewaltigen Umsatz-Schub gaben die Discounter. Aber auch der klassische Lebensmitteleinzelhandel steigerte seine Bio-Umsätze 2023 um 7,2 Prozent auf 10,82 Milliarden Euro und erreichte damit einen Anteil von 67 Prozent am Lebensmittelmarkt. Positiv ist auch die Absatzentwicklung verschiedener Bio-Produkte im gleichen Jahr. Der BÖLW registrierte beispielsweise eine Zunahme im Absatz von 5,6 Prozent und 13,3 Prozent beim Umsatz für Käse.

Der Verband veröffentlichte auch, dass im Jahr 2023 Bio-Lebensmittel bei einer Inflationsrate von neun Prozent im Vergleich zum Vorjahr nur um fünf Prozent teurer geworden seien. Der Preisanstieg für Bio-Produkte fiel geringer aus als bei konventionell hergestellten Lebensmitteln – je nach Produktgruppe sehr unterschiedlich. Käse war allerdings mit einer Preissteigerung von 14 Prozent betroffen. Die höheren Preise resultierten aus den gestiegenen Produktionskosten, sagt der BÖLW. Handelsmarken für Bio-Produkte setzten ihre positive Entwicklung fort. Ihr Anteil am Bio-Umsatz beträgt laut Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) 56 Prozent. 2022 waren es 52 Prozent.

Zu den Verkaufsschlägern im Edeka-Frischecenter Wagner in Coburg zählen das gepfefferte Ärschle und Antons Liebe. Bei beiden Weichkäsen handelt es sich um Käse, die mit Bioland-Milch im Allgäu hergestellt werden. Auch der Bio Gletscher Rebell oder der Bio Dorfkäse Bunter Pfeffer sind beliebt, denn Bio-Käse gehören bei Käsesommeliere und Erstverkäuferin Sandra Krause zum Standardsortiment. „Die Kunden sind interessiert und fragen insbesondere nach

Käse aus biologischer Herstellung“, berichtet sie. Daher ist ihre Auswahl umfangreich – sowohl in der Bedienung als auch in der Preppackingtheke. Sollte im Kundengespräch nicht der richtige Käse dabei sein, empfiehlt Krause konventionelle Käse, die aus Heumilch hergestellt werden. „Auch bei Heumilch-Käse spielen die Fütterung, Tierhaltung und Nachhaltigkeit eine große Rolle. Das erkläre ich den Kunden und weise zusätzlich darauf hin, dass diese Käse nicht Bio sind“, erzählt sie. Wer dennoch Bio möchte kann sich auch für Bio-Heumilch-Käse im Edeka-Frischecenter Wagner entscheiden.

Für die Herstellung von Bio-Käse werden die Tiere artgerecht gehalten, sie bekommen Weidegang und genügend Auslauf im Stall. Das Futter für die Kühe ist ökologisch angebaut und gentechnisch verändertes Futter ist tabu. 60 Prozent des Futters müssen vom Betrieb selbst oder regional erzeugt sein. Bei der Herstellung von Bio-Käse ist das Konservierungsmittel Natamycin (E 235) verboten. Je nach Bio-Anbauverband sind Zusatzstoffe nur begrenzt im Käse zugelassen. Bei der Herstellung von konventionellem Käse dürfen 320 Zusatzstoffe eingesetzt werden, in der Bio-Erzeugung sind nur 47 zugelassen. Das können beispielsweise: E 153 Pflanzkohle, E 160 b Annatto, Bixin, Norbixin, E 170 Calciumcarbonat, E 270 Milchsäure, E 331 Natriumcitrat, E 410 Johannisbrotkernmehl, E 500 Natriumcarbonat oder E 509 Calciumchlorid sein. Kunstdünger darf in der Landwirtschaft nicht verwendet werden, wohl aber organischer Dünger, der besonders CO₂ bindet und somit dem Klima zu Gute kommt. Überdies ist die präventive Gabe von Antibiotika bei Milchkühen verboten. >>



„Nichts Großes ist je ohne Begeisterung geschaffen geworden.“
Ralph Waldo Emerson












**QUALIFIZIERTE
KÄSEFACHKRAFT**
mit
IHK - Zertifikat Hannover
Weiterbildung in 4 Blöcken
à 3 Tagen
für Neueinsteiger an der Käsetheke

&

**DIPLOM-
KÄSESOMMELIER**
Ausbildung in 14 Tagen
für echte Käse-Experten



Termine & weitere Seminare
finden Sie auf unserer Internetseite
oder Sie rufen uns an.
Wir freuen uns auf Sie!
www.cheesecenter.de
info@cheesecenter.de
Tel.: 0511 / 58 666 26



Supermarkt an der Spitze

Die Pospuls-Vergleichsstudie – 2023/2024 über Bio-Produkte sagt aus, dass nur 2,72 Prozent (2023: 2,90 Prozent) der Bevölkerung Bio-Produkte in einem Naturkostfachmarkt kaufen. Der Verkauf der „Bios“ über den Discounter (2024: 35,85 Prozent, 2023: 35,67 Prozent) hat zugenommen. Der größte Anteil an Bio-Produkten wird mit 59,14 Prozent (2023: 59,46 Prozent) im Supermarkt eingekauft, auch wenn die Zahlen im vergangenen Jahr etwas zurückgegangen sind.



Beemster

Beemster Bio Mild (mind. 48 % Fett i.Tr., 6-kg-Halblaib, mikrobielles Lab) ist ein aromatisch-frischer Gouda, der eine cremige Textur besitzt. Er wird aus holländischer Bio-Milch hergestellt und reift rund fünf Wochen auf Holzplanken.



Gebr. Baldauf

Bio Alpenfeuer (mind. 50 % Fett i.Tr., ca. 6 kg, tierisches Lab) ist ein besonderer Schnittkäse. Aus reiner Bioland-Heumilch hergestellt, reift er zwölf Wochen. Durch die Affinage der Rinde mit der feinen Bio-Chilimischung bekommt der Bio-Käse einen vollen und aromatischen Geschmack, der im Rindenbereich chilischarf sein kann.



Vorarlberg Milch

Beim Ländle Bioberger (mind. 50 % Fett i.Tr., ca. 8 kg, ca. 2 kg Viertellaib, mikrobielles Lab) handelt es sich um einen österreichischen Hartkäse, der im Vorarlberg hergestellt wird. Der Bioberger hat einen kräftigen und würzigen Geschmack und einen kompakten, geschmeidigen Teig, in dem vereinzelt kleine Löcher auftreten.



Fromi

5 Blüemli Bio (mind. 50 % Fett i.Tr., 6,5 kg, tierisches Lab) ist ein Schweizer Schnittkäse des Tailor-Made-Cheese-Sortiments aus dem Appenzellerland. Er reift mindestens 70 Tage und wird mit getrockneten Bio-Blumenblüten verfeinert. Während dieser Zeit dringen die ätherischen Öle der 5 Blüemli in den Käse ein und sorgen für florale Noten im Käse.



Ruwisch und Zuck/ Käsespezialisten Süd

Der Bio Mozzarella di Bufala DOP (mind. 52 % Fett i.Tr., 125 g, tierisches Lab) kommt aus Kampanien in Italien. Diese Region ist für den herkunftsgeschützten Pasta-Filata bekannt. Der Mozzarella in Bio-Qualität wird in einer Schale zu 125 Gramm angeboten.



Vandersterre

Landana Organic (50 % Fett i.Tr., 12 kg, mikrobielles Lab) wird aus hundert Prozent holländischer Kuhmilch hergestellt. Es handelt sich dabei um Weidemilch, denn die Kühe stehen 180 Tage im Jahr, je acht Stunden, auf den Weiden. Der Schnittkäse reift auf natürliche Weise auf Holzbrettern und entwickelt so seinen milden Geschmack.

Bei der Herstellung von Bio-Käse darf kein gentechnisch verändertes Lab eingesetzt werden. Was bedeutet das? Bei der Produktion von Käse wird zur Dicklegung Lab eingesetzt. Für die Herstellung von Bio-Käse sind tierisches Lab – auch Kälber- und Rinderlab genannt – sowie mikrobielles Lab (Labaustauschstoff) erlaubt. Damit tierisches Lab für die Käseproduktion eingesetzt werden kann, muss es aus dem Magen eines Wiederkäuers entnommen werden. Durch chemische Prozesse werden die Enzyme herausgelöst, gereinigt und haltbar gemacht.

Mikrobielles Lab wird auf gezüchteten Schimmelpilz-Kulturen hergestellt, die in der Lage sind, das Enzym Chymosin zu bilden. Chymosin ist für das Gerinnen der Milch verantwortlich. Für die Produktion von Bio-Käse ist auch pflanzliches Lab zugelassen. Es wird aus Pflanzen, wie dem Labkraut oder aus Artischocken gewonnen. Feigen weisen einen gewissen Chymosin-Gehalt auf, um Milch dickzulegen. Pflanzliches Lab wird in der Regel eingesetzt, um Frischkäse herzustellen. Doch es gibt auch

Pionier der Nachhaltigkeit

Das Bio-Unternehmen Alnatura hat den Sustainable Impact Award (SIA) 2024 in der Kategorie „Impact of Corporate Sustainable Governance“ erhalten. Der SIA-Award zeichnet Mittelständler aus, die sich mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinandersetzen und entsprechend danach handeln. Die Auszeichnung wurde am 5. November verliehen. In der Laudatio wurde hervorgehoben, dass Alnatura mit seinem ganzheitlichen Ansatz Pionier der Nachhaltigkeit sei und damit stimme das Unternehmen mit den Zielen für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen, den sogenannten Sustainable Development Goals (SDGs) überein. Vor 40 Jahren wurde Alnatura von Götz Rehn mit der Vision „Sinnvoll für Mensch und Erde“ gegründet. Der Sustainable Impact Award wird seit 2021 vom Wirtschafts-magazin WirtschaftsWoche verliehen.

Die Appenzellerin® kommt nach Deutschland.

AB
1. MÄRZ
2025
erhältlich.

Ganz neu? Ganz anders! Für alle, die es etwas milder mögen.

Die Appenzellerin® Elegant ist eine innovative Ergänzung zum klassischen Appenzeller® Sortiment:

- Milder, dezent aromatischer Geschmack
- Leicht milchige und ausgewogene Note
- Weniger würzig, aber dennoch vollmundig

Dieser einzigartige Geschmack spricht gezielt Konsumenten an, denen der traditionelle Appenzeller® zu intensiv ist. Ab dem 1. März 2025 wird die Appenzellerin® Elegant auch in Deutschland erhältlich sein – rechtzeitig zum Ostergeschäft.



Zusatzverkäufe an Ihrer Theke:

Die neue Appenzellerin® Elegant wurde in Verkostungen erfolgreich getestet. Von 1231 Verbrauchern, die bisher selten oder gar keinen Appenzeller® Käse kaufen:

- entscheiden sich 74% für den Geschmack der Appenzellerin®.
- würden 90% die Appenzellerin® sicher oder wahrscheinlich kaufen.

Die neu zu gewinnenden Verbraucher für die Appenzellerin® liegen dabei besonders in der Altersgruppe 26 bis 50-Jährige. Und damit erschließt die Appenzellerin® Elegant vor allem neue und jüngere Käufergruppen, die bisher der Marke ferngeblieben sind.

Umfassende Unterstützung:

Im Frühling 2025 wird die Appenzellerin® mit einer reichweitenstarken crossmedialen Kampagne präsent sein. Diverse Print-Inserate, eine starke TV-Kampagne und regelmässige Social-Media-Postings garantieren mit über 600 Millionen Kontakte eine hohe Aufmerksamkeit.

Zahlreiche Deko- und Infomaterialien, Verkostungen und Zugabeartikel wecken die Neugier Ihrer Kunden! Mehr Informationen:
Switzerland Cheese Marketing GmbH
info@schweizerkaese.de / www.schweizerkaese.de





Heiderbeck

Der Bio Gewürzblütenkaiser (mind. 45 % Fett i.Tr., ca. 4 kg, tierisches Lab) reift mindestens drei Monate in einem Felsenkeller in Tirol. Durch diese Reifung und die Affinage mit Gewürzblüten bekommt der Käse einen aromatischen und würzigen Geschmack. Im Käseteig zeigt sich eine feine Bruchlochung.



ÖMA

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



Käserebellen

Der Bio Bergblumen Rebell (51 % Fett i.Tr., 3 kg, tierisches Lab) ist ein unverwechselbarer Hartkäse, der nach einer Reifezeit von sechs Monaten sein Aromen-Spektrum von mildem Sauerrahm bis zu Malznoten entfaltet. Der cremig-kraftige Teig hat eine dunkle Rinde durch die Affinage mit Bergblumen und Pinienasche.



Weidner Käse

Die Naturrinde des Schweizer Käses Bio Urchrüter Chäs (mind. 45 % Fett i.Tr., ca. 4 kg, tierisches Lab) wird in der Reifezeit von zwei Monaten mit Kräutern gewaschen. Dadurch bekommt dieser Käse ein fein-nussiges Aroma und einen geschmeidigen Teig. Die Herstellung des Schnittkäses erfolgt im Aargau.



Gerald Bartke

Der französische Ziegenweichkäse Zickenblues (mind. 45 % Fett i.Tr., 900 g, tierisches Lab) wird in einer kleinen fränkischen Ziegenhof-Käserei aus roher Bioland-Milch traditionell in Handarbeit hergestellt. Diese Käsespezialität zeichnet sich durch ihre zarten, blauen Adern im Käseteig aus.



Thise Mejeri

Blaue Kornblume (60 % Fett i.Tr., ca. 3 kg, mikrobielles Lab) ist ein Blauschimmelkäse aus Dänemark. Um den richtigen Geschmack und die entsprechende Konsistenz zu erlangen, ist ein minutiöses Käsereiverfahren einzuhalten. Der Blauschimmelkäse wird in 400-Liter-Käsewanen hergestellt, in denen die Milch von Hand gerührt wird.

Ausnahmen. Mikrobielles Lab aus GVO wird ebenfalls im Labor hergestellt, indem den Schimmelpilz-Kulturen eine entsprechende DNA-Sequenz eingesetzt wird, die in der Kuh für die Chymosin-Produktion verantwortlich ist. Für die Produktion von Bio-Käse ist dieses Lab nicht zugelassen.

Äußerlich sieht man es dem Käse nicht an, ob er aus Bio- oder konventioneller Milch hergestellt ist. Bio-Käse sind am EU-Bio-Logo erkennbar. Die Betriebe wirtschaften im Einklang mit der Natur nach Möglichkeit in Kreisläufen. Somit hat Bio positive Auswirkungen auf das Klima, die Artenvielfalt, Tierhaltung und fördert auch die Regionalität. Rechtliche Basis für alle mit „Bio“ gekennzeichneten Lebensmitteln ist die EU-Bio-Verordnung (EU 2018/848 seit 1. Januar 2022). Viele Käse-Hersteller entscheiden sich für Bio-Milch eines Öko-Anbauverbandes.

Alle Käse, die das grüne EU-Bio-Siegel, ein stilisiertes Blatt auf grünem Grund, tragen, sind bio-zertifiziert. Das europäische Siegel wurde im Jahre 2010 eingeführt und befindet sich auf jedem Bio-Produkt. Käse, die diese Siegel tragen, erfüllen den gesetzlichen Mindeststandard laut EU-Öko-Verordnung. Die Hersteller werden einmal im Jahr von einer unabhängigen Kontrollstelle

Kooperation der Öko-Verbände

Bioland und Biokreis wollen zukünftig eng zusammenarbeiten, meldeten die beiden Bio-Verbände kürzlich in einer Presseerklärung. Die Verbände sehen das Vorhaben als ein Signal aus der Bio-Branche, dass man sich aktuellen und künftigen Aufgaben gestärkt und vereint entgegenstellen will. Auch der Bio-Verband Gäa, der seit dem vergangenen Jahr korporatives Mitglied von Bioland ist, soll in die Zusammenarbeit mit eingebunden werden. Mit dem Schulterschluss werden Synergien für Betriebe, Bündler, Verarbeiter sowie den Handel erschlossen. Die beiden Verbände sehen sich damit auch als ein stärkerer Akteur gegenüber der Politik.



Nature does its work



Reypenaer Käse sind speziell ausgewählte Käse, die über einen Zeitraum von 1 bis 3 Jahre in unserem historischen, über 100 Jahre alten Käselager in Woerden auf traditionelle Weise reifen. Dort sorgen das Mikroklima, natürliche Temperatur- und Feuchtigkeitsschwankungen für die besondere Entwicklung von Geschmack, Aroma und Textur. Die Käselaike werden von Hand gewendet und gepflegt.

Rien en Jan van den Wijngaard





Thomas Export

Der Bleu d'Auvergne Bio von Laqueuille (mind. 50 % Fett i.Tr., tierisches Lab) wird in der französischen Region Auvergne hergestellt. Es handelt sich um einen Blauschimmelkäse mit einem intensiven Geschmack und feiner Salz-Note sowie zartschmelzender Konsistenz. In mais Korn großen Öffnungen bildet sich der Blauschimmel.



Vallée Verte

Der Schnittkäse „Wanderzyt“ (mind. 53 % i.Tr., 4,2 kg, tierisches Lab) stammt aus dem schweizerischen Toggenburg zwischen Wil und Wattwil. Der Käse wird aus thermisierter Milch hergestellt und reift mindestens acht Monate in der Familienkäserei auf 610 Metern Höhe über dem Meeresspiegel.



Weiling

Blaues Wunder (mind. 50 % Fett i.Tr., 4,2 kg, mikrobielles Lab) ist ein Käse, der unter der Marke Bioladen vertrieben wird. Es handelt es sich dabei um einen Bio-Schnittkäse, dessen Rinde aus einer Mischung mit Blaubeeren, Whisky und Rosmarin affinert wird. Der Geschmack ist cremig und angenehm würzig. Charakteristisch ist die blauviolett changierende Rinde.



Carl Fr. Scheer

Die Büffelmilch für den Schnittkäse Bio Mythen Büffel (60 % Fett i.Tr., ca. 3 kg, tierisches Lab) wird auf dem Bauernhof Deck im Talkessel Schwyz gewonnen. Dieser feine Büffelmilchkäse zeichnet sich vor allem durch seinen hellen, fast weißen Teig aus. Vereinzelt sind kleine Löcher im Käse zu finden. Sein Geschmack ist cremig und würzig.



Molkerei Söbbeke

Der Rotschmierkäse Uriger Hannes (50 % Fett i.Tr., ca. 3,8 kg, mikrobielles Lab) wird aus Demeter-Milch von Höfen aus Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen gekäst. Während seiner achtwöchigen Reifung wird er mit einer Mischung aus Blaubeeren, Schabziger Klee, Brenneseln und Petersilie in Bio-Qualität verfeinert.



Würth Biokäse & Feinkost

Aus Frankreich stammt ein besonderer Bio-Ziegenkäse, der sich Pointu Affiné Cendré Fermier (Aussprache: Pwäntü Affiné Sändré Fermjee) nennt. Der Weichkäse hat die Form einer Kuppel. Charakteristisch für ihn sind seine cremige Textur, die mit der Zeit brüchig wird, und seine feine grau-bläuliche Rinde.

Probleme für Bio-Milch

In den letzten Jahren haben mehrere Faktoren schwierige Bedingungen für französische Bio-Milcherzeuger geschaffen. Ab 2015 eröffnete das Ende der Milchquoten in der Europäischen Union (EU) neue Möglichkeiten, und ein erneutes Interesse an Biomilch machte den Umstieg auf Bio für Landwirte zu einer attraktiven Perspektive. Doch die nachfolgenden Krisen, insbesondere die Covid-Pandemie, die Inflation und die steigenden Ressourcenkosten seit Beginn des Krieges in der Ukraine, trafen die Biomilchbauern hart. Nach Angaben des Établissement national des produits de l'agriculture et de la mer (France AgriMer) ist die Bio-Milchsammlung in Frankreich bis 2023 um 4,5 Prozent zurückgegangen. Andere europäische Staaten zogen nach: Österreich reduzierte seine Sammlung um 3,5 Prozent und Dänemark um fünf Prozent. Nur Deutschland, der größte Erzeuger von Biomilch in der EU, behielt aufgrund einer stabilen Binnen-nachfrage sein Sammelniveau bei.

le geprüft. Die Angabe einer Codenummer der Ökokontrollstelle – DE-Öko-000 – ist verpflichtend. Die dreistellige Ziffer am Ende steht für die Kontrollstelle.

In Deutschland gibt es darüber hinaus einige Bio-Anbauverbände, die unterschiedliche Schwerpunkte haben. Die Mitgliedsbetriebe des **Demeter**-Verbandes arbeiten nach den anthroposophischen Grundsätzen Rudolf Steiners in einem Kreislauf. Bei der bio-dynamischen Wirtschaftsweise unterstützt ein Organ des Hofes das andere. Daher unterhält ein Demeter-Bauer entsprechend viele Tiere, um Weide- und Ackerflächen zu bewirtschaften. **Naturland** ist ein Bio-Anbauverband, dessen Mitglieder in 50 Ländern nach entsprechenden Richtlinien arbeiten. Im Fokus stehen soziale Verantwortung mit ökologischem Anbau. Naturland bezieht den fairen Handel ein.

Der Bio-Anbauverband **Bioland** ist in Deutschland einer der größten. Er zeichnet

DER GESCHMACK DER SCHWEIZ SEIT 1115.

EINZIGARTIG FRUCHTIG-KRÄFTIG – GEMACHT FÜR PERFEKTE MOMENTE.



AKTIONSZEITRAUM: JAN. + FEBR. 2025, KW 1 BIS KW 9

GENUSSVOLLER START INS NEUE JAHR: MIT DEUTSCHLANDWEITER THEKENPROMOTION.



Jetzt Gratis-Werbemittelpaket ordern.

1 Thekendisplay mit 50 Gewinnkarten und
60 Aktions-Etiketten, solange der Vorrat reicht.

Aktivierende Gewinnaktion

Für Konsumenten:

1 hochwertiges Mountainbike von Cube.

20x Genießerpakete mit
je 1 kg Le Gruyère AOP.



Beispielhafte Gewinnabbildung



Exklusive Gewinnaktion für die Theke:

Le Gruyère AOP verlost 10x Genießerpakete
mit je 1 kg Le Gruyère AOP.



Werbemittelbestellung bei:

Switzerland Cheese Marketing GmbH · Bretonischer Ring 15 · D-85630 Grasbrunn
Tel.: 0 81 06/89 87-0 · Fax: 0 81 06/89 87-10 · E-Mail: info@schweizerkaese.de



Schweiz. Natürlich.

Käse aus der Schweiz. 

www.schweizerkaese.de



Henri Willig

Der Hooidammer Supreme Bio Hartkäse Trüffel (mind. 50 % Fett i.Tr., 8 kg) aus den Niederlanden wird mehrere Monate auf Holzbrettern natürlich gereift. Er zeichnet sich insbesondere durch seinen leicht süßlichen und nussigen Geschmack aus. Da er mit mikrobiellem Lab hergestellt wird, ist er auch für Vegetarier geeignet.



Rohmilchkäseerei Backensholz

Der kleine Deichkäse (mind. 50 % Fett i.Tr., 670 g, tierisches Lab) ist ein Schnittkäse, der mit Bergkäsekulturen nach nordfriesischer Rezeptur hergestellt und in der Reifung mit Rotschmierkulturen sowie mit Weißwein gepflegt wird.



Hamburger Käselager

Biofjord (48 % Fett i.Tr., 7 kg, mikrobielles Lab) ist ein feinwürziger Hartkäse, der in Jütland (Dänemark) hergestellt wird. Er reift sechs Monate lang 150 Meter vom Nordseestrand entfernt im Seewind. Anschließend reift er weitere drei Monate in einer Kalksteinhöhle. Dort entwickelt der Käse seinen zarten Schmelz. Einzelne Reifekristalle im Teig sind sein Qualitätszeichen.

sich durch die Ablehnung von Gentechnik und ein klares Nein zur Massentierhaltung aus. Die Bioland-Grundsätze basieren auf Kreislaufwirtschaft, ohne Pestizide und Kunstdünger in der Landwirtschaft. In Zukunft wollen die beiden Verbände Bioland und Biokreis enger zusammenarbeiten. **Biokreis** ist ein ökologischer Verband, der sich seit 1979 für bäuerliche Landwirtschaft in der Region einsetzt. Alle Mit-

gliedsbetriebe arbeiten deutlich über den EU-Standard hinaus und setzen sich für regionale Wertschöpfungsketten und den Erhalt von Sortenvielfalt ein. Über die Bio-Standards der EU-VO hinaus orientiert sich auch der Bio-Anbauverband **Gäa**. Die ihm angeschlossenen Betriebe streben einen weitgehend geschlossenen landwirtschaftlichen Kreislauf an – sowohl im Pflanzenbau als auch in der Tierhaltung. **us**



Barbara Köcher-Schulz (Bio-Marketing AMA-Marketing), Christina Mutenthaler-Sipek (GF AMA-Marketing), Günter Griesmayr (AMA-Vorstand) und Lorenz Mayr (Aufsichtsratsvorsitzender AMA-Marketing).

30 Jahre AMA-Biosiegel

Das AMA-Biosiegel wurde im Herbst 1994 unter dem Namen „AMA-Biozeichen“ entwickelt und feierte im letzten Jahr seinen 30. Geburtstag. Es war eine Antwort auf die steigende Nachfrage nach kontrollierten und biologisch produzierten Lebensmitteln. Rückblickend betrachtet, ist es eine beeindruckende Erfolgsgeschichte. Seit den 1990er Jahren ist die Entwicklung und zugleich auch die Vielfalt von Bio-Produkten in Österreich ständig gestiegen. 97 Prozent aller Haushalte kaufen aktuell laut RollAMA Bio-Lebensmittel ein. Vor allem jüngere Konsumenten unter 30 Jahren sowie die Generation 50+ greifen vermehrt zu Bio. Der Absatz von Bio-Lebensmitteln stieg im ersten Halbjahr 2024 um 1,8 Prozent und das vor allem auch bei den Milchprodukten. Das rot-weiß-rote AMA-Biosiegel steht für streng kontrollierte, hohe Qualität von Bio-Lebensmitteln. Es ist neben dem verpflichtenden EU-Bio-Logo das einzige behördliche Kennzeichen auf Bio-Lebensmitteln in Österreich. Die Anforderungen gehen über jene der EU-Bio-Verordnung und die gesetzlichen Vorgaben hinaus. Das rot-weiße AMA-Biosiegel mit der Herkunftsangabe Austria garantiert Österreich als Herkunftsort der landwirtschaftlichen Rohstoffe und als den Ort der Be- und Verarbeitung. Im Wiener Museumsquartier fand das AMA Bio-Forum statt. Vertreter der Bio-Branche diskutierten über aktuelle Trends und wie die Zukunft der Branche aktiv gestaltet werden kann. Unter dem Motto „Werte im Wandel. Der Wert von Bio“ trafen dabei traditionelle Werte auf moderne Erfahrungen. Schließlich wurde das Jubiläum im Anschluss an das Forum gefeiert.

Foto: AMA-Marketing/Thomas Meyer



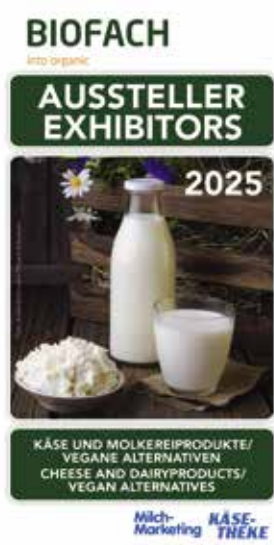
Internationales Branchentreffen

Vom 11. bis 14. Februar versammelt sich die Bio-Community auf der Weltleitmesse für Bio-Lebensmittel und Naturkosmetik in Nürnberg. Auch in diesem Jahr erwartet die Besucher ein umfassendes Programm. Aussteller aus der ganzen Welt präsentieren ihre Produkte auf der Biofach und der Vivaness, der internationalen Fachmesse für Naturkosmetik, in den Hallen 1, 2, 4, 4a, 5, 6, 7, 7a, 9. Die Messe öffnet vom 11. bis 13. Februar von 9 bis 18 Uhr und am 14. Februar von 9 bis 17 Uhr.

Zusammen mit dem internationalen Schirmherr Internationale Vereinigung der ökologischen Landbaubewegungen (IFOAM), Organics International sowie dem nationalen ideellen Träger Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft (BÖLW) wählte die Biofach das diesjährige Schwerpunktthema „Yes, we do! – Wie Wandel in der Bio-Lebensmittelwirtschaft gelingt“. Die Fachmesse findet sowohl vor Ort in Nürnberg

als auch digital statt. In diesem Jahr sollen Trends und Innovationen einen größeren Raum bekommen. Auch das Angebot für die Zielgruppe Handel sowie Außer-Haus-Verpflegung wurde ausgebaut. Auf den zwei Bühnen, Innovation Stage und Presentation Stage, stellen Aussteller und Experten nachhaltige Lösungen und Produktinnovationen vor. Ein Stand bietet eine Übersicht über angemeldete Marktneuheiten. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz fördert einen Gemeinschaftsstand, auf dem sich auch deutsche Start-ups präsentieren. Weitere Informationen sind auf biofach.de zu finden.

Viele Molkereien und Käsereien präsentieren ihre Produkte für das Fachpublikum. Wenn sich im Februar die Türen zur Biofach öffnen, informiert das aktuelle Ausstellerverzeichnis der **KÄSE-THEKE** darüber, welche Hersteller da sind und wo sie in den Messehallen zu finden sind.



ANZEIGE



**MILCH UND KÄSE:
eine bewusste Wahl**

Lebensmittelbezogene Ernährungsempfehlungen eine gesunde und ausgewogene für Ernährung finden Sie auf der Website der Deutsche Gesellschaft für Ernährung e. V. (DGE)

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

 Kofinanziert von der Europäischen Union

Sich für europäische Milch und Milchprodukte zu entscheiden bedeutet, sich bewusst zu ernähren, die Kleinbauern zu unterstützen und zur Erhaltung der Agrarwirtschaft beizutragen. Die von Alleanza delle Cooperative Italiane unterstützte und von der Europäischen Kommission kofinanzierte Kampagne „Think Milk, Taste Europe, Be Smart!“ möchte Verbraucher über den Wert von Milchprodukten informieren und eine der wichtigsten Liefer- und Produktionsketten fördern.



Erfahren Sie mehr unter

 @Think Milk, Taste Europe, Be Smart.De

 Think Milk, Taste Europe, Be Smart

 thinkmilk.taste.eu.de



DIE EUROPÄISCHE UNION UNTERSTÜTZT KAMPAGNEN, DIE SICH FÜR DIE FÖRDERUNG VON HOCHWERTIGEN AGRARERZEUGNISSEN EINSETZEN



• ORGANIC •

NL-BIO-01
Niederländische
Landwirtschaft



SO SCHMECKT BIOLOGISCHE KAASKUNST

Mit seinem Biokäse-Angebot bietet Landana ORGANIC nun ein komplettes Sortiment mit vielen einzigartigen Delikatessen und nimmt damit eine führende Rolle ein.

Das Landana ORGANIC Sortiment ist natürlich biologisch und vegetarisch. Nur die besten biologischen Rohstoffe werden verwendet. Landana ORGANIC enthält keine Farbstoffe, Geschmacksverstärker, Konservierungsstoffe oder andere Zusätze. Nach der Produktion darf der Landana Biokäse in aller Ruhe auf natürliche Weise reifen, damit er seine vollen Aromen entfaltet. So schmeckt holländische, biologische Kaaskunst am besten.

Aber Landana bietet im Vergleich mehr als nur den gesetzlich vorgeschriebenen Bio-Standard! So können die Kühe von Landana länger auf kräuterreichen Weiden grasen, nämlich 180 Tage und 8 Stunden pro Tag. Und für die Kühe gibt es im Stall extra Wellnessmöglichkeiten wie Massagebürsten, extra dicke Kuhmatratzen und mehr Raum als vorgeschrieben. Und das kommt nicht nur den Kühen zugute, sondern man schmeckt es auch – ein leckerer, natürlicher Bio-Käse, der einfach nur besser ist.

Landana ORGANIC ist auch in vielen exzellenten Demeter Varianten erhältlich!

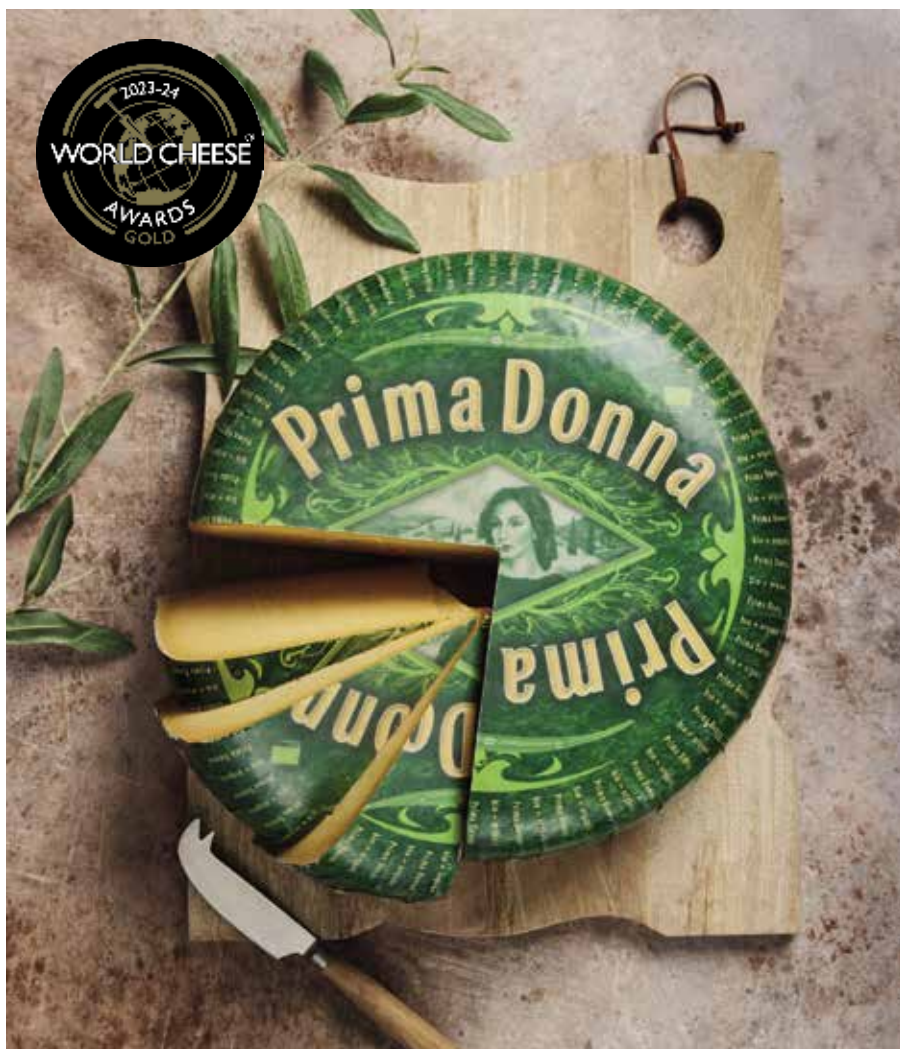
Landana ORGANIC Ziegenkäse CHARMEUX

Dieser Käse ist auch als Rotkultur- oder Rotschmierkäse bekannt. Er wird mit einer Mischung aus Rotkulturen und Salzwasser gewaschen, was ihm seine weiche Textur und den kräftigen, aber charmanten Geschmack verleiht. Das Ergebnis: ein wunderschöner, hochwertiger Bio-Ziegenkäse mit charakteristischem und delikatem Geschmack. Übrigens: Der Ziegenkäse reift unter einer speziellen Atmosphäre, die einem Höhlenklima ähnlich ist. Probieren Sie den Käse am Stand von Vandersterre auf der Biofach.

Natürlich 6-8 Wochen gereift, 3,5 kg-Laib



Prima Donna bio, ein Käse mit Leidenschaft für die große Lust am italienischen Genuss.



Getreu dem Marken-Motto „Formaggio con passione“ steckt auch in diesem rein biologischen Käselaib die ganze Leidenschaft und das Können der Käsemeister von Prima Donna. Schließlich schmeckt man auch hier die perfekte Kombination aus der beliebten italienischen Note und bester holländischer Käsetradition. Mit seinem leicht reifen, süßen und nussigen Geschmack ist er ebenfalls ein exzellenter Prima Donna. Und als Zeichen seiner perfekten Reifung zeigen sich auch bei ihm die typischen kleinen, feinen Reifekristalle. Damit ergänzt Prima Donna bio perfekt die Familie um die Varianten fino, maturo, forte und leggero.

Prima Donna bio ist selbstverständlich frei von jeglichen Zusatzstoffen und wird natürlich ausschließlich aus 100% biologischer, holländischer Weidemilch hergestellt. Außerdem ist er auch für Vegetarier geeignet. Und mit 180 Tagen im Jahr und 8 Stunden pro Tag können die Kühe überdurchschnittlich lange auf der Weide grasen. Prima Donna bio ist als ganzer Laib, halber oder 1/4 Laib erhältlich. Und: besonders praktisch für alle nicht biozertifizierten Käsetheken gibt es ihn auch in Form vorverpackter Stücke zu je 220g.

Das Landana ORGANIC Pre-Pack-Sortiment

Ob Scheiben oder Stücke, die Landana ORGANIC PrePack-Verpackungen sind ideal geeignet für Theken, die keine Bio-Zertifizierung haben.



In der Aktion: Der Landana ORGANIC Käsehobel

Der schöne Käsehobel schneidet problemlos viele unserer Landana Käsesorten. Er eignet sich perfekt als hochwertiges Kundengeschenk, welches gratis an der Theke überreicht werden kann.

Kontaktieren Sie unser Verkaufsteam Niels Oskam oder Paul Mus.



BIOFACH

into organic

Messe Nürnberg vom 11.-14. Februar

Entdecken, probieren und erleben Sie all unsere Bio-Spezialitäten auf der Fachmesse in Nürnberg: Stand 6-334

Niels Oskam

+ 49 152 563 93 140

n.oskam@vandersterre.nl

Paul Mus

+ 49 174 924 356 3

p.mus@vandersterre.nl

www.vandersterre.de



BAYERISCHER DEMETER-PIONIER

„Demeter muss man wollen, man muss es leben“, sagt Bio-Landwirt Michael Ackermann vom Hof Kasten in Unterreit. Überzeugt von dem was er tut, legte bereits sein Großvater die Grundsteine für eine bio-dynamische Landwirtschaft.



Foto: Molkerei Berchtesgadener Land

Über den Hof

Zusammen mit Annette und Michael Ackermann leben auf dem Hof in Unterreit bei Wasserburg am Inn 50 Milchkühe, 35 Jungtiere und Kälber, zwei Schweine, ein Pferd, ein Hund und Katzen. Es gibt einen großen modernen Laufstall, 33 Hektar Dauergrünland, auf dessen Weiden die Rinder den Großteil ihre Zeit verbringen. Der Betrieb wird in dritter Generation im Vollerwerb für die Milchwirtschaft nach den biologisch-dynamischen Richtlinien des Bio-Anbauverbandes Demeter geführt. 240.000 Liter Bio-Milch pro Jahr liefert er an die Molkerei Berchtesgadener Land, die seit 1973 auch Milch in Demeter-Qualität vermarktet.

Die Milch vom Demeter-Hof Kasten in Unterreit wird täglich von der Molkerei Berchtesgadener Land abgeholt. Seit drei Generationen führen die Ackermanns den Hof im Landkreis Mühldorf im Vollerwerb für die Milchwirtschaft nach Demeter-Richtlinien. **KÄSE-THEKE** sprach mit Michael Ackermann.

KÄSE-THEKE: Seit wann wird der Hof Kasten nach den bio-dynamischen Richtlinien des Demeter-Verbandes geführt?

Michael Ackermann: Aktuell wird der Betrieb in dritter Generation von mir und meiner Frau Annette geführt. Der Hof Kasten wurde 1925 von meinem Großvater gekauft und seit 1936 nach den Demeter-Richtlinien bewirtschaftet. Damit ist unser Hof der älteste Demeter-Betrieb Bayerns, der nach biologisch-dynamischer Landwirtschaft geführt wird.

Wie wurde Ihr Großvater auf diese Wirtschaftsweise aufmerksam?

Mein Großvater stammte aus dem Norden Deutschlands. Auf dem Hof seines Freundes, Graf Adalbert von Keyserlingk, wurde 1924 in Koberwitz ein landwirtschaftlicher Kurs durch den Anthroposophen Rudolf Steiner gehalten. Steiner legte die Grundlagen für die biologisch-dynamische Landwirtschaft. Mein Großvater, ein studierter Landwirt, praktizierte die intensive Landwirtschaft, stand in regem Austausch mit Graf Keyserlingk und interessierte sich für andere Bewirtschaftungsmethoden. Überzeugt davon, dass sich die Böden durch die intensive Landwirtschaft nicht zum Besseren verändern werden, besuchte er weitere Vorträge dieser Art und änderte schließlich seine Einstellung. Der Liebe wegen zog er nach Bayern und kaufte den Hof Kasten in Unterreit.

Welche Gründe bewegten Sie, den landwirtschaftlichen Betrieb nach den Lehren Steiners zu führen?

Es ist ja so: Die Landwirtschaft ist permanent im Umbruch. Alles befindet sich im Wandel. Wir praktizieren auf unserem Hof die bio-dynamische Landwirtschaft seit 88 Jahren. Das bedeutet doch, dass dieses System wirkt und funktioniert. Es handelt sich um eine Kreislaufwirtschaft, die nachhaltig, fruchtbar und auch

wirtschaftlich ist. Es wird ein bestimmter Tierbesatz pro landwirtschaftliche Fläche gehalten. Die Gülle und der Mist unseres Hofes werden durch biologisch-dynamische Präparate fermentiert und zu Dünger aufbereitet. Dadurch erhalten wir die Fruchtbarkeit der Böden. Das Futter für die Tiere bauen wir ebenfalls selbst an. Das sind für mich genügend Beweggründe, unseren Betrieb nach den Lehren Steiners zu führen.

Würden Sie zustimmen, dass Arbeiten und Denken in Kreisläufen auch Ihr Denken und Handeln bestimmen?

Die Anthroposophie, wie sie Rudolf Steiner vertrat, wird heute unter anderem in vielen Bereichen gelebt, nicht nur in der biologisch-dynamischen Landwirtschaft. Sie ist eine Geisteswissenschaft, die in eine gewisse Lebensplanung einfließen kann. Obst und Gemüse wird von uns selbst angebaut. Was persönlich hinzugekauft wird, stammt nach Möglichkeit

aus biologischer Herstellung. Ein starkes Augenmerk legen wir aber auch auf Regionalität. Lebensmittel aus dem Ausland stehen bei uns grundsätzlich nicht auf dem Einkaufszettel. Ich bekomme gute saisonale Qualität auch in unserer Region.

Wie bewerten Sie die aktuelle Situation für die Bio-Milchwirtschaft?

Der Bio-Bereich ist ein Stück Lebensentstellung, wer dazu steht wird das wirtschaftlich auch umsetzen können. Mei-

ner Meinung nach hat die Bio-Branche das Tal der Tränen der letzten zwei Jahre durchschritten. Krieg und Inflation sind zwar immer noch gegenwärtig, dennoch sehe ich eine gewisse Aufbruchstimmung. Der Milchpreis für Bio-Milch hat sich stabilisiert. Um einen Betrieb auf die biologische dynamische Wirtschaftsweise umzustellen, braucht es ein gewisses Durchhaltevermögen. Es dauert zwei bis drei Jahre. Das Wichtigste dabei ist, nicht nur die Wirtschaftlichkeit im Auge zu haben. Demeter muss man wollen, man muss es leben.

us

Nachhaltiges Wirtschaften

Die Mitglieder des Demeter-Anbauverbandes arbeiten nach den Richtlinien der biodynamischen Landwirtschaft. Die Grundidee zu dieser nachhaltigen Wirtschaftsweise geht auf den landwirtschaftlichen Kurs Rudolf Steiners zurück. Im Fokus der biodynamischen Landwirtschaft steht die Kreislaufwirtschaft. Boden, Pflanzen, Tiere, Menschen und der Kosmos sind voneinander abhängig. Die Molkerei Berchtesgadener Land wird neben dem Hof Kasten von rund 100 Demeter-Höfen aus der Alpenregion zwischen Watzmann und Zugspitze mit Milch beliefert.

ANZEIGE

www.kaese-aus-suedtirol.com

Dolomitenkönig

Pustertaler

Südtiroler Originale

aus 100% Südtiroler Bergbauernmilch

Der **DOLOMITENKÖNIG** begeistert durch sein nussig-würziges Aroma mit feinen Honignoten, die sich am Gaumen in voller Pracht entfalten.

Der **PUSTERTALER** überzeugt mit seiner geschmeidig, eleganten Konsistenz und durch den angenehmen mild-aromatischen Geschmack.

Erleben Sie einzigartige Genussmomente mit den beiden Südtirolern –

und das ganz vegetarisch!

KÄSE AUS SÜDTIROL

FOKUS AUF BIO UND REGIONALITÄT

In den Käsetheken bei Edeka Ueltzhöfer in Heilbronn und Umgebung wird der Schwerpunkt auf Bio-Käse und regionale Käsesorten gelegt. Mareike Mayer, Bezirksleiterin Frische bei Ueltzhöfer, würde den Bio-Anteil gerne noch steigern.



Das mittelständige Familienunternehmen betreibt im Raum Heilbronn sieben Vollsortimenter und gab von Anfang an eine nachhaltige und ökologische Ausrichtung in allen Geschäften vor. Insbesondere Bio-Käse und Käse aus der Region sind in den Bedienungstheken des Lebensmitteleinzelhändlers in deutlich großer Anzahl zu finden.

KÄSE-THEKE: Edeka Ueltzhöfer ist für seinen hohen Anteil an Bio-Produkten bekannt. Warum ist das so?

Mareike Mayer: Das Familienunternehmen Ueltzhöfer legt in seinen Märkten großen Wert auf einen hohen Anteil Bio und Regionalität. Der Warenanteil mit Bio-Produkten schwankt je nach Marktgröße unserer sieben Standorte. Durchschnittlich liegt er bei 14,5 Prozent. Im letzten Jahr feierten wir 20-jähriges Jubiläum, das die ökologische Ausrichtung mit Schwerpunkt auf regionale Partner noch einmal deutlich unterstrich.

Wie viele Bio-Käse führen die Theken?

Je nach Marktgröße führen die Bedienungstheken mit einer Fläche von 1.200 bis 1.800 Quadratmetern ein Sortiment von rund 200 konventionellen Käsesorten, dementsprechend sind es

Käseexpertin

Mareike Mayer, Bezirksleitung Frische Edeka Ueltzhöfer, hat sich schon während der Ausbildung zur Fleischereifachverkäuferin sehr für Käse interessiert. In ihren beruflichen Stationen hat sie unter anderem zehn Jahre die Käsebedienungsabteilung in der Galeria Kaufhof Heilbronn mit über 90 Prozent handwerklich hergestellten Käsesorten geleitet. Danach wechselte sie als Personal- und Bildungsreferentin zur Edeka Südwest mit Schwerpunkt Käse. „Gutes Essen, das ist meine Leidenschaft“, schwärmt Mareike Mayer und setzt noch eine extra Betonung auf Käse. Bevor sie zu Edeka Ueltzhöfer wechselte, absolvierte sie die Ausbildung zur Diplom-Käsesommelière. Nebenbei unterrichtet sie an der Dualen Hochschule Heilbronn im Studiengang Wein-Technologie-Management den Warenbereich Käse.

bis zu 30 Käse aus biologischer Herstellung. Bei den größeren Märkten 2.500 bis 3.750 Quadratmeter sind es 30 bis 60 verschiedene Bio-Käse, die sich perfekt in das Sortiment mit circa 500 Sorten integrieren. Wir arbeiten mit einigen regionalen Partnern eng zusammen. Die Dorfkäserei Geifertshofen liefert Käse in Bioland-Qualität. Dazu bekommen wir Demeter-Schafskäse von der Langenburger Schafkäserei. Regelmäßig werden Verkostungen im Markt veranstaltet. Dabei unterstützen wir insbesondere die regionalen Anbieter und kleinere nationale sowie internationale Hersteller.

Wird bei der Platzierung in der Theke ein besonderes Konzept beachtet?

Auch hier kommt es auf die Größe und dementsprechende Thekenlösung des Marktes an. Wir präsentierten die Käse mit ökologischer Herkunft in der Blockplatzierung. Gut etabliert haben sich in

den Theken auch die Insellösungen für Bio-Käse. Das Sortimentsfeld wird mit einem grünen Preisschild gekennzeichnet. Damit ist die Aufmerksamkeit seitens der Kunden und eine gute Übersicht garantiert.

Wie reagieren die Kunden auf das Angebot in der Theke? Wird gezielt nachgefragt?

Es gibt viele Kunden bei Edeka Ueltzhöfer, die extra an der Theke nach biologischen Käsesorten fragen. Und es gibt natürlich viele, die sich dahingehend beraten lassen. Heutzutage ist es nicht mehr der höhere Preis für Bio-Produkte. Die Differenz zu konventionellen Käsesorten ist zum Teil geringer, das Preisniveau stabil. Das war früher anders, es hat sich viel getan. Der Kunde ist aufgeklärt und möchte nachhaltig einkaufen. Er interessiert sich für Tierwohl und möchte wissen, woher sein Käse kommt.

Was spricht denn für Bio-Käse?

Für Bio-Käse sprechen eine Vielzahl von Argumenten. Das ist in erster Linie die gute Milchqualität. Die Tiere werden hauptsächlich mit Gras, Heu sowie entsprechendem Kraftfutter aus Bio-Anbau gefüttert. Gentechnik ist tabu. Tierhaltung und Enthornung sind wichtige Themen. Nur wenige Zusatzstoffe sind zugelassen. Und der ganzheitliche Ansatz, das sind für mich entscheidende Argumente.

Haben Bio-Käse in der Bedienungstheke eine Zukunft?

Meiner Meinung haben ökologisch hergestellte Käse in der Theke mehr denn je eine Daseinsberechtigung. Sie werden bei uns auch in der Prepacking-Theke mit entsprechender Kennzeichnung angeboten. Doch der bessere Platz ist klar die Theke. Gerne würden wir zukünftig den Bio-Anteil noch weiter ausbauen. **us**

ANZEIGE



Aus Heumilch gemacht. Mit Gold prämiert.

WORLD CHEESE AWARD 2025



AUS HEUMILCH g.t.S.

Allgäu

WWW.BALDAUF-KAESE.DE



AUSGEZEICHNET!

Neben Ländern wie Frankreich, Österreich oder den Niederlanden taucht Spanien als kulinarische Heimat von Käse nur selten auf. Zu Unrecht – wie eine internationale Jury bei einem Wettbewerb in Madrid festgestellt hat.

Bei der ersten Ausgabe des Wettbewerbs „Cheese from Spain Awards“ traten im vergangenen Frühjahr mehr als 190 Käsesorten gegeneinander an – alle aus Spanien und alle von höchster Qualität. **KÄSE-THEKE** präsentiert die außergewöhnlichen Gewinner.

Quesos Artesanos Villarejo, S.L.

Handwerklich hergestellter Schafmilchkäse, in Honig und Oregano gereift.

Die Basis für diesen Käse ist die Rohmilch von Manchego-Schafen, hergestellt mit pflanzlichem Lab. Die natürliche Rinde ist mit süßem Kastanienhonig und frischem Oregano überzogen. Das Innere hat eine cremige Textur und gleichmäßig verteilte Löcher. Mindestens sechs Monate Reifezeit. Beim „Cheese from Spain“ Award erhielt er die beste Auszeichnung Champion Gold. **Hinweis: Unternehmen sucht Importeur für Deutschland**

Weitere Informationen: quesosvillarejo.com
Kontakt: export@quesosvillarejo.com

Villajos Agrovillasierra, S.L.

Halbreicher DOP Manchego Handwerkskäse.

Die Rohmilch für diesen handwerklich hergestellten Käse stammt von Manchego-Schafen. Mit einer weiß-elfenbeinfarbenen Innenseite und mäßig intensiven Milcharomen bietet der Käse einen mittelintensiven Geschmack mit einem angenehmen Nachgeschmack. Der Käse reift etwa drei bis sechs Monate. **Hinweis: Unternehmen sucht Importeur für Deutschland**

Weitere Informationen: villajos.es
Kontakt: gestion@villajos.es

Airas Moniz

Savel. Der Blauschimmekäse zeichnet sich durch sein intensives Aroma aus,

überrascht aber gleichzeitig mit Geschmeidigkeit, Eleganz und Cremigkeit. Die 2017 gegründete Käserei verwendet Milch, die von den eigenen Jersey-Kühen stammt. Die blauen bis grünlich-grauen Adern zusammen mit der gelben Farbe des Teigs machen diesen Käse einzigartig. In Deutschland erhältlich über Fromi.

Weitere Informationen: airasmoniz.com
Kontakt: Johanna.Jacques@fromi.com

Rey Silo

Rey Silo Mamà Marisa. Der Rey Silo Blue ist tiefgründig und ausgewogen, mit einer geschmeidigen, samtigen Textur und einem Mundgefühl, das an Wald und grüne Wiesen, reife rote Früchte und Mee-resdüfte erinnert. Er wird mit Kuhvollmilch von einem einzigen Milchbauern in Asturien hergestellt. **Hinweis: Unternehmen sucht Importeur für Deutschland**

Weitere Informationen: reysilo.es
Kontakt: E-Mail: pascual@reysilo.es



Quesos Artesanos Villarejo



Villajos Agrovillasierra



Airas Moniz



Rey Silo



Arteserena

Arteserena, S.L.

Cremosito del Zújar Torta Mini. Diese Delikatesse ist ein Käse, der aus der Rohmilch von Merinoschafen, natürlichem pflanzlichen Lab (durch Zerkleinern der Blütenstempel der Distelblume „Cynara Cardunculus“) und Kochsalz hergestellt wird. Er hat eine helle und dünne Rinde und einen cremigen, geschmeidigen Teig. Prägnant ist der leicht bittere und salzige Geschmack mit intensivem Aroma. **Hinweis: Unternehmen sucht Importeur für Deutschland**

Weitere Informationen:
quesosdeextremadura.com
Kontakt: gerencia@cremositos.es

Quesería Los Casareños, S.L.

Torta del Casar DOP Flor de la Dehesa. Der Torta-Käse aus der Rohmilch von Merino-Schafen und deren Kreuzungen ist mit pflanzlichem Lab hergestellt, hat eine halbharte Rinde und einen elfenbeinweiß-farbenen Teig. Die Textur ist cremig, der Geschmack leicht säuerlich mit einer Explosion von Kräuteraromen und einem eleganten bitteren Nachgeschmack, der durch das verwendete Lab entsteht. Die Reifezeit beträgt mindestens 60 Tage. Der Schafskäse passt hervorragend zu Weinen mit fruchtigen Noten. **Hinweis: Unternehmen sucht Importeur für Deutschland**

Weitere Informationen:
xn--loscasareos-9db.es
Kontakt: queseriaborfran@gmail.com

Queisería Barral, S.L.U.

Queso Tetilla DOP Barral. Dieses Produkt ist der am vierthäufigsten konsumierte Käse Spaniens, ausschließlich hergestellt in Galicien. Der Tetilla DOP Barral ist ein weicher, cremiger aus pasteurisierter Kuhmilch produzierter Käse mit einer dünnen Rinde und einer leicht säuerlichen Note. Er hat eine Reifezeit von acht Tagen. Erhältlich im 550-Gramm bzw. 900-Gramm-Format. **Hinweis: Unternehmen sucht Importeur für Deutschland**

Weitere Informationen:
queixosbarral.com
Kontakt: info@queixosbarral.com

Quesos de Hualdo, S.L.

PI. Dieser halbweiche Käse mit schimmeliger Rinde wird aus der Rohmilch von Manchego-Schafen hergestellt. Sein Name bezieht sich auf den griechischen Anfangsbuchstaben des Schimmels, der auf der Rinde wächst: Penicillium. Die Reifezeit beträgt insgesamt etwa 45 Tage. Der Geschmack der Rinde und der Paste ist eine Mischung aus Erdigkeit, Pilz- und Trüffelnoten. **Hinweis: Unternehmen sucht Importeur für Deutschland**

Weitere Informationen:
quesosdehualdo.com
Kontakt: Mario.garcia@quesosdehualdo.com

Queserías del Tiétar

Monte Enebro. Der aus pasteurisierter Ziegenmilch hergestellte Käse hat ein leicht säuerliches Aroma. Umgeben von einer weichen, blaugrünen Rinde, ist die Textur cremig. Der Käse entwickelt sich über 30 bis 45 Tage weiter und erhält kräftigere und komplexere Aromen und Geschmacksrichtungen. Reifung: mindestens 20 Tage. In Deutschland erhältlich über Fromi.

Weitere Informationen:
queseriasdeltietar.com
Kontakt: info@fromi.com

Sierra de Albarracín

Green Label mit Rosmarin. Bei diesem ausgezeichneten Produkt handelt es sich um einen Schafskäse, der mit der Milch aus dem eigenen Viehbestand der Käserei hergestellt wird. Nach der Reifung wird der Käse in geschmolzenes Schmalz getaucht und mit Rosmarinblättern überzogen. Durch dieses besondere Verfahren erhält der Käse ein intensives und angenehmes Aroma. Quesos Sierra de Albarracín ist eine kleine handwerkliche Käserei im Osten Spaniens. Sie ist einer der am häufigsten ausgezeichneten Käseproduzenten Spaniens. **Hinweis: Unternehmen sucht Importeur für Deutschland**

Weitere Informationen:
quesodealbarracin.es
Kontakt: ventas@quesodealbarracin.es



Quesería
Los Casareños



Queisería
Barral



Quesos
de Hualdo



Queserías
del Tiétar



Sierra de
Albarracín



DAS JAHR DER SPITZENTEAMS

Im März fällt der Startschuss für den Kreativ Award 2025.
Gesucht werden die besten Käsetheken Deutschlands.

Habt Ihr schon die Bewerbungsunterlagen für den Kreativ Award 2025 bestellt? Der Thekenwettbewerb der **KÄSE-THEKE** geht in die nächste Runde. Auch im letzten Jahr haben die Teilnehmer wieder einmal gezeigt, wie man mit kreativen Aktionen die Kunden für die Bedienungstheke begeistern und die Umsätze steigern kann. Die Jury freut sich über viele Bewerbungen. Auf der großen Gala im Food-Hotel in Neuwied werden im Herbst die besten Käsetheken-Teams Deutschlands ausgezeichnet und gefeiert. Startschuss für die Durchführung der Aktionen ist der 1. März 2025. Es bleibt ausreichend Zeit, um bis zum Einsendeschluss, dem 31. Juli 2025, wieder neue kreative

Ideen zu planen, entwickeln, umzusetzen und dann als aussagekräftige Bewerbungsmappe der Redaktion **KÄSE-THEKE** einzusenden. Denkt bei Eurer Bewerbung an viele Fotos von den Aktionen! Damit die Ausschreibungsunterlagen möglichst schnell vorliegen, können diese mit dem nachfolgenden Coupon vorbestellt werden. Bei Fragen rund um die Ausschreibungsunterlagen hilft das Team der **KÄSE-THEKE** gerne weiter. Für Tipps und Ideen gibt es einen Film, Schaut einfach mit dem folgenden QR-Code rein. Wir freuen uns im kommenden Sommer auf Euch und viele kreativen Bewerbungen! Euer Kreativ-Award-Team **us**



Mein Thekenteam und ich möchten Deutschlands beste Käsetheke werden.

Senden Sie mir ___ Stück Bewerbungsunterlagen für den Kreativ Award 2025 zu.

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

Markt/Fachgeschäft: _____

PLZ/Ort: _____

Telefon: _____

Vorname, Name: _____

E-Mail: _____

Marktadresse: _____

Datum/Unterschrift: _____

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

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

Ruwisch & Zuck/Käsespezialisten Süd

Produktname:
Schweizer Naturkäse
Käsegruppe: Schnittkäse
Herkunft: Schweiz
Fettgehalt:
mind. 48 % Fett i.Tr.
Lab: tierisch
Gewicht: 3,5 kg (Halblaib)



Ein Schnittkäse aus Rohmilch ist der Schweizer Naturkäse aus St. Gallen. Er reift mindestens fünf Monate und besitzt eine schnittfeste Konsistenz. Sein Geschmack ist vollmundig. Für den Handel ist der Schweizer Rahmkäse als 3,5-kg-Halblaib bestellbar.

Ruwisch & Zuck/Käsespezialisten Süd

Produktname:
Pecorino Rosmarin
Käsegruppe: Schnittkäse
Herkunft: Italien
Fettgehalt:
mind. 50 % Fett i.Tr.
Lab: tierisch
Gewicht: 500 g



Aus Sizilien stammt der Pecorino Rosmarin. Der italienische Schnittkäse aus Schafsmilch mit Rosmarin reift mindestens 20 Tage, hat im Anschluss eine feste Konsistenz sowie einen vollmundigen Geschmack. In einem Karton für den Handel sind neun 500-g-Laibe enthalten.

Ruwisch & Zuck/Käsespezialisten Süd

Produktname: Wensleydale
Cranberries/Blueberries
Käsegruppe: Hartkäse
Herkunft: Großbritannien
Fettgehalt: 48 % Fett i.Tr.
Lab: mikrobiell
Gewicht: 1,2 kg (Halblaib)



Aus der Molkerei Clawson in der englischen Grafschaft Leicestershire stammen der Wensleydale Cranberries und der Wensleydale Blueberries. Die fruchtigen Hartkäse mit getrockneten Cranberries beziehungsweise Blaubeeren reifen mindestens acht Wochen. Eine Handelseinheit umfasst zwei 1,2-kg-Halblaibe.

Ruwisch & Zuck/Käsespezialisten Süd

Produktname: Der Spanier
Käsegruppe: Schnittkäse
Herkunft: Spanien
Fettgehalt:
mind. 45 % Fett i.Tr.
Lab: mikrobiell
Gewicht: 3 kg



Drei Milchsorten in einem Käse vereint Der Spanier. Der Schnittkäse aus Kuh-, Schafs- und Ziegenmilch ist ein traditioneller Mischkäse aus der Region La Mancha in Zentralspanien und eine preiswerte Alternative zum Iberico. Er reift etwa drei Monate.

ANZEIGE

IN DER RHEINTALER KÄSEREI
OBERRIET GEGÄST UND GEPFLEGT



St. Galler Rahmkäse

AUS BESTER SCHWEIZER MILCH

Unser cremig-mildaromatische St. Galler Rahmkäse wird mit Liebe zum Genuss und traditionellem Handwerk in der idyllischen Dorfkäserei Oberriet im schönen St. Galler Rheintal produziert. Er reift drei Monate lang auf natürlichen Fichtenholzbrettern und wird dabei mit feinstem reinen Salz gepflegt.

Der feine, rahmige Teig schmilzt auf der Zunge und bietet ein einzigartiges Geschmackserlebnis für die besondere(n) Gaumenfreu(n)de. Mild, vollmundig und verlockend – einfach unwiderstehlich. Das ist Käsetradition in ihrer reinsten Form.

- 100% VEGETARISCH DURCH REINES MIKROBIELLES LAB
- AUS REINSTER SCHWEIZER MILCH HERGESTELLT
- GEREIFT MIT SALZ OHNE RIESELHILFE UND ZUSATZSTOFFE
- GELAGERT AUF UNBEHANDELTEN FICHTENHOLZBRETTERN



mit feinstem Rahm




www.imlig.com

Thomas Export

Produktname:
Petit Cantal AOP Duroux
Entre-Deux / Vieux
Käsegruppe: Hartkäse
Herkunft: Frankreich
Fettgehalt: ca. 45 % Fett i.Tr.
Lab: tierisch
Gewicht: ca. 10 kg



Der Cantal ist einer der ältesten, französischen Käse und wird in der Region Auvergne hergestellt. Er reift bei Duroux in einem ehemaligen Eisenbahntunnel. Üblicherweise wiegt ein Laib etwa 40 Kilogramm. Der Petit Cantal von Duroux in den Reifestufen Entre-Deux (mind. 45 Tage) und Vieux (mind. 60 Tage) hat ein Format von circa zehn Kilogramm.

Thomas Export

Produktname: Le Savaron
Käsegruppe: Schnittkäse
Herkunft: Frankreich
Fettgehalt: ca. 45 % Fett i.Tr.
Lab: tierisch
Gewicht: 1,8 kg



Der Le Savaron wird in der Fromagerie Paul Dischamp in Clermont-Ferrand in der Auvergne hergestellt. Unter seiner grau-weißen Rinde verbirgt sich ein zartschmelzender Teig mit rustikalen Aromen und butterig fruchtigen Noten. Der Schnittkäse macht sich wunderbar als Zutat in warmen Speisen als auch pur auf einem knusprigen Landbrot.

Thomas Export

Produktname: Le Pavin
Käsegruppe: Schnittkäse
Herkunft: Frankreich
Fettgehalt: ca. 55 % Fett i.Tr.
Lab: tierisch
Gewicht: 600 g



In der Auvergne ist der Le Pavin beheimatet. Er wird mit Annatto, einem natürlichen Farbstoff aus den Samen des Orleanstrauchs, gewaschen, wodurch die Rinde ihre Färbung erhält. Anschließend reift er etwa 28 Tage. Sein Geschmack ist mild mit milchigen Aromen bis hin zu Noten von Haselnüssen. Der Teig hat eine cremige Textur.

Carl Fr. Scheer

Produktname: Du Père
Käsegruppe: Hartkäse
Herkunft: Schweiz
Fettgehalt:
mind. 45 % Fett i.Tr.
Lab: mikrobiell
Gewicht: ca. 33 kg,
ca. 8 kg (Viertellaib)



Der Du Père ist eine Hommage an den Gründer der traditionsgeführten Familienkäserei, die sich zwischen dem Bodensee und dem Säntisgebirge in der Ostschweiz befindet. Im hauseigenen Reifekeller wird der Hartkäse aus Rohmilch zehn Monate gereift, bis er seinen kräftig würzigen Charakter erreicht hat.

Weidner Käse

Produktname:
Chällerhocker
Käsegruppe: Hartkäse
Herkunft: Schweiz
Fettgehalt:
mind. 55 % Fett i.Tr.
Lab: tierisch
Gewicht: 6,5 kg



Der Chällerhocker ist ein mindestens zwölf Monate gereifter Hartkäse aus silofreier Rohmilch mit einer trockenen, braunen Naturrinde. Er kommt aus St. Gallen in der Schweiz und besitzt einen zartschmelzenden Teig mit unregelmäßiger Lochung, in denen sich „Tränen“ sammeln. Im Aroma ist er fruchtig mit Noten von Südfrüchten und einem langen, genussreichen Abgang.

Weidner Käse

Produktname:
Pure Jersey Kräftig alt
Käsegruppe: Hartkäse
Herkunft: Niederlande
Fettgehalt:
mind. 50 % Fett i.Tr.
Lab: mikrobiell
Gewicht: ca. 11 kg



Aus Holland stammt der Pure Jersey Kräftig alt, der 26 Monate reift. Der Hartkäse aus Jersey-Kuhmilch hat einen Teig mit leicht bröckeliger Konsistenz. Er ist kräftig würzig im Geschmack. Sein Laib wiegt in etwa elf Kilogramm.

Weidner Käse

Produktname: Montero
Swiss Selection Trüffel
Käsegruppe: Schnittkäse
Herkunft: Schweiz
Fettgehalt:
mind. 55 % Fett i.Tr.
Lab: tierisch
Gewicht: ca. 6,5 kg,
ca. 1,6 kg (Viertellaib)



Der Montero Swiss Selection Trüffel aus St. Gallen ist ein Schweizer Rahmkäse mit Stückchen vom schwarzen Sommertrüffel aus Italien im Teig. Der Schnittkäse aus thermisierter Kuhmilch besitzt eine braune Naturrinde. Seine Reifezeit beträgt drei Monate. Erhältlich ist er als Laib (ca. 6,5 kg) und als Viertellaib (ca. 1,6 kg).

Fromi

Produktname:
Vorarlberger Bergkäse g.U.
Würzig/Extra würzig
Käsegruppe: Hartkäse
Herkunft: Österreich
Fettgehalt:
mind. 45 % Fett i.Tr.
Lab: tierisch
Gewicht: ca. 26 kg,
ca. 7 kg (Viertellaib)



Der Vorarlberger Bergkäse g.U. stammt aus der Region Bregenzerwald am Bodensee. Die Molkerei Alpenkäse Bregenzerwald stellt ihn aus Heumilch her. Der leicht würzige Käse hat eine gelbbraune, abgeriebene Rinde und einen festen, geschmeidigen Teig mit einigen kleinen Löchern. Er wird als Würzig (8-10 Monate gereift) und Extra würzig (11-13 Monate gereift) angeboten.

Fromi

Produktname: Rahmkäse
Käsegruppe: Schnittkäse
Herkunft: Österreich
Fettgehalt:
mind. 50 % Fett i.Tr.
Lab: tierisch
Gewicht: ca. 6 kg



Der Rahmkäse ist ein österreichischer Schnittkäse, der vier bis fünf Monate reift. Er wird nur aus Heumilch hergestellt und ist gentechnikfrei. Sein milder Geschmack und sein weicher, zartschmelzender Teig machen ihn zu einem Genuss für Groß und Klein.

Fromi

Produktname:
Allgäuer Bergkäse g.U.
Käsegruppe: Hartkäse
Herkunft: Deutschland
Fettgehalt:
mind. 50 % Fett i.Tr.
Lab: tierisch
Gewicht: ca. 26 kg,
ca. 6,7 kg (Viertellaib)



Allgäuer Bergkäse g.U. wird in den nördlichen Voralpen aus roher Heumilch hergestellt. Der Charakter dieses Käses entsteht durch die Milch von Allgäuer Braunvieh, einer robusten Rasse, deren Kälber noch an der Seite der Mutter aufgezogen werden. Er reift 16 Monate und besitzt einen mild-würzigen Geschmack.

ANZEIGE

Holladiooo.

Ich bin ein echtes Schweizer Naturkind

So ein Naturkind wie der Heidiland Käse von Imlig wäre mancher gerne. Durch mikrobielles Lab ist er wirklich 100 % vegetarisch. Zum Reifen kommt nur reines Salz ohne Rieselhilfe an seine Rinde. Und er lagert auf echten unbehandelten Fichtenholzbrettern. All dies und sein kräftig-würziger Geschmack machen den Heidiland Käse zur besonderen Empfehlung für anspruchsvolle Kunden.

→ 100 % vegetarisch durch reines mikrobielles Lab ohne Zusatzstoffe

→ Auch in Bio-Qualität

→ Gereift mit Salz ohne Rieselhilfe und Zusatzstoffe

→ Gelagert auf unbehandelten Fichtenholzbrettern

www.heidiland-kaese.ch



KÄSEREI OBERRIET





SCHWUNGVOLL INS BEEMSTER-JAHR



Beemster-Käse hat in Deutschlands Theken einen festen Stammpatz. Seit einem Viertel Jahrhundert genießt die holländische Käsemarke großes Vertrauen bei Handelspartnern, Fachpersonal und Kunden. Ein herzliches „Bedankt!“ an alle Käsefachkräfte.

Seit 25 Jahren ist die Marke Beemster aus Deutschlands Käsetheken nicht mehr wegzudenken. In diesem Jahr feiert die Traditionskäserei aus Nordholland ein besonderes Jubiläum und blickt auf eine Geschichte voller Pioniergeist, klarer Werte und großes Käsehandwerk zurück. Im Jahre 2000 kam der köstliche Käse vom berühmten Beemster Polder in Nordholland nach Deutschland in die Bedientheken. Damals noch wenig diskutiert, setzte Cono Kaasmakers von Anfang an bei der Herstellung der Premium-Käse auf den Einsatz von Milch aus 100 Prozent Weidehaltung. Den Landwirten zahlten sie eine Prämie – hatten sie sich für die Weidehaltung entschieden. Für die Kunden war das neu, aber plausibel. Dank der Beemster-Story von den glücklichen Kühen, wurde schnell deutlich, dass man selbstverständlich neben der Leidenschaft guten Käse herzustellen, auch die Verantwortung für das Wohl der Tiere und die Umwelt übernimmt.

Persönliche Beratung

Treu blieb Beemster auch der vor 25 Jahren gewählten klaren Ausrichtung auf den Premium-Bereich und die Theken im Lebensmitteleinzelhandel. Bei einer persönlichen Beratung werden die hochwertigen Käse von Beemster für die Kunden jedes

Mal zum Erlebnis. Von Konsumenten, Fachpersonal und Handelspartnern genießt Beemster ein gleichermaßen hohes Vertrauen. Aufwendige und wirksame Point-of-Sale-Aktionen an den Bedienungstheken sorgen durch innovative Ideen und eindrucksvolle Präsentationen bei den Kunden für große Aufmerksamkeit. In Kombination mit den Handelspartnern und Ihnen stehen die Käse mit regelmäßiger Zuverlässigkeit im Zentrum der Markenstrategie bei Beemster. Im Jubiläumsjahr möchte sich Beemster für die Treue bedanken und hat dazu zahlreiche Aktionen im Handel auf die Agenda gesetzt.

Aktionen im Jubiläumsjahr

Im Februar startet das Unternehmen gleich mit einer schwungvollen Aktion ins neue Jahr. Die Niederländer lieben das Fahrradfahren. Ob Regen, Schnee oder Sonnenschein, das Fahrrad ist bei jedem Wetter und zu allen Jahreszeiten das Fortbewegungsmittel Nummer eins. Die Infrastruktur verfügt über ein gut entwickeltes Netz an sicheren Radwegen. Schließlich gibt es in dem Land hinter dem Deich keine großen Anstiege und Hügel. Vorbei an historischen

Mühlen, uralten Dörfern und der Beemster Käserei auf dem Polder bietet die einzigartige Landschaft in Nordholland mit ihren schnurgeraden Wegen viele Möglichkeiten für herrliche Fahrradtouren.

In der Beemster-Käserei in Westbeemster entstehen die regionalen Beemster-Premium-Gouda. Sie werden aus 100 Prozent Weidemilch von nordholländischen Kühen nach alter Tradition hergestellt. Der Bruch wird von den Käsemeistern sogar noch händisch gerührt. Anschließend reifen die Laibe auf natürlichen Holzplanken. Aufgrund seiner einzigartigen Herstellung in Nordholland trägt Nordhollandse-Gouda von Beemster das gelb-rote-Siegel der EU für den geschützten Ursprung.

Unter dem Motto „Mit Beemster in den Frühling radeln“ verlost Beemster zehn hochwertige E-Bikes im Hollandrad-Look. Die Kunden müssen dazu einfach den Kassenschein auf beemster.de/ebike hochladen, das Teilnahmeformular ausfüllen und mit etwas Glück eines der E-Bikes gewinnen. Ein informativer Verbraucherflyer im Dispenser bietet Inspirationen und Ausflugs Tipps rund um Beemster. Jeder Kunde, der vielleicht nicht zu den Gewinnern gehört, hat darüber hinaus die Möglichkeit beim Kauf von Beemster Premium-Gouda seine Sammlung lustiger Magnete für den Kühlschrank um ein buntes Fahrradmagnet zu ergänzen.

Tosti-Festival für die Kunden

Sind Sie bereit für das typisch holländische Tosti? Ebenfalls im Februar



Der Beemster-Food-Truck tourt mit leckeren Tosti-Kreationen in diesem Jahr durch Deutschland.

steuert Beemster mit der „Tosti Truck Tour 2025“ durch Deutschland. Ein Foodtruck wird vor den Supermärkten in Deutschland haltmachen. Der Tosti gehört in den Niederlanden zu den Klassikern auf dem täglichen Speiseplan. Belegt mit Beemster-Käse oder mit Schinken und Beemster-Käse ist er ein besonders herzhafter Genusstoaß, der als schnelle Mahlzeit oder auch als Snack für Zwischendurch beliebt ist. Beim Kauf von Beemster-Käse an der Bedienungstheke erhalten die Kunden einen Coupon, den sie für ein leckeres Tosti belegt mit Beemster Premium-Gouda an dem Truck einlösen können.



Für die Radtour gibt es eine Auswahl an Highlights und Sehenswürdigkeiten durch Nordholland, zu denen Sie über den QR-Code gelangen.



Beemsterdammer zum Frühjahr

Die großen Löcher in Beemsterdammer (mind. 48 % Fett i.Tr., ca. 13 kg) machen diesen Beemster-Käse so unverwechselbar. Beemsterdammer ist der Großblockkäse unter den Premium-Käsen von Cono Kaasmakers aus Nordholland. Er wird aus 100 Prozent Weidemilch ohne Gentechnik hergestellt. Die Beemster-Kühe genießen, über das geforderte Maß (120 Tage/6 Stunden) hinaus, an 180 Tagen täglich zehn Stunden, die saftigen Weiden Nordhollands. Neben den charakteristischen Löchern zeichnet sich Beemsterdammer auch für seinen wunderbar cremigen Geschmack aus. Beemsterdammer, sowie alle Käse von Beemster werden mit mikrobiellem Lab hergestellt und sind daher für Vegetarier geeignet.



Switzerland Cheese Marketing

Schweizer Käse ausgezeichnet

Auf der Publikumsmesse Cheese Berlin präsentierten sich am 3. November unter anderem auch Schweizer Käser, eine Schweizer Käserin und weitere Experten der Schweizer Käsebranche. Jedes Jahr versammeln sich Käser, Affineure und Fachhändler in der Markthalle Neun in Berlin-Kreuzberg. Sie widmen sich mit viel Herzblut und Erfahrung den Traditionen des Käsehandwerks und laden zum Informieren, Probieren und Einkaufen ein. Schweizer Käse war mit einem Sortimentsauftritt, der die Vielfalt von Schweizer Käse widerspiegelte und



Sortenauftritten von Emmentaler AOP durch den Käser Silvio Schöpfer sowie Vacherin Fribourgeois AOP durch Käserin Daniela Weber (Käserei Düdingen) vertreten. Besonderer Höhepunkt des Events ist der am Vorabend verliehene „Cheese Berlin Awards: Fenster zum Hof“. Er wurde von der Kuratorin Ursula Heinzlmann an Silvio und Albert Schöpfer von der Käserei Kleinstein im luzernischen Werthenstein verliehen. Silvio Schöpfer nahm den Preis voller Stolz von Ursula Heinzlmann entgegen. Es ist nicht seine erste Auszeichnung in diesem Jahr, sein Emmentaler wurde auf den Swiss Cheese Awards zum Besten in dieser Kategorie gekürt.



Enjoy it's from Europe

Südtiroler Originale

Stilfser Käse g.U. und Südtiroler Speck g.g.A. nehmen gemeinsam an einem Förderprogramm der EU teil, mit dem Ziel, den Bekanntheitsgrad von landwirtschaftlichen Erzeugnissen aus der Europäischen Gemeinschaft zu erhöhen. Die Kampagne „Originale von den Gipfeln Europas: Genuss Momente mit Südtiroler Speck g.g.A. und Stilfser Käse g.U.“ erstreckt sich über drei Jahre in den Ländern Italien, Deutschland und Frankreich. Sie richtet sich an Fachleute, Verbraucher und Medien und informiert über die Herkunft und Unverfälschtheit der Produkte mit europäischen Qualitätszeichen. Beide Produkte aus Südtirol unterliegen strengen Qualitätsstandards und tragen die entsprechenden Siegel „geschützte Ursprungsbezeichnung g.U.“ und „geschützte geografische Angabe g.g.A.“

Käse-Sommelier-Verband

Dreamteam Käse und Bier

„Wenn Käse und Bier zusammentreffen, dann sind Gaumenfreuden garantiert“, so die Einladung des Käse-Sommelier-Verbandes. Im November hatte der Verband zu einem neuen Workshop zusammen mit dem Verband der Diplom Biersommeliers eingeladen. 250 Teilnehmer hatten sich zu diesem inspirierenden Online-Event an einem Sonntagnachmittag angemeldet. Jutta Jung, Moderatorin und erste Vorsitzende des Käse-Sommelier-Verbandes, begrüßte die Teilnehmer und Gäste an den Bildschirmen. Zu dem Event hatte sie die Käse-Expertin Nelly Völkle von der Andechser Molkerei sowie Klaus Artmann, Präsident Verband der Diplom Biersommeliers, und Nicola Buchner, Geschäftsführerin Verband der Diplom Biersommeliers, eingeladen. Im Fokus dieses kurzweiligen Workshops standen zwei Bio-Weichkäse der Andechser Molkerei, ein Schnitt- und ein Hartkäse von den Gebr. Baldauf sowie vier verschiedene Bierstile der Camba Brauerei aus Bayern.



Le Gruyère AOP

Gewinnaktion an der Theke

Bis Ende Februar läuft die aktuelle Thekenpromotion für Le Gruyère AOP aus der Schweiz. Verbraucher haben dabei die Chance, ein hochwertiges Mountainbike der Marke Cube sowie 20 Genießerpakete mit je einem Kilogramm des beliebten Schweizer Hartkäses zu gewinnen. Bei der exklusiven Gewinnaktion für die Thekenfachkräfte werden weitere zehn Gruyère-Genießerpakete verlost. Das Gratis-Werbemittelpaket beinhaltet ein Thekendisplay mit 50 Gewinnkarten sowie 60 Aktions-Etiketten und kann direkt bei der Switzerland Cheese Marketing (E-Mail: info@schweizerkaese.de) angefordert werden – solange der Vorrat reicht.

Rewe Quermann

Verkostungsaktion zu den Feiertagen



Das Käseteam des Rewe-Centers Quermann in Bielefeld veranstaltete Ende November eine große Verkostungsaktion vor der Käsebedienungstheke. Nach dem Erfolg im letzten Jahr organisierten Käsesommeliere und Fromeliere Nadine Otyepka mit ihren Kolleginnen erneut eine Aktion mit dem Käsespezialisten Fromi sowie dem Feinkostanbieter Akbaris. Im Fokus standen dieses Mal neben zahlreichen Käsespezialitäten zu den Feiertagen auch diverse Raclettekäse aus Frankreich und der Schweiz. „Wir möchten den Kunden zu den bevorstehenden Feiertagen eine breite und außergewöhnliche Auswahl an Raclettekäse zeigen, Exoten wie den Schweizer Raclettekäse mit Apfel und Zimt, aber auch solche mit Speck, Pfeffer, Trüffel, aus Rohmilch oder aus Schafs- oder Ziegenmilch“, erklärt die Käsesommeliere. Vom Duft der Raclettekäse angezogen, konnten die Kunden direkt vor Ort aus dem Ofen probieren. Feinkostanbieter Akbaris lieferte zu der festlich geschmückten Verkostungsstraße ein breites Sortiment eingelegter Antipasti – mit diversen Frischkäsefüllungen und Frischkäsezubereitungen.

te zu der festlich geschmückten Verkostungsstraße ein breites Sortiment eingelegter Antipasti – mit diversen Frischkäsefüllungen und Frischkäsezubereitungen.

Bergader Privatkäserei

Aufsteller für Theke

Mit Lottes Liebling bringt Bergader einen neuen, besonders cremigen Weichkäse in die Bedienungstheken. Der mild-aromatische Käse mit feinem Schimmel ist eine fettärmere Weichkäse-Alternative, benannt nach Charlotte Steffel, einer prägenden Persönlichkeit der Bergader-Firmengeschichte. Begleitet wird die Einführung von einem dekorativen Acrylaufsteller, der in der Käsetheke zusätzliche Aufmerksamkeit auf Lottes Liebling lenkt.



Raclette du Valais AOP Erlebnis-Aktion



Sortenorganisation Raclette du Valais AOP

Erlebnis-Urlaub gewinnen

Beim Gewinnspiel von Raclette du Valais AOP werden zweimal vier Eintrittskarten für den Europa-Park in Rust sowie eine Übernachtung in einem der sechs parkeigenen Vier-Sterne Erlebnishotels für vier Personen im Gesamtwert von etwa 1.000 Euro verlost. Außerdem gibt es zehnmal zwei Eintrittskarten für den Europa-Park zu gewinnen. Wer mitmachen möchte,

beantwortet auf der Website schweizerkaese.de/storyroom/gewinnspiele/mit-raclette-du-valais-aop-erlebnisaktion-2409 die Gewinnspielfrage und füllt das Kontaktformular aus. Teilnahmeschluss ist der 15. Februar 2025.

DIE HACCP APP
FÜR LEBENSMITTELUNTERNEHMEN

Ihre HACCP-Dokumentation auf Tablet und Smartphone.

Jetzt kostenfrei testen!
www.diehaccpapp.de

REZEPTE | FORUM | NEUHEITEN

immer ein Genuss!

KAESEWEB.DE

PINNWAND

RAUSCH

Fachgroßhandel seit 1959

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

KOMPETENZ FÜR DIE BEDIENUNGSTHEKE

Foto: AdobeStock.com/Tanya/KI generiert



Die Käsebedienungsabteilung hat sich zu einem wichtigen Bestandteil im Frischekonzept des modernen Einzelhandelsmarktes etabliert. Bedienungstheken sind nicht unrentabel, sondern ein Profilierungsbaustein gegenüber den Discountern.

Das Sortiment an den Käsetheken ist vielfältig und geht über Gouda, Emmentaler und Bergkäse weit hinaus. Die Kunden lieben Vielfalt und Abwechslung, schätzen Fachkompetenz und verlassen sich auf das Personal an der Käsebedienungstheke. Gefragt wird nach Eigenschaften des Käses und Geschmacksrichtungen, nach speziellen Ernährungsformen, dem Umgang mit dem Produkt zu Hause, nach Herkunft und Kultur und der Bedeutung von Siegeln. Das Personal an der Theke muss ein breit gefächertes Hintergrundwissen haben, um gut beraten zu können. Einen Ausbildungsberuf zur Käsefachverkäuferin gibt es aber nicht. Das Personal muss sich Fachkenntnisse in Schulungen an-

eignen, um selbstbewusst mit Kompetenz an der Bedienungstheke arbeiten zu können.

Doch das fachkundige Personal fehlt. Insgesamt ist der Handel stark vom Fachkräftemangel betroffen. Laut Handelsverband Deutschland gibt es rund 120.000 offene Stellen. Supermärkte wie Rewe, Edeka und Kaufland haben Schwierigkeiten, Mitarbeiter für ihre Bedienungstheken zu finden. „Die Theken und die Beratung sind ein wichtiges Unterscheidungsmerkmal zum Discount, da wollen die Unternehmen gut sein“, sagte der Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes des Deutschen Lebensmittelhandels Philipp Hennerkes

Edeka betont, die Theken seien „das Herzstück in den Edeka-Märkten“. Nahezu alle der rund 7.000 Edeka-Märkte seien mit Theken für Fleisch, Wurst oder Käse ausgestattet. Dennoch erwägt das Unternehmen, Märkte so umbauen, dass die Kunden sich zu bestimmten Uhrzeiten selbst bedienen können – ohne Service und Beratung von Fachkräften. Bei Rewe heißt es ebenfalls, dass die Bedienungstheken Zukunft haben. Etwa 2.000 der 3.800 Rewe-Märkte hätten derzeit eine Bedienungstheke. Die zunehmende Digitalisierung in den Märkten schaffe Spielräume, Mitarbeiter verstärkt in den serviceorientierten Tätigkeiten einzusetzen. Der Vollsortimenter Kaufland unterstreicht, dass die Kunden das umfangreiche

Angebot der Bedienungstheken schätzen und deshalb im Großteil der Filialen Bedienungstheken weiterhin dazu gehören.

Wer als Fachkraft seine Kunden von seinem Käsesortiment mit den vielen Besonderheiten zu Herkunft, Herstellung, Inhaltsstoffen und mit Tipps rund um den Käsegenuss begeistern kann, steigert nachhaltig den Umsatz der Abteilung und macht die Bedienungstheke zum Anlaufpunkt. Die Fachkraft kommt mit dem Kunden ins Gespräch, überzeugt mit Know-how, mit Informationen zu Kombinationsmöglichkeiten, aber auch mit Besonderheiten und Geschichten, die hinter den Käsesorten stehen.

Für die notwendige Kompetenz bieten Schulungseinrichtungen und freie Trainer ein umfangreiches Angebot – vom Basiswissen über Spezialisierungen bis zur Ausbildung zum Käsesommelier. Damit Personal zur Fachkraft wird, ist die motivierende Unterstützung durch die Führungskräfte im Markt gefragt. Oftmals ist das Personal sowohl an Fleisch- und Käsetheke im Einsatz. Das sogenannte Durchbedienen der Kunden sollte aber eher die Ausnahme sein, sagen Experten.

Jan Roloefs, Managing Director Deutschland und International bei Beamster Cono Kaasmakers, sieht eine große Notwendigkeit in Schulungen: „Der Job hinter der Theke ist komplex, er erfordert nicht nur Käse-Expertise, sondern auch wirtschaftliches Denken, Kreativität und Leidenschaft für das Verkaufen. Regelmäßige Schulungen und Weiterbildungen sind essenziell. Ebenso wichtig ist es, talentierte Mitarbeiter zu fördern, ihnen Freiräume für kreative Ideen zu geben und ihre Arbeit wertzuschätzen.“

„Aus- und Weiterbildung ist das A und O für eine erfolgreiche Tätigkeit, ganz egal in welchem Bereich man tätig ist“, betont René Münzner, Diplom-Käsesommelier, Produktmanager und Leiter der Heiderbeck-Akademie. „So sollte auch im Bereich der Käsebedienungstheke das Angebot an Weiterbildungsmöglichkeiten umfassend genutzt werden. Letztendlich kann durch eine sachlich richtige, emotional begeisternde und fachlich fundierte Beratung die Theke mit einem großen Vorteil punkten, auch wenn diese gegenüber anderen Vertriebsformen personalintensiver ist“, erläutert er.

Nicole Liedloff, Marketing Director Brand Retail beim Deutschen Milchkontor, meint: „Wer sich mit der Käse-Herstellung und den Sorten auskennt, kann kompetent auf die Fragen der Kunden antworten und steigert durch die Beratung die Umsätze an der Theke.“

Nina Bakker, Marketingleiterin bei der Bio-Molkerei Söbbeke, ist überzeugt, „dass es aufgrund des Fachkräftemangels immer wichtiger wird, das Personal in regelmäßigen Abständen zu schulen. Nur so erlangen sie Sicherheit im Umgang mit den Kunden und in ihrer täglichen Arbeit. Wir bieten auf Wunsch auch individuelle Schulungen für den Handel an.“ Sie hat festgestellt, dass es speziell in Bezug auf die Inhaltsstoffe bei Bio-Käse oft Fragezeichen gibt. Aber auch der Herstellungsprozess von Käse stößt auf großes Interesse. „Unser Ziel ist es, den Schulungsteilnehmern das nötigste Rüstzeug für ihre Arbeit an der Käsebedienungsthe-

ke zu geben. Darum sind auch die Themen Food Pairing sowie die Präsentation der Käse an der Theke oder das Aufschneiden der Laibe wichtige Inhalte“, erklärt sie

Die Hersteller bieten gerne Seminare und Workshops an, die speziell auf ihr Käseangebot abgestimmte Inhalte vermitteln. Dabei werden nicht nur Käse-Expertise und inspirierende Ideen vermittelt, auch der Genuss kommt nicht zu kurz. Bei Online-Seminaren werden vorab Verkostungspakete zur Verfügung gestellt, damit die Teilnehmer mit allen Sinnen folgen können.

„Die Produkte von Beamster benötigen oft Erklärungen“, betont Roloefs. „Wir als Hersteller bieten gezielte Schulungen für Thekenpersonal an, um unsere Produkte detailliert zu erklären und ihre Besonderheiten zu vermitteln. Die Geschichten hinter den Produkten schaffen Vertrauen und machen den Einkauf besonders“, führt er aus. Zusätzlich bietet Beamster eine exklusive App sowie eine Social-Media-Gruppe für Thekenkräfte an, die Informationen und Neuigkeiten bereithalten.

Um auf kurzem Wege eine unkomplizierte Teilnahme zu ermöglichen, bietet die Andechser Molkerei Scheitz ein bis zweistündige Online-Schulungen an. „Unser Anspruch ist es, dass wir die Zeit von ein bis zwei Stunden zum Informationsaustausch, zum Kennen- und Weiterlernen, aber auch zum Probieren und Genießen nutzen“, teilt Stefanie Miller von der Molkerei Scheitz mit. Ein individuell zusammengestelltes Verkostungspäckchen bildet die Grundlage und Käse-Sommeliers berichten über relevante Inhalte. Miller betont: „Wir tragen nicht vor, sondern befinden uns gemeinsam in einem Austausch zu den vielfältigen Möglichkeiten in der Käsetheke. Das bezieht auch den Austausch über die Praxis ein. Hier findet, je nach Teilnehmerzahl, eine Besprechung in kleinen Gruppen statt und anschließend eine gemeinsame Draufsicht auf die Themenfelder.“ Die Andechser Molkerei bietet zudem Schulungen direkt im Markt an. >>

ANZEIGE

HÖRGENUSS FÜR THEKENPROFIS

CHEESECOMMERCE

Verkaufsstrategien für Thekenprofis

deezer
spotify
amazon music

PODCAST

www.cheesecommerce.de

Die Inhouse-Schulungen der Bio-Molkerei Söbbeke finden in einem alten münsterländischen Brauhaus in Coesfeld statt. „Das Highlight der Inhouse-Schulungen sind die Produktionsführungen in unserer Dorfkäserei“, sagt Bakker. „Dabei erleben die Teilnehmer auch den handwerklichen Aspekt der Produktion“, führt sie aus. Darüber hinaus baut die Molkerei ihre Online-Schulungen aus. „Bisher gibt es bereits vier Videos, in denen unser Käseexperte den Fokus auf den Produktionsprozess legt. In Planung sind drei weitere Videos zum Thema Food Pairing“, sagt Nina Bakker. Die Molkerei überlegt derzeit, auch Schulungen vor Ort im Handel anzubieten.

Die Heiderbeck-Akademie sieht Vorteile in Seminaren, die außerhalb des eigenen Arbeitsplatzes stattfinden. „Mit Gleichgesinnten lernen, voneinander lernen und Kontakte knüpfen für den weiteren Erfahrungsaustausch sind doch wesentliche Bausteine für eine erfolgreiche Arbeit im Job“, erklärt Münzner. Seit einigen Jahren wird neben dem Präsenzunterricht auch „Blended Learning“ angeboten. Es betont den Wechsel zwischen Präsenz- und Online-Lernen und bietet ein Zusammenspiel zwischen Arbeitswelt, privatem Umfeld und der Weiterbildung im Bereich Erwachsenenqualifizierung. „Nicht unerheblich ist dabei der branchenübergreifende Austausch innerhalb einer Ausbildungsgruppe. Blended Learning bietet zudem gute Möglichkeiten für ein Networking“, legt Münzner dar.

Die Allgäuer Käse-Akademie hat seit 1983 mehr als 20.000 Thekenkräfte deutschlandweit geschult und lässt das Produkt Käse mit allen Sinnen erleben. Jutta Jung von der Allgäuer Käse-Akademie erklärt: „Mit der der Akademie wird ein Ort geschaffen, an dem Menschen die Kunst des Käses von Grund auf erlernen können. Unser Ziel ist es, Genussbotschafter auszubilden, die Kunden nicht nur beraten, sondern sie auch für Käse begeistern. Und unser Außendienstteam berät die Thekenfachkräfte und unterstützt den Abverkauf mit aufmerksamkeitsstarken Maßnahmen.“ ak

Kompetenz durch Fachwissen

Die Fachzeitschrift **KÄSE-THEKE** bietet einen aktuellen Überblick zu Fortbildungen, Schulungen und Seminaren für das Käsefachpersonal an den Bedienungstheken.

Hochwertige Käse und Spezialitäten werden vor allem an der Theke verkauft. Geschultes Personal berät die Kunden mit kompetentem Fachwissen entsprechend ihrer Wünsche und sorgt für die richtige Präsentation des Käsesortiments. Doch der Mangel an Fachpersonal, inflationäre Preise, frühere Schließzeiten der Bedienungstheken und das immer größer werdende Angebot der Prepackaging-Theken sind große Herausforderungen. Die Käsebedienungstheke ist dennoch ein unverzichtbarer Baustein im Konzept eines Marktes. Sie kann mit Frische, Regionalität, Spezialitäten und Fachberatung glänzen. Die Kunden schätzen die Beratung, sind aber kritisch und stellen viele Fragen zu Tierwohl, Nachhaltigkeit oder Ernährung. Da ist Fachwissen gefragt. Zahlreiche Schulungseinrichtungen, private und öffentliche Anbieter, Seminare für Bio-Käse und für den Naturkostfachhandel sowie freie Trainer sorgen für ein umfassendes Angebot von Fortbildungen rund um das Thema Käseverkauf im Lebensmitteleinzelhandel. Es wird ein breites Käsewissen vermittelt. Angefangen von der Basisschulung über Schneide- und Einpacktechniken und Kennzeichnung bis zu Kundenbedürfnissen und Verkaufstrainings werden Ausbildungen zum Käsesommelier und -experten sowie Verbraucherseminare für Kunden angeboten. Viele Angebote sind sowohl vor Ort in den Märkten und in den Schulungszentren als auch online möglich.

Sie finden die aktualisierte Schulungsliste mit dem Club-Code: 4912 auf kaesweb.de. Die Übersicht erhebt allerdings keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Eventuelle Änderungen nach Redaktionsschluss konnten nicht mehr berücksichtigt werden.

Seminaranbieter, die sich nicht in der Liste wiederfinden und zukünftig mit aufgeführt sein möchten, können sich gerne mit der Redaktion **KÄSE-THEKE** (kt@blmedien.de) in Verbindung setzen. us



Die Schulungsanbieter finden Sie unter kaesweb.de/schulungen oder über den QR-Code

An den Käsebedienungs-
theken fehlen die Fachkräfte
und mancherorts muss die
Bedienungstheke deshalb
frühzeitig geschlossen werden.
Edeka Schmitt im Odenwald
hat einen Weg gefunden, um
dem ein Ende zu setzen.

Käsefachfrau Zorica Monteleone hat bei
Edeka Schmitt in Wald-Michelbach die
Leitung für die Frischetheken inne. Seit elf
Jahren arbeitet sie für die Edeka-Gruppe
und Käse wurde zu ihrer großen Leiden-
schaft. In der Bedienungstheke mit ange-
gliederter Prepacking-Theke führt sie rund
300 verschiedene Käse. „Unsere Kunden
finden ein abwechslungsreiches Sortiment
vor, das regelmäßig verändert wird“, sagt
Zorica Monteleone. Unterstützt von einer
Kollegin, sind sie aktuell dabei zwei neue
Mitarbeiter für die Käsetheke einzuarbeiten.

In letzter Zeit erlebt Edeka Schmitt etwas
Besonderes: Immer mehr Kunden ent-
scheiden sich, Teil des Teams zu werden.



KUNDEN WERDEN KOLLEGEN

„Ich bin davon überzeugt, dass dies mit
der Atmosphäre in unserem Markt zu-
sammenhängt die wir täglich schaffen. Es
ist die ‚Magie‘, die entsteht, wenn man
die Werte eines Unternehmens nicht nur
kennt, sondern auch lebt“, sagt sie begeis-
tert. „Bei uns ist es nicht nur ein Arbeits-
platz, es ist ein Ort, an dem wir authentisch
sein dürfen, Leichtigkeit und Fluss stehen
im Vordergrund. Diese Einstellung spüren
auch die Kunden. Sie fühlen sich nicht nur
von unseren hochwertigen Lebensmitteln,
sondern auch von der Energie und ge-

lebten Werten unseres Supermarktes an-
gezogen.“

Bei der Personalsuche ging man einen an-
deren Weg. Anzeigen, Online-Portale, So-
cial-Media wurden für die Fachkräfte-Su-
che nicht eingebunden. Katrin und Björn
Schmitt, Geschäftsführung Edeka Schmitt,
beschrieben eine herkömmliche Anzei-
gentafel für die Personalsuche und stellten
sie in den Eingangsbereich des Marktes.
Innerhalb kürzester Zeit gingen vier Bewer-
bungen für den Frischebereich bei Edeka

Schmitt ein. „Manchmal wird dadurch ein
Kunde zu einem Kollegen – ein Wechsel,
der für uns jedes Mal ein Zeichen dafür ist,
dass wir auf dem richtigen Weg sind. Ich
habe es selbst erlebt, dass mich Kunden
angesprochen haben. Das zeigt doch, wie
kraftvoll gelebte Werte sein können. Wir
erfahren Anerkennung, nicht nur von au-
ßen, sondern auch von uns selbst. Diese
Verbindung aus innerer Zufriedenheit und
äußerer Resonanz lassen eine Atmosphäre
entstehen, die Menschen berührt und be-
geistert“, erzählt Zorica Monteleone. **us**

REISE IN DAS „LAND DER BERGE“

Die Gelegenheit, über den Tellerrand zu schauen und traditionelle Betriebe in Österreich zu begutachten, bot im vergangenen Oktober eine Bildungsreise nach Tirol. In das „Land der Berge“ eingeladen hatte der deutsche Verband der Käse-Sommeliers in Kooperation mit der Agrarmarkt Austria Marketing (AMA).



❶ Anfang Oktober 2024 trafen sich 64 Käsebegeisterte zur Bildungsreise im „Land der Berge“.

❷ v.li. Julia Göschelbauer, Jutta Jung und Harald Weidacher machten bei ihrer Begrüßung neugierig auf die nächsten Tage im Tiroler Zillertal.

❸ Die Mitgliederversammlung vom Verband der Käse-Sommeliers e.V. bot regen Austausch unter Experten.

Die Veranstaltung begann für die insgesamt 64 Experten aus Deutschland, den Niederlanden, aus Österreich und der Schweiz in der Eventlocation Holz Erlebnis Welt bei Binderholz. Sie bot nicht nur einen interessanten Einblick in die regionale Holzwirtschaft und einen faszinierenden Ausblick auf die Zillertaler Bergwelt, sondern vor allem einen regen Austausch zwischen den Mitgliedern auf der Versammlung. Der Status Quo wurde besprochen, Rezepte für die Verwendung von Käseresten im Kühlschrank wurden geteilt, und André Schneider als neues Vorstandsmitglied vorgestellt. Der Sommelier für Käse, Fleisch, Wurst und Schinken, der sich als neuer Beisitzer den Feldern Social Media und Lobbyarbeit widmet, ist neben seiner Funktion als Abteilungsleiter mit dem Podcast Cheese Commerce unterwegs.

Der Nachmittag stand im Zeichen von Fachvorträgen über österreichische Milchprodukte. Es wurde deutlich, dass im Land der Berge Nachhaltigkeit bei der Nutzung der fruchtbaren Böden eine wichtige Rolle spielt. Kleine bis mittlere landwirtschaftliche Familienbetriebe erhalten die natürlichen Ressourcen und nutzen sie, um weiterhin eine vielfältige Produktion zu gewährleisten.

Im Vortrag „Futter und dessen Auswirkung auf die Käsequalität“ zeigte Stefan Hörtnagl, Landwirt und Milchwirtschaftsreferent der Landwirtschaftskammer Tirol, dass die Landwirtschaft in Tirol stark alpin geprägt ist und sich vor allem auf Bergbauernhöfe, insbesondere mit Rinderhaltung konzentriert. Von den 2.209 bewirtschafteten Almen sind 48 Prozent Milchalmen. Die besondere Qualität der Almmilch, von der sich die Experten in einer Verkostung überzeugen konnten, besteht in dem Gehalt von mehrfach ungesättigten Fettsäuren, Omega-3-Fettsäuren und dem erhöhten Gehalt an Mikronährstoffen.

Der Beitrag „Besonderheiten der Sensorik von österreichischen Käsespezialitäten, Käsesprache und -beschreibungen“ vom Käsesommelier Harald Weidacher war geprägt vom Riechen

und Schmecken österreichischer Käsespezialitäten. Aber auch am Tiroler Heu wurde geschnuppert. Von der Vorarlberger Spezialität Montafoner Sauerkäse „Sura Kas“, über Schafs- und Ziegenkäse bis hin zu 16 Monate gereiftem Bergkäse und dem berühmten Graukas, eine fettarme Delikatesse aus dem Zillertal, haben die Käseexperten die Tiroler Spezialitäten mit eigenen Worten beschrieben und bewertet.

Der Montag startete mit dem Besuch der Erlebnis Sennerei Zillertal in Mayrhofen, die als Pionier der Heumilch gilt. Geschäftsführer Christian Kröll und Vertriebsleiter Michael Frank gaben einen Überblick über die Sennerei, die der größte Tiroler Milchproduzent und Verarbeiter von Milchprodukten in Familienbesitz ist. Verarbeitet wird hier ausschließlich Kuh-, Schafs- und Ziegen-Heumilch von derzeit 350 Zillertaler Bergbauern. Anschließend führte Marcel Kreidl in der Schausennerei durch die einzelnen Produktionsschritte und gab damit Einblicke in die Herstellung.

Tradition seit 1934 wurde in der Zillertaler Heumilch-Sennerei in Fügen geboten. Die als Genossenschaft organisierte Sennerei wird von über 270 Mitgliedern mit gentechnikfreier Heumilch beliefert und ist der größte Tiroler Milchverarbeiter in Bauernhand. Geschäftsführer Hannes Esterhammer führte durch die Sennerei, in der von 1934 bis 1995 ausschließlich Emmentaler und Butter erzeugt wurden. Als der Emmentaler-Markt einbrach, wurde 1995 mit der Produktion von Bergkäse und Schnittkäse begonnen, ein Geschäftslokal gebaut und die Schaukäserei mit Museum eröffnet. Esterhammer berichtete, dass Milchverarbeitung in Tirol in erster Linie harte Arbeit bedeutet. In den kleinbäuerlichen Strukturen kümmern sich die Heumilchbauern um Durchschnittlich 17 Kühe. Durch die artgemäße Fütterung und die Einhaltung ihrer natürlichen Lebensweise gibt eine Kuh etwa 18 Kilogramm Heumilch pro Tag. Das ist eine durchschnittliche Milchleistung, die von der industrialisierten Landwirtschaft mit Kraftfutter und Milchmengen von bis zu 50 Kilogramm weit entfernt ist.

Der Tag klang in Reith mit einer kleinen feinen Produktpräsentation und Networking aus, bei der die Vielfalt der Tiroler Käse im Fokus standen. Verkostet wurde Käse von Alma, Bio vom Berg, Ennstal Milch, Erlebnissenerei Zillertal, Kärntnermilch, Käsemacher, Käserebellen, ÖMA, Salzburg Milch, Schärdinger, Tirol Milch und Vorarlberg Milch. Ein Highlight in Reith: die Mitglieder des deutschen Käse-Sommelier-Verbands waren Teil der Jury-Sitzung des AMA-Käsekaisers in der Kategorie: beliebtester österreichischer Käse in Deutschland. Dabei beurteilten die Experten 14 ausgewählte Käsesorten nach Aussehen, Konsistenz, Geruch und Geschmack mit bis zu fünf Punkten.

Der letzte Tag der Bildungsreise führte nach Wörgl zur Tirol Milch, die Teil der Berglandmilch-Gruppe ist. Berglandmilch verarbeitet etwa 230 Millionen Kilogramm Milch von mehr als 9.000 Milchbauern zu Produkten der Marken wie Schärdinger, Tirol Milch, Lattella, Landfrisch, Stainzer, Alpi und Jogurella. Rudolf Steiner, Produktionsleiter bei Tirol Milch, bot einen Überblick über die Produktionsschritte der Käseherstellung und stellte das einzigartige Sammelsystem der Milch vor. Die verschiedenen Sorten werden getrennt voneinander gesammelt. Im Mai kommen die Almtouren hinzu. Die Molkerei in Wörgl zählt zu einer der modernsten und nachhaltigsten Milchverarbeitungsbetriebe in Europa. So wird der Standort seit 2007 mit einem Biomasse-Heizwerk betrieben. Das Heizmaterial stammt dabei zu einem Großteil aus den Wäldern der genossenschaftlichen Eigentümer – Milchbauern aus Österreich. Die industrielle Abwärme wird verwertet und in Wärmeenergie für die Stadt Wörgl umgewandelt. Den Abschluss bildete der Besuch des Biobauernhofs von Bettina und Markus Vögele im Alpbachtal, zu dem eine Alm mit Käseerzeugung gehört.

Auch in diesem Jahr plant der Verband der Käsesommeliers wieder eine Fachexkursion. Wohin es im Oktober geht sowie weitere Informationen zum Verband sind unter kaese-sommelier-verband.de zu finden.

ak

FORTBILDUNG FÜR THEKENFACHKRÄFTE

Eine zweitägige Schulung für Thekenfachkräfte organisierte die Einkaufsleitung der V-Märkte im Oktober bei den Käse Rebellen.

Auf dem Biolandhof Moosreiten in Prem trafen sich 40 käsebegeisterte „V-Marktler“, um einen Heumilchbetrieb mit 34 Milchkühen zu besuchen. Im Reifelager der Käse Rebellen in Steingaden wurden sie von Sepp Krönauer, Inhaber und Geschäftsführer Käse Rebellen, durch die Lager mit 60.000 Käse laiben geführt. Am Nachmittag ging es zur Familie Schelle Käserei Weinländer in Peiting. Der Betrieb, der seine Weichen für die Zukunft mit einer hofeigenen Biogasanlage gestellt hat und damit zu hundert Prozent autark ist, stellt in der hofeigenen Käserei täglich 45 Käse aus Rohmilch her. Am Abend folgten eine umfangreiche Präsentation des Zentraleinkaufs mit Rückblick auf den Kreativ Award 2024 sowie ein Ausblick auf das Festtagsgeschäft und zukünftigen Themen an der Käsetheke.

Der nächste Morgen startete mit einem Seminar bei den Käse Rebellen in Steingaden. Jutta Jung, Leiterin und Dozentin der Allgäuer Käse-Akademie, stellte die Käserei Champignon Hofmeister vor und informierte über Gütesiegel, Käseplatten und -teller sowie Pflege der Produkte in der Theke und verlustfreies Aufschneiden. Danach stand der Besuch des Familienbetriebs Besler auf der Agenda. 50 eigene, gehörnte Milchkühe liefern die Milch in Bio-Qualität, die in der hauseigenen Käserei verarbeitet wird. „Unsere



V-Marktler erlebten an diesen zwei Tagen eine interessante und informative ‚Genuss-Fortbildung‘, die das vorhandene Fachwissen nochmals stärkte, um auch in Zukunft Käse an den Bedienungstheken

erfolgreich verkaufen zu können“, sagt Thomas Mauersberger, Zentral Einkäufer V-Märkte, die zum familiengeführten Handelsunternehmen Georg Jos. Kaes GmbH in Mauerstetten gehören. **us**

Im November übernahmen Auszubildende für drei Tage die Käse- und Wursttheke im Rewe-Center Bonn-Beuel, um auf den Beruf der Fachverkäufer und Fleischer aufmerksam zu machen.

Unter dem Motto „Das Handwerk mit Vielfalt“ übernahmen 15 Auszubildende den kompletten Arbeitsalltag an den Bedienungstheken für Käse sowie für Fleisch und Wurst. Im Fokus des dreitägigen Projektes der Rewe Markt GmbH, Zweigniederlassung West, standen vor allem die vorgelagerten Prozesse wie die Produktermittlung, die Warenbeschaffung und Werbemaßnahmen sowie den Verkauf für die Sonderaktion zu organisieren. „Mit dieser Aktion geben wir den jungen Menschen eine Bühne“, sagt Beate Lindmark, Referentin HR-Kompetenzcenter Rewe West, die das Projekt gemeinsam mit Bärbel Voß, Servicetrainerin HR-Kompetenzcenter Rewe West und dem Kollegen Stanisa Lukic, ebenfalls Servicetrainer Rewe West, seit mehreren Monaten leitet und betreut. Die Azubis entscheiden, welche Artikel an der Käse- sowie für die Fleisch- und Wursttheke hergestellt, verpackt und verkauft werden. Sven Franz, Auszubildender im dritten Lehrjahr, schätzt den Austausch mit der Kundschaft an den Frischetheken: „Insbesondere der Kontakt und die Beratung der Kunden aber auch die Kreativität und die Kommunikation



EINE BÜHNE FÜR AZUBIS

unter den Auszubildenden liegen mir am Herzen.“

Das Projekt fand Mitte November in dem Rewe-Center statt. Beate Lindmark, sowie Bärbel Voß und Stanisa Lukic haben dazu mit einer Gruppe Auszubildenden verschiedener Märkte aus dem Regionalgebiet der Rewe West, intensiv zusammengearbeitet. Dem Azubi-Projekt im Rewe-Center Bonn-Beuel war bereits in der Vorbereitungsphase ein gemeinsamer Workshop zur Planung, Abstimmung und Durchführung der verschiedenen Aufgaben vorausgegangen. Nach einem intensiven Brainstorming im Sommer, wurden von den Azubis die drei Arbeitsgruppen: Aktion, Organisation und Marketing gebildet. „Die Azubis, die zwischen 17 und 32 Jahren alt sind, haben dieses Projekt völlig selbst in die Hand genommen“, berichtet die Referentin. Dazu gehörte auch die Auswahl einer sozialen Einrichtung, an die im Rahmen des Projektes eine erwirtschaftete Summe gespendet wurde. Auszubildende des zweiten und dritten Lehrjahres führten überwiegend

die Arbeiten durch. „Es gefällt mir, dass ich mich mit den Kunden an der Bedienungstheke unterhalten und ihnen etwas zu den Produkten erklären kann“, sagt Natalie Asagwara, Auszubildende im dritten Lehrjahr. Während des Praxisseminars stehen die Azubis des dritten Lehrjahres den jüngeren als Mentoren zur Seite. Für die beiden Verkaufstage produzierten die Auszubildenden zusammen mit Bärbel Voß und Stanisa Lukic verschiedene Frischkäsezubereitungen, unter anderem mit Rucola, Tomate und Basilikum und die Variante Winterapfel mit Apfelmus, Sultanien, Zucker und Zimt. Die Käse- und Wurstzubereitungen sowie Feinkostsalate wurden binnen zweier Verkaufstage in der separaten Theke „Genussinsel“ verkauft. Am Ende freuten sich nicht nur die Auszubildenden, die Referentin und die Servicetrainer über die gelungene Azubi-Aktion, sondern auch der Deutsche Kinderhospizverein e.V., ihm wurde eine Geld-Spende übergeben. Die ursprüngliche Summe von 641,90 Euro wurde vom Verkaufsleiter Rewe-Center Bonn-Beuel auf 750 Euro aufgestockt. **us**

SPANNUNG UND VORFREUDE

Mit einem überarbeiteten Seminarprogramm und der Vorfreude auf die Fertigstellung des Neubaus startet das European Cheese Center ins neue Jahr.

Ob Tagesseminare, zweiwöchige Kurse oder ein gemütlicher Abend, ob „Käse-Basics“, die Käsesommeliers mit Diplom oder ein Abend voller Schafs- und Ziegenkäse: im European Cheese Center (ECC) wird ein vielfältiges Seminar- und Schulungsprogramm geboten, bei dem für Einsteiger, Fachkräfte und Käseliebhaber etwas dabei ist. **KÄSE-THEKE** sprach mit Nicola Bräunig vom European Cheese Center über das 2025er Programm.

KÄSE-THEKE: Wie startet das ECC in das neue Jahr?

Nicola Bräunig: Die Vorfreude auf die kommende Seminar-Saison ist groß. Denn gleich im Januar beginnen wir mit dem Getränkeworkshop des „Diplom Käsesommeliers“, weiter geht es mit dem Seminar „In zwei Tagen um die Käsewelt“, welches eine tolle Vorbereitung auf den drauf folgenden, 14-tägigen Diplom Sommelierkurs der WIFI ist.

Gibt es Highlights in diesem Jahr?

Immer wieder stehen wir im Austausch mit unseren Referenten und beraten über neue Ideen für Seminare und Veranstaltungen. Neben unseren traditionellen Vertretern, wie dem „Diplom Käsesommelier“, dem „European Cheese



Expert/Fromelier“ und Tagesseminare wie „Käse-Basics“ oder „Kreativ mit Käse“, haben wir uns für dieses Jahr einige Neuheiten überlegt. Darunter das Tagesseminar „Theken Talk“, in dem es zusammen mit unserer Referentin einen regen Austausch geben soll. In diesem Seminar soll sich jeder Teilnehmer einbringen und querbeet die Fragen stellen, die schon lange Thema sind und auf die es scheinbar keine Antworten und Lösungen gibt. Eine weitere Neuheit ist das Seminar „Käse Pflege“. Grundlagen zum Umgang mit Käse, wie gehen wir mit den verschiedenen Kulturen, Hefen, Schimmeln oder auch Affinagen um, das sind hier die Themen. Ebenso neu ist „Käse schmeckt, aber wonach“, ein Seminar, das zeigt, Käse kann so viel mehr als „lecker“. Käse sensorisch verkosten und lernen, wie man ihn beschreibt. Welcher Kunde freut sich nicht, wenn er sich gedanklich an der Theke in Aromen von blumig bis schokoladig verlieren kann. „Käse und dazu“, soll helfen, den Kunden noch besser und ausführlicher zu beraten. Welcher Wein, welches Obst und Gemüse aus Ihrem Sortiment harmonisieren zu den ausgewählten Käsen wohl am besten? Food Pairing ist ein großes Thema!

Freuen sich auf die Seminare 2025: (v. li.) Nicola Bräunig, Katrin Ruwisch und Regina Wanke – das Team des European Cheese Centers in Hannover-Anderten.

Wie sieht es mit den Abendveranstaltungen für 2025 aus?

Zwischen Tagesveranstaltungen und mehrtägigen Seminaren, findet auch der Endverbraucher bei uns immer wieder ein Zuhause, zumindest für ein paar nette Stunden am Abend. Denn an Abendveranstaltungen haben wir auch in diesem Jahr nicht gespart. Das Käse-Schlemmerbuffet gehört seit vielen Jahren in unser Programm, ebenso die moderierten Veranstaltungen. Neu ist in diesem Jahr „Teatime und Käse“.

Welche Neuigkeiten gibt es aus Hannover-Anderten?

Seit Oktober 2024 finden große Umbauarbeiten bei uns statt. An das ECC wird angebaut und viele spannende Neuheiten warten auf Sie und uns. Fertiggestellt werden soll der Neubau, der im Zeichen der Schweizer Käsewelt steht, im Laufe dieses Jahres. Die Arbeiten schreiten zügig voran, sodass wir mit viel Spannung und Freude in das neue Jahr schauen. **tw**

GOLDENER ABEND

Im Rahmen der Käsekaiser-Gala wurden wieder die besten Käse Österreichs mit den begehrten goldenen Trophäen ausgezeichnet.



Die Verleihung der Käsekaiser gehört zu den Jahreshighlights für österreichische Käsehersteller. Denn jedes Jahr finden sich auf Einladung der Agrarmarkt Austria Marketing (AMA) hochrangige Vertreter der Molkereien und Käsereien zur Gala ein, um in diesem Rahmen die besten Käse des Landes auszuzeichnen und zu feiern. Ende November kam die Branche in das Zentrum für Visionen in Puch bei Salzburg, um zu erfahren, wer die begehrten goldenen Statuen erhält. Die aus dem österreichischen Fernsehen bekannte Moderatorin Kerstin Polzer führte auch in diesem Jahr wieder mit Witz und Charme durch die Veranstaltung. Gemeinsam mit Vertretern aus Po-

litik und Landwirtschaft sowie der Agrarmarkt Austria Marketing bereitete sie den Gewinnern wieder einen goldenen Abend, der viele Gründe zum Feiern bot.

Zuvor reichten 17 Unternehmen 163 Käse ein und stellten die Jury vor eine anspruchsvolle Auswahl. In der zweitägigen Sitzung wurde am ersten Tag jeder Käse von mindestens acht qualifizierten Käsesommeliers bewertet. Am zweiten Tag der Jurysitzung entschied eine 16-köpfige Jury, die aus Käsemeistern und Käse-Sensorik-Experten bestand, über die Käse, die sich für das Finale qualifiziert hatten. Die vier Eigenschaften Aussehen, Konsistenz, Geruch und Geschmack wurden von jedem



Jurymitglied mit maximal zehn Punkten pro Kriterium bewertet. Darüber hinaus musste jede Bewertung kommentiert werden. Die



Peter Hamedinger (Mitte) dankte Josef „Sepp“ Stendl (links) und Helmut Reisacher mit der Auszeichnung Grand Fromager.

begehrten AMA-Käsekaiser-Statuen wurden in insgesamt elf Kategorien verliehen: Frischkäse, Weichkäse, Schnittkäse (mild-fein, g'schmackig und würzig-kräftig), Hartkäse bis und mehr als fünf Monate, Bio-Käse, Käsespezialität, Käseneuheit und der beste österreichische Käse in Deutschland.

Diese nationale Auszeichnung motiviert österreichische Molkereien und Käseereien, weiterhin höchste Käsequalität zu produzieren, was auch die Absatzchancen erhöht. „Die Ergebnisse der AMA-Käsekaiser-Jury zeigen einmal mehr das hohe Niveau der Käsequalität unserer Produzenten. Die breite Sortenvielfalt unterstreicht, dass wir als Käsenation interna-

tional an Bedeutung gewonnen haben“, sagte Christina Mutenthaler-Sipek, Geschäftsführerin der AMA-Marketing. „Der AMA-Käsekaiser würdigt die Arbeit, das Wissen und Können unserer heimischen Molkereien und Käseereien. Käse ist nicht nur im Inland gefragt, sondern auch ein bedeutender Exportschlager. Ich freue mich auch, dass wir mit dieser Auszeichnung dazu beitragen, den besten Käsesorten des Landes am Point of Sale mehr Aufmerksamkeit zu verschaffen“, gratulierte Mutenthaler-Sipek den Preisträgern des AMA-Käsekaisers.

Die AMA-Marketing engagiert sich intensiv in der Aus- und Weiterbildung junger

Fachkräfte aus dem Handel, um deren Käsekompetenz zu stärken. Durch verschiedene Kurse und Wettbewerbe wird dafür gesorgt, dass auch die junge Generation an der Käsekultur festhält und Konsumenten kompetent beraten kann. „Käsekultur muss gepflegt werden. Das beginnt für uns bei der Ausbildung und reicht über Events bis hin zur Teilnahme an und Ausrichtung von Wettbewerben“, erklärt Peter Hamedinger, Marketingmanager für Milch und Milchprodukte in der AMA-Marketing. **tw**



Kerstin Polzer führte wieder mit Witz und Charme durch die Gala.

Nicht nur die besten Käse standen an diesem Abend im Mittelpunkt

Auch die Finalisten des diesjährigen Lehrlings-Thekenwettbewerbes Tourismusschule in Bad Ischl durften sich feiern lassen. Die Auszubildenden Jessica Constantin, Eurospar in Bruck/Mur, Milan Iski, Eurospar Wien sowie Jessica Deixelberger von Spar in Graz erhielten für ihre Leistung den Beifall des Publikums. Das Siegerteam des diesjährigen Bundesfinales der diplomierten Käsekenner in der Tourismusschule Villa Blanka in Innsbruck, Johanna Kogler und Jakob Huber von der Tourismusschule Bad Gleichenberg, bekam ebenso den Applaus der Gala-Gäste. Zu guter Letzt wurden noch zwei Persönlichkeiten der österreichischen Käse- und Sommelier-Branche geehrt: Josef „Sepp“ Stendl und Helmut Reisacher sind bei einer Käsekaiser-Gala nicht wegzudenken. Seit vielen Jahren inszenieren sie gemeinsam mit Peter Hamedinger das AMA-Käsekaiser-Buffer mit allen nomierten und ausgezeichneten Käsen. Für diese langjährige Unterstützung dankte Peter Hamedinger den beiden Urgesteinen mit der Auszeichnung Grand Fromager.

Exportschlager Käse

Besonders begehrt ist die Auszeichnung zum besten österreichischen Käse in Deutschland bei Herstellern, die auf dem wichtigen deutschen Export-Markt mit hoher Qualität und ausgezeichnetem Geschmack überzeugen. Insgesamt wurden für diese Kategorie 22 Käse von acht Herstellern eingereicht und in zwei Bewertungsrunden beurteilt. Die eingereichten Käsesorten wurden von einer Fachjury deutscher Käsesommeliers nach Kriterien wie Geruch, Geschmack, Konsistenz und Optik bewertet. Zunächst verkostete und taxierte die allgemeine Jury die Produkte. Anschließend wurden die 14 Käse mit den höchsten Punktzahlen in eine zweite Runde geschickt, in der die über 50 Fachexperten aus Deutschland ihre finale Bewertung abgaben.



KATEGORIE FRISCHKÄSE	
Schäringer Gervais	Berglandmilch, Betrieb Aschbach
KATEGORIE WEICHKÄSE	
Berggold Camembert	Geschwister Bantel
KATEGORIE SCHNITTKÄSE MILD-FEIN	
Schäringer Bergbaron	Berglandmilch, Betrieb Feldkirchen
KATEGORIE SCHNITTKÄSE G'SCHMACKIG	
Schäringer Moosbacher	Berglandmilch, Betrieb Voitsberg
KATEGORIE SCHNITTKÄSE WÜRZIG-KRÄFTIG	
Schäringer Original Dachsteiner	Berglandmilch, Betrieb Voitsberg
KATEGORIE HARTKÄSE BIS 5 MONATE	
Bergkäse	Obersteirische Molkerei, Betrieb Knittelfeld
KATEGORIE HARTKÄSE ÄLTER ALS 5 MONATE	
Erzherzog Johann	Obersteirische Molkerei, Betrieb Knittelfeld
KATEGORIE BIO-KÄSE	
Bio Wiesenmilch Rahmkäse	Kärntnermilch, Betrieb Spittal/Drau
KATEGORIE KÄSESPEZIALITÄT	
Schäringer Winzer Rosé	Berglandmilch, Betrieb Voitsberg
KATEGORIE KÄSENEUHEIT	
Cheese Cake Marille	Die Käsemacher, Betrieb Vitis
KATEGORIE BESTER ÖSTERREICHISCHER KÄSE IN DEUTSCHLAND	
Schäringer Original Dachsteiner	Berglandmilch, Betrieb Voitsberg

DER TRADITION VERPFLICHTET

Das italienische Familienunternehmen Fattorie Garofalo stellt Mozzarella di Bufala Campana DOP und andere Spezialitäten aus Büffelmilch her. In Deutschland ist der Ursprungsgeschützte Mozzarella als Handelsmarke vertreten.

1
garofalo

MOZZARELLA DI
BUFALA
CAMPANA DOP



2



3

4



Die Geschichte des Herstellers Fattorie Garofalo begann im Jahre 1962, als die Brüder Giuseppe, Amedeo, Angelo und Mario Garofalo die Fattorie Garofalo gründeten. Sie erwarben das Ackerland in Capua und veränderten den Betrieb von der Kuhhaltung in die Zucht und Milchgewinnung von Mittelmeer-Büffeln. 1996 wurde Büffelmilch-Mozzarella aus Kampanien von der Europäischen Union mit einem Ursprungssiegel geschützt. Seither trägt Mozzarella di Bufala Campana das rot-gelbe Zeichen für die geschützte Ursprungsbezeichnung (g.U.). Denominazione d'Origine Protetta (DOP) ist die italienische Bezeichnung für Produkte mit geschützter Herkunft.

Die Fattorie Garofalo betreibt heute sieben Büffelmilchfarmen in Kampanien und eine Farm in Apulien. Die Farmen haben sich ausschließlich der Büffelmilchzucht und Milchproduktion verschrieben und werden von Mitgliedern der Familie Garofalo geführt. Sie sind unterschiedlich groß mit mehr oder weniger umfangreichen Büffelfeständen. Insgesamt sind es 12.000 Tiere, die auf den Farmen in Torcino, San Tammaro, Francolise, Ruvianno, Galluccio, Arianuova und Apulia gehalten werden. Richtung Nordosten, 30 Kilometer entfernt von Neapel, liegt die Farm Torcino. Hier leben rund 3.500 Büffel. Das Farmland mit den großen Freiluftstallungen zieht sich weit ins Land hinein. Gegen Sonne schützen sich die Büffel in den licht- und luftdurchfluteten Stallungen. Zudem wird regelmäßig eine Wasserberieselung für die Tiere eingeschaltet. Zweimal am Tag gehen die Tiere für 15 Minuten in den Melkstand. Eine Büffelkuh gibt acht bis zehn Liter Milch pro Tag.

Jährlich produziert die Fattorie Garofalo aus 38 Millionen Litern Büffelmilch 10.000 Tonnen Käse. Die eigene Futtermilcherzeugung dehnt sich auf einer Fläche von 3.000 Hektar aus. „75 Prozent des benötigten Futters werden in der Landwirtschaft angebaut. Der Rest wird dazugekauft“, berichtet Roberto Napolitano, Tierbeauftragter der Fattorie. „Um einen hohen Tierschutzstandard zu gewährleisten, haben wir uns dem Programm ‚Classyfarm‘, einem zertifizierten System des italienischen Gesundheitsministerium zur Bewertung des Tierschutzes, angeschlossen. Die Milch der Farmen wird gesammelt und innerhalb von 24 Stunden in der Molkerei in Capua, das rund 40 Kilometer

Richtung nordöstlich von Neapel liegt, verarbeitet. Raffaella Avosso, Leiterin der Qualitätssicherung in der Fattorie in Capua, erklärt, dass die Milch, wenn sie in der Molkerei angeliefert auch direkt geprüft wird, bevor sie zur Weiterverarbeitung gelangt. „Zur Herstellung des Mozzarellas verwenden wir seit 1962 unsere eigene Kultur, die wir jeden Tag erneuern und einsetzen. Festzustellen ist dies am einzigartigen Geschmack und der Charakteristik des Büffelmilchmozzarellas“, betont sie. Unter der Zugabe von tierischem Lab gerinnt die Büffelmilch, bevor er geschnitten, geknetet und in heißem Wasser abgebrüht wird. Danach wird so lange geknetet und gezogen, bis der Teig formbar ist. Schließlich wird er geschnitten und zu Kugeln geformt.

Je nach Produktionsplan sind es Mozzarella die Bufala Campana DOP in verschiedenen Größen – von 125- bis zu 425-Gramm-Kugeln. Es gibt auch Zehn- und 25-Gramm-Minikugeln sowie 50-Gramm-Kugeln. Dazu kommt Büffelmilchmozzarella in Bio-Qualität sowie gefrostet oder laktosefrei. Die letzten beiden tragen allerdings kein Herkunftszeichen. Darüber hinaus wird Burrata angeboten, die mit Ricotta aus Büffelmilch gefüllt ist. Ricotta, Butter und Mascarpone komplettieren das umfangreiche Büffelmilch-Angebot. Im vergangenen Jahr kam die Caramella di Bufala in Form eines Bonbons hinzu. Dabei handelt es sich um einen Büffelmilchmozzarella, der mit Ricotta aus Büffelmilch gefüllt ist. Der feine Mozzarella-Geschmack umschließt ein cremiges Ricotta-Herz. „Es wurde speziell für Kinder entwickelt“, berichtet Alfio Schiatti, kaufmännischer Leiter Fattorie Garofalo.

„Mozzarella von Garofalo steht für unverfälschten Geschmack und Qualität aus hundert Prozent Büffelmilch“, erklärt Schiatti. 14 eigene Flagship-Stores unterstützen den Absatz von Garofalo-Mozzarella und weiteren Produkten in Italien. 2023 wurden 38 Prozent exportiert. „Davon gingen 17 Prozent nach Deutschland“, berichtet er. In Deutschland ist der Mozzarella di Bufala DOP, Burrata oder Butter von Garofalo überwiegend als Handelsware zu finden. Büffelmilchmozzarella in Bio-Qualität gibt es bei Alnatura sowie über einen weiteren Bio-Fachgroßhändler. „In diesem Jahr werden wir auf dem deutschen Markt mit der Marke Fattorie Garofalo noch präserter“, kündigt Schiatti an. **us**

Mozzarella di Bufala Campana DOP

Mozzarella aus Büffelmilch ist ein ursprungsgeschützter Pasta-Filata-Käse aus der Region Kampanien, im Süd-Westen Italiens. Erkennbar ist er an seiner porzellanweißen Farbe, der glatten Oberfläche und an seiner elastischen Konsistenz sowie seiner zarten Hülle, die sich wie eine feine Haut um den Käseteig legt. Die Italiener verwenden die weibliche Form für „La Mozzarella“. Das sagen sie sowohl zu der weitverbreiteten Variante aus Kuhmilch (Mozzarella fior di Latte) als auch zum selteneren Büffelmilchprodukt (Mozzarella di Bufala).

1 v.l. Das italienische Familienunternehmen Garofalo mit Luca Vinci, Roberto Napolitano, Alfio Schiatti, Giovanni Garofalo, Riccardo Fichera, Estela Hamiti auf der Büffelfarm in Torcino.

2 Die schwarzen Mittelmeer-Büffel sehen gewaltig aus, doch ihr Gemüt ist sanft.

3 Die Fattorie Garofalo verfügt über sieben Büffelmilchfarmen in Kampanien und eine Farm in Apulien.

4 Mit Mozzarella di Bufala DOP, Ricotta, Mascarpone, Butter und Caramella di Bufala unter der Marke Fattorie Garofalo möchte das italienische Unternehmen künftig auch im deutschen Markt präserter sein.

IHRE WAHL!

Die Wahl zum Theken-Liebling in der Fachzeitschrift **KÄSE-THEKE** hat sich mittlerweile zu einer liebgewordenen Tradition entwickelt. Und so möchten wir Sie auch in diesem Jahr einladen, an der Wahl teilzunehmen. Rund 190 Produkte, darunter überwiegend Käsesorten und einige interessante Artikel für den Zusatzverkauf



Foto: colourbox.de

an der Bedienungstheke, haben wir Ihnen im letzten Jahr in den sechs Ausgaben unserer Fachzeitschrift **KÄSE-THEKE** vorgestellt. Die Käse sind aus Kuh-, Schafs-, Ziegen- oder Büffelmilch und auch biologisch hergestellt. Sie alle sind geschmackliche Highlights, jeder Käse ist anders und jeder Käse möchte den Platz in der Theke oder in der Prepacking-Theke erobern. Ob in Deutschland oder in den europäischen Nachbarländern, sie werden in Käsereien, Molkeereien oder kleinen handwerklichen Manufakturen von erfahrenen Käsemeistern, hergestellt. Affineure verfeinern dazu ausgesuchte Käse zu Unikaten. Haben sie den Weg in die Theke geschafft, besteht für sie Chance zu echten Lieblingen der Kunden zu werden. Jeder Klassiker im Käsesortiment hat einmal als Neuheit angefangen. Natürlich müssen sich die Kunden erst einmal von den Käse- neuheiten überzeugen. Die Theke ist dafür der beste Ort, um Käse vorzustellen, die Kunden probieren zu lassen und sie entsprechend zu beraten. Auf den folgenden Seiten stellen wir Ihnen noch einmal alle Neuheiten vor. Wir möchten von Ihnen wissen, welcher Käse Ihrer Meinung nach das Potenzial hat, ein neuer Theken-Liebling zu werden. Machen Sie Gebrauch von dem beiliegenden Stimmzettel und verraten Sie uns Ihre Lieblinge der Theke 2025.

WICHTIG! AN DER AUSZÄHLUNG SOWIE DER VERLOSUNG NEHMEN NUR VOLLSTÄNDIG AUSGEFÜLLTE STIMMZETTEL TEIL!

Ihre Teilnahme wird belohnt und auch dabei haben Sie die Wahl. Unter allen **vollständig ausgefüllten** Einsendungen verlost die **KÄSE-THEKE** entweder **Apple AirPods Max**, einen **De Longhi Magnifica Start Kaffeevollautomat** oder einen **250 Euro AMAZON-Gutschein**.

Abbildungen ähnlich und nicht maßstabsgetreu.



Der Rechtsweg ist ausgeschlossen, eine Barauszahlung der Gewinne ist nicht möglich.

Ihre persönlichen Daten werden ausschließlich zur Ermittlung und Benachrichtigung der Gewinner verwendet und danach gelöscht. Eine Weitergabe an Dritte ist nicht zulässig.

HART- KÄSE



A01

Carl Fr. Scheer
Sanfter Engel,
Wilder Engel,
Roter Teufel



A02

Carl Fr. Scheer
Spanischer
Schafskäse „La
Leyenda“



A03

Furore
Bregenzer
Hochalpkäse



A04

**Gebrüder
Baldauf**
„Prinzregent
Luitpold“-
Bergkäse



A05

**Ruwisch &
Zuck/Käsespe-
zialisten Süd**
Grana Padano
DOP



A06

**Ruwisch &
Zuck/Käsespe-
zialisten Süd**
Berg Rebell
500-g-Stück



A07

Carl Fr. Scheer
St. Moritz Berg-
käse rezent



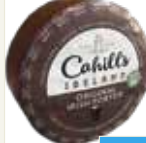
A08

Fromi
Inglewhite Buf-
falo Cheddar



A09

Fromi
Cahill's Original
Whiskey



A10

Fromi
Cahill's Original
Porter



A11

**Ruwisch &
Zuck/Käsespe-
zialisten Süd**
Reserva mit
Zutaten



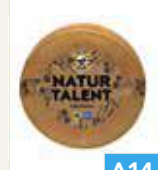
A12

**Hamburger
Käselager**
Rotterdam-
sche Oude 55
Wochen



A13

**Hamburger
Käselager**
Rotterdam-sche
Oude Geiten-
kaas



A14

Gebr. Baldauf
Naturtalent



A15

Bergader
Bergader Watz-
mann



A16

**Ruwisch &
Zuck/Käsespe-
zialisten Süd**
Spanische
Käseplatte



A17

**Landkäserei
Holtsee**
Holtseer Berg-
kees



A18

**Ruwisch &
Zuck/Käsespe-
zialisten Süd**
Bella Vitano To-
mate/Basilikum



A19

**Ruwisch &
Zuck/Käsespe-
zialisten Süd**
Bergkäse Vorarl-
berg Reserva



A20

**Ruwisch &
Zuck/Käsespe-
zialisten Süd**
Queso Zamora-
na DOP



A21

**Ruwisch &
Zuck/Käsespe-
zialisten Süd**
Le Suisse



A22

Fromi
Cheddar Ku-
geln



A23

Fromi
P'tit Jurassic



A24

Fromi
Comté AOP
Tradition émo-
tion



A25

**Hamburger
Käselager**
Primeo



A26

**Hamburger
Käselager**
Cheddar Luck
o'Irish



A27

**Ruwisch &
Zuck/Käsespe-
zialisten Süd**
Mammot Käse
150 g



A28

**Ruwisch &
Zuck/Käsespe-
zialisten Süd**
Queso de Ove-
ja mit Zutaten



A29

**Ruwisch &
Zuck/Käsespe-
zialisten Süd**
Gran Albiero
Duro Italian



A30

**Ruwisch &
Zuck/Käsespe-
zialisten Süd**
Grana Padano
DOP Halblaib

SCHNITT- KÄSE



B01

**Fromages
Spielhofer**
L'Horloger

 B02	 B03	 B04	 B05	 B06	 B07	 B08
 B09	 B10	 B11	 B12	 B13	 B14	 B15
 B16	 B17	 B18	 B19	 B20	 B21	 B22
 B23	 B24	 B25	 B26	 B27	 B28	 B29
 B30	 B31	 B32	 B33	 B34	 B35	 B36



B37

Carl Fr. Scheer
Schwarzer
Phönix



B38

Carl Fr. Scheer
Zirbenkönigin



B39

Thomas Export
Somport
Fenugrec



B40

Fromi
La Pinonoire
Jurassic



B41

Fromi
Le Fribourg
à l'Ail Noir



B42

Fromi
Morbier AOP
Tradition
émotion



B43

**Ruwich &
Zuck/Käsespe-
zialisten Süd**
Boer'nkaas
Subliem



B44

**Landkäserei
Holtsee**
Holtseer
Kräuterkäse



B45

Treur Kaas
Triple Dutch



B46

Treur Kaas
Ziegenkäse
Maasdammer



B47

Henri Willig
Schwarzer
Knoblauch



B48

Weidner Käse
Grillkäse
Taler/Wurst



B49

**Sortenorgani-
sation Tilsiter**
Der Rote –
Tilsiter mild-
aromatisch



B50

**Sortenorgani-
sation Tilsiter**
Der Grüne –
Past-Tilsiter



B51

**Sortenorgani-
sation Tilsiter**
Der Schwarze –
Tilsiter Extra



B52

**Sortenorgani-
sation Tilsiter**
Der Gelbe –
Rahm-Tilsiter



B53

Käserellen
Raclette Rebell



B54

Savencia
Postel Jeune,
Postel Vieux



B55

**Hamburger
Käselager**
Storm's Irrtum



B56

Thomas Export
Ossau-Iraty



B57

Thomas Export
Le Pavé de
Vache



C01

Fromi
Hartington
White Stilton
Cranberry
Orange



C02

Fromi
Hartington
White Stilton
PDO



C03

Fromi
Hartington
White Stilton
Chocolate &
Chili



C04

Fromi
Charcoal Log



C05

Fromi
Farm Maid Mini
Waxed



C06

**Ruwich &
Zuck /Käsespe-
zialisten Süd**
Crottin Feuille



C07

**Ruwich &
Zuck/Käsespe-
zialisten Süd**
Bûche Tomatoe/
Basilikum



C08

Käserellen
Weißer Bär-
lauch Rebell



C09

**Ruwich &
Zuck/Käsespe-
zialisten Süd**
Fleur des Alpes



C10

**Ruwich &
Zuck/Käsespe-
zialisten Süd**
Morbier AOP



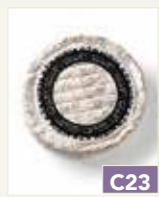
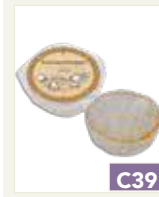
C11

**Ruwich &
Zuck/Käsespe-
zialisten Süd**
Rebellenkäse
500-g-Stücke



C12

Carl Fr. Scheer
Blu di bufala
muscat

 C13 Fromi Saint Maxime Barbichette	 C14 Fromi Barberouge	 C15 Fromi Brill'ant	 C16 Fromi Petit Grès du Centre-Loire	 C17 Fromi Tommette Jurassienne	 C18 Fromi Halloumi PDO	 C19 Ruwich & Zuck/Käsespe- zialisten Süd Triangle Bar- bichette
 C20 Thomas Export Taupinette mit Dill/Taupinette mit Estragon	 C21 Thomas Export Briquette Tou- lousine	 C22 Boncas Moser Premium Fette Berta Brie	 C23 Boncas Moser Tradition Nr. 1	 C24 Thomas Export Tomme Lou Pennoir Affinée	 C25 Thomas Export Le Mojitou	 C26 Thomas Export Le Mit'chou
 C27 Fromi Manouri PDO	 C28 Thomas Export Tomme Lou Pennol Affinée	 C29 Carl Fr. Scheer Goloso al Tartufo	 C30 Hennart Marbré	 C31 Thomas Export Cremino erbori- nato al tartufo	 C32 Thomas Export Brebis frais aux 9 fleurs	 C33 Hennart Louradou
 C34 Thomas Export Chèvre affiné Coeur de Sakura	 C35 Carl Fr. Scheer Wilder Engel Fondue	 C36 Bergader Privatkäserei Lottes Liebling	 C37 Fromi Briquerousse d'Argental	 C38 Fromi Brique d'Argental	 C39 Fromi Noixrousse d'Argental	 C40 Fromi Cremoso al pesto
 C41 Fromi Tiramiblu	 C42 Thomas Export Fondue Saint Nectaire AOP	 C43 Ruwich & Zuck/Käsespe- zialisten Süd Moser Roter Knopf				 D01 Würth Biokäse & Feinkost Tizne Negro
						 D02 Fromi 5 Blüemli Bio



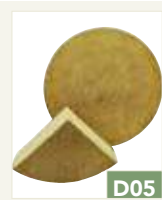
D03

ÖMA
Bauernkäse
Kräuter



D04

**Ruwisch &
Zuck/Käsespe-
zialisten Süd**
Bio Demeter
Junges Zicklein



D05

**Jäckle Frische-
Partner**
Bergkäse Bio
Schwabenalpe



D06

Carl Fr. Scheer
Bio Benedict
Schwarzer
Klosterkäse



D07

Carl Fr. Scheer
Bio Benedict
Weißer Kloster-
käse



D08

Fromi
Pierre de Sel
Bio Jurassic



D09

Anderlbauer
Schafs-Hofkäse
Bio



D10

Thise Mejeri
Weiße Korn-
blume



D11

ÖMA
Brat- und
Grillkäse



D12

Bastiaansen
Kaas
Bio Bastiaansen
Ziegenkäse mit
Blumen



D13

Henri Willig
Bio Ziegenkäse
Supreme



D14

Käserebellen
Bio Raclette
Rebell



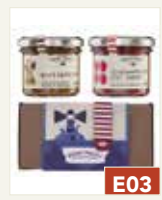
E01

**Ruwisch &
Zuck/Käsespe-
zialisten Süd**
Dattelfrucht-
schnitte



E02

Furore
Fünf Chutneys
im 160-g-Glas



E03

Senf Pauli
Geschenkbox
Mord im Orient
& Himbeer-
felder für immer



E04

Kirberg
Manufaktur
Fruchtaufstrich
Orange



E05

Viani
Lady Joseph
Cracker
Parmesan und
Olivenöl



E06

Viani
Bibanesi classic



E07

Unterweger
Tiroler Früchte-
küche Gelees
und Mostarda



E08

Wiberg
Wiberg Exquisi-
te Gold BBQ



E09

Lebensbaum
Mykonos



E10

Charlemagne
Chocolatiers
Belgische Bio-
Schokolade



E11

Senf Pauli
DIY Senf Set



E12

Viani
Miele Italiano di
Millefiori



E13

**Erlebnissenne-
rei Zillertal**
Preiselbeer
Birne-Chutney



E14

Wolfram Berge
Senf-Dill Sauce



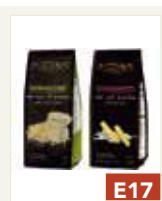
E15

Nessfino
Bauern Liptauer
Bio Gewürzmix



E16

Dmnor
Polarknäcke
Original



E17

**Ruwisch &
Zuck/Käsespe-
zialisten Süd**
Grissinette und
Scrocchi



E18

Staud's
Quitten Frucht-
aufstrich



E19

**Erlebnissenne-
rei Zillertal**
Marillen Chut-
ney



E20

Arktischer
Honig
Gourmetset
„Käse-Fan“



E21

Dr. Karg's
Bio Cracker
Cheese &
Onion



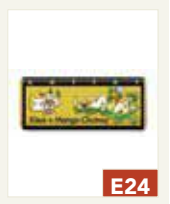
E22

Dr. Karg's
Bio Laugen-
Knäckebröt



E23

Wiberg
Marrakesch
Style Gewürz-
mischung



E24

Zotter
Käse + Mango-
Chutney Milch-
schokolade



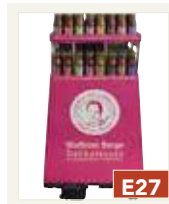
E25

Rabella
Frucht- und
Gemüseflocken



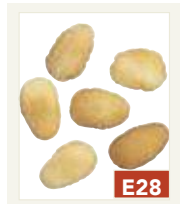
E26

Käse-direkt.de
Dolce di Ricotta
Pistazie, Kakao,
Limone, Scho-
kolade



E27

Wolfram Berge
Display zur
Präsentation
Grill- und Dip-
Saucen



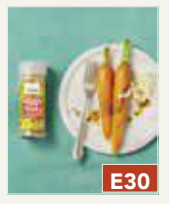
E28

Viani
Pan d'aria



E29

**L.W.C.
Michelsen**
Koriander
Honig



E30

Herbaria
Bio Gewürze
Veggi Kick



E31

Wolfram Berge
Kornblumen-
blüten mit Rosa
Kristallsalz &
Bärlauch



E32

**Ostmann
Gewürze**
Fruity Burger
Relish



E33

Wiberg
Bio-Ursalz
Kräuter,
Basilikum Öl,
Distel-Öl



E34

Wiberg
Würzmischung
Lemon-Chili-
Pepper



E35

Wiberg
Gewürzsatz
Afrika Style



E36

Wolfram Berge
Thekendisplay
für Grill- und
Dipsaucen



E37

La Selva
Bio-Pesto
al limone



E38

Viani
Maxi Cracker
Basil

VORSCHAU

■ Die nächste **KÄSE-THEKE** erscheint im März 2025

Käse und Brot sind dank ihrer reichhaltigen Nährstoffe nicht nur echte Powerprodukte, sie bieten auch schmackhafte Kombinationen: Zum Frühstück, als Pausensnack und zum Abendessen oder zu Verkostungen. Wir zeigen Ihnen mehr als die klassische Käsestulle und worauf bei der Zusammenstellung zu achten ist.



Foto: colourbox.de

Kulturen und Schimmel für besondere Aromen: Käse unter der Lupe. Zur Herstellung werden Käsekulturen und spezielle Mikroorganismen eingesetzt. Sie spielen bei der Reifung in Bezug auf Geschmack, Textur und Aussehen eine besondere Rolle. Um das Käsearoma zu schützen und Käse auch vor unerwünschtem Schimmel zu schützen werden Schimmelpilze bewusst zur Reifung verwendet.

Ihre Ansprechpartner für weitere Informationen und Angebote:

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

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

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

★ MELDUNGEN ★

Comité Interprofessionnel du Gruyère de Comté

Hauptdarsteller Comté



Beim Filmfest in Hamburg (26.9. bis 5.10.2024) wurde der Comté-Film „Könige des Sommers“ (Originaltitel „Vingt Dieux“) zum Premierenfilm ausgewählt, nachdem er bereits in Cannes einen Preis abgeräumt hatte. Rund 1.200 Besucher sahen die Komödie der französischen Regisseurin Louise Courvoisier über die Liebe, das Landleben in der

Franche-Comté in all seiner Schönheit, aber auch in all seiner Rauheit. Der Film zeichnet ein authentisches Bild vom Leben auf dem Land und den Tücken, einen guten Käse herzustellen. Offizieller Kinostart für den Film in Deutschland ist der 6. Februar 2025.

IMPRESSUM

(ISSN 0940-208X)

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

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

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

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

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

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

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

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

Abonnentenbetreuung und Leserservice:

B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG,
Verlagsniederlassung München,
Garmischer Straße 7, 80339 München,
Ansprechpartner: Roland Ertl,
Tel.: 0 89/3 70 60-271,
Fax: 0 89/3 70 60-111,
E-Mail: r.ertl@blmedien.de
KÄSE-THEKE erscheint sechsmal im Jahr
im Zweimonatsrhythmus. Jahresbezugspreis
Inland 43,00 € brutto, Ausland 53,00 €,
Einzelheftpreis 8,10 €

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand: Hilden

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

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

Titelfoto: Switzerland Cheese Marketing

Beilage: Stimmzettel Theken-Lieblich

Geschäftsführer: Harry Lietzenmayer,
Stephan Toth, Björn Hansen



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

Europäischer Käse: Vielfalt und Qualität für eine Käsetheke, die begeistert

Europa gilt als die Wiege der Käseherstellung und ist bekannt für seine beeindruckende Sortenvielfalt und Qualität. In Frankreich bietet beispielsweise die Bandbreite der insgesamt über 1.200 Käsesorten, vom cremigen Brie de Meaux AOP über den Fourme d'Ambert AOP bis zum Comté AOP, genügend Auswahl aus jeder Käsekatégorie, um eine Käsetheke facettenreich und hochwertig zu bestücken. Es ist die Vielseitigkeit, die diese Käse zu genussvollen Alltagsbegleitern macht – ob in Form einer raffinierten Käseplatte, als winterliches Fondue mit Morbier AOP, Mimolette als Käse-Snack für zwischendurch oder mit einem Camembert zum Abendbrot.

Savoir-faire und Nachhaltigkeit

Neben ihrer außergewöhnlichen Geschmacksvielfalt überzeugen französische Käsesorten durch ihre enge Verbindung zur Region, in der sie hergestellt werden. Hinter jedem Stück Käse stehen engagierte Produzenten, die ihr traditionelles Handwerk perfektionieren und größten Wert auf Qualität, Lebensmittelsicherheit und Nachhaltigkeit legen – Werte, die auch bei Verbrauchern immer mehr geschätzt werden. Vertreten und unterstützt werden die Produzenten hierbei vom französischen Branchenverband CNIEL.

Die Zukunft im Blick: IDF World Dairy Summit setzt Impulse

Während des IDF World Dairy Summit im Oktober 2024 in Paris tauschten sich über 1.600 Branchenvertreter und Experten aus 62 Ländern über die zentralen Zukunftsthemen der Milchbranche aus: Nachhaltigkeit, Innovation und die Attraktivität der Berufe.

Ein Erfolg: Mit der Unterzeichnung der Pariser Erklärung zur Nachhaltigkeit verpflichtet sich die Branche zu einer umweltfreundlicheren Milchproduktion. Auch die französische Milchwirtschaft präsentierte ihre innovativen Ansätze zur Reduktion des ökologischen Fußabdrucks und zur Effizienzsteigerung, etwa durch den Einsatz von KI. Ein französisches Start-up wurde für sein Verfahren zur Herstellung von Käse mit geringem CO₂-Ausstoß mit der Innovationstrophäe ausgezeichnet.

Mit Initiativen wie der Pariser Nachhaltigkeitserklärung sowie nationalen Nachhaltigkeitsprogrammen wie „France, Terre de Lait“ zeigt die Milchbranche, dass Tradition und Verantwortung für die Zukunft Hand in Hand gehen.

EUROPE Home of CHEESE

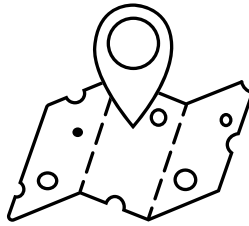
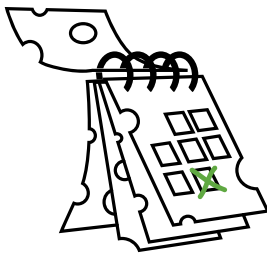


Rendez-vous nach deinem Geschmack

Französischem Käse in Deutschland

2/3 der Deutschen
essen französischen Käse

mindestens einmal pro Woche.



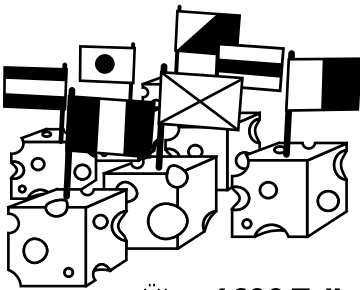
79%
der Deutschen

achten beim Käsekauf auf
die geografische Herkunft.

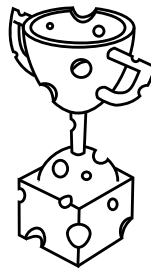
Qualitätsimage: Die französische Milchwirtschaft

genießt generell ein hohes Ansehen,
das auf kulinarischem und traditio-
nellem Erbe sowie echtem Know-
how beruht.

Voller Erfolg beim IDF World Dairy Summit 2024



Über **1600 Teilnehmer*innen**
aus **62 Ländern.**



10 IDF Dairy Innovation Awards
für die Förderung von Spitzen-
leistungen und Innovationen in der
globalen Milchindustrie.

Kernthemen

- ☒ Nachhaltigkeit
- ☒ Technologie & Digitalisierung
- ☒ Produktinnovationen
- ☒ Attraktivität der Berufe



Highlight: Unterzeichnung der
„Pariser Nachhaltigkeitserklärung“ zur
Erreichung des SGN2 der Agenda 2030.

▲ FREIFELD FÜR POSTVERSAND ▲

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

Aktuell & kostenlos.
Infos zum Thema Käse.



Jetzt anmelden unter
www.kaeseweb.de



Käse *immer ein Genuss!*
WEB

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