www.milch-marketing.de

Milch-Marketing

Heft 8
August 2014

PRODUKTE · MÄRKTE · TRENDS · KONZEPTE

KOMPAKT

www.moproweb.de

Käse wird ausgegliedert

Mondelez International (ehemals Kraft Food) gliedert in Europa sein Käsegeschäft aus und verselbständigt diese Sparte zusammen mit den Soßen. Das nährt Spekulationen über den Verkauf der gesamten Käsesparte.

Käsemarkt legt weiter zu

Im Jahr 2013 ist der Käsemarkt in Deutschland weiter leicht gewachsen. Mit einem Plus von rund zwei Prozent stieg die hergestellte Käsemenge auf 2,412 Mio. t. Alleine in Niedersachsen wurden rund 592.000 t Käse produziert. Das entspricht etwa einem Viertel der gesamtdeutschen Herstellung.

Nur noch Penny in Italien

Die Rewe Group zieht sich aus dem Vollsortimentgeschäft in Italien zurück. 53 „Billa"-Märkte gehen an ein italienisches Tochterunternehmen des französischen Handelsunternehmens Carrefour. Künftig will man sich in Italien ganz auf die Weiterentwicklung der erfolgreichen Discount-Vertriebslinie „Penny" konzentrieren, heißt es in einer Pressemeldung. Die 311 Standorten ist der Discountableger der Rewe in Italien derzeit präsent.

Anuga präsentiert in der Türkei

Die Kölnmesse wird vom 14. bis 16. Mai 2015 zum ersten Mal eine eigene Messe in der Türkei veranstalten. Mit der „Anufood Eurasia – powered by Anuga", will die Kölnmesse ihre Internationalisierungsstrategie vorantreiben, heißt es. Organisiert wird die Messe in Kooperation mit dem türkischen Messeveranstalter Reed Tüyap, einem Joint Venture des internationalen Messeunternehmen Reed Exhibitions und dem Betreiber des Istanbuler Messegeländes Tüyap, das auch für die Veranstaltung genutzt wird.

Epta langt in England zu

Kühlmöbelhersteller Epta hat mit der Cold Service eines der führenden britischen Kältetechnik-Unternehmen übernommen. Der Kühl- und Klimaanlagenhersteller wurde 1946 gegründet und betreut Kunden wie Marks & Spencer, Forenum & Mason, Waitrose und Morrisons. Epta Deutschland gehört zum italienischen Epta-Konzern mit Sitz in Mailand und erwirtschaftet einen Umsatz von über 650 Mio. Euro im Jahr – davon 100 Mio. Euro in Deutschland.

Neuerscheinung

Käsekultur in Vorarlberg

„Von der Alp auf den Teller – Käsekultur in Vorarlberg" lautet der Titel des jetzt erschienenen und von Josef Rupp, Geschäftsführer der Privatkäserei Rupp, herausgegebenen Buches. Wie der Titel schon verrät, dreht sich in diesem Buch alles um die Käsekultur im Westen Österreichs. Autor Kurt Bracharz erklärt u. a., was den Vorarlberger Alpkäse so besonders macht, warum die Käseherstellung in Vorarlberg einen so hohen Stellenwert hat und informiert über die Naturverbundenheit sowie die harte Arbeit der dort lebenden Menschen. Viele Rezepte und stimmungsvolle Fotos machen das Buch zu einer Hommage an das Alpwesen und seinen Käse.

Das Buch ist auch in einer englischen Version („From the Mountains to the Table") erhältlich, hat einen Umfang von 220 Seiten und kostet 39,95 Euro. ISBN: 978-3-7066-2268-5. Weitere Informationen unter www.loewenzahn.at

Bei diesem neuen Buch erfährt der Leser (fast) alles über die Käsekultur in Vorarlberg

Pflichttermin für Käsekenner und -liebhaber aus dem Food- und Lebensmittel-Einzelhandel: Die Käsebörse bei Heiderbeck in Puchheim.

Heiderbeck

Käsebörse in Puchheim

Statt auf der InterMopro in Düsseldorf trifft sich die Käsebranche in diesem Herbst in Puchheim bei München. Gastgeberin ist die „heiderbeck Käse vom Feinsten GmbH". Die jährlich stattfindenden Hausmessen von Heiderbeck im Puchheimer Kulturcentrum sind immer ein ganz besonderes Branchenevent, das viele Einkäufer und Verkaufsverantwortliche aus den regionalen und teilweise auch nationalen Handelszentralen sowie den regionalen und lokalen Facheinzelhandel anzieht. In diesem Herbst, vom Samstag, den 13., bis Montag, den 15. September, stehen wieder viele Neuheiten, Klassiker und trendige Spezialitäten im Mittelpunkt der Ausstellung. Und auch die inzwischen erweiterte Range „SB-trendfood" – das sind ausgesuchte Käsespezialitäten für das SB-Kühlregal – dürfte wieder auf großes Interesse beim Einzelhandel stoßen. Begutachtet und verkostet können nämlich u. a. vegane Aufstriche und Tapenaden sowie spanische Feinkost, Desserts und italienische Frischpasta.

Die Börse ist an allen drei Tagen von 10 bis 18 Uhr geöffnet. Mehr Infos gibt's im Internet unter www.heiderbeck.com

Edeka-Zentrale

Ohne Gentechnik bei Eigenmarken

Die Hamburger Edeka-Zentrale ist neuer Partner im Verband Lebensmittel ohne Gentechnik. Der Verband war im März 2010 in Berlin mit 32 Mitgliedern im Beisein der früheren Landwirtschaftsministerin Ilse Aigner gegründet worden. Ein spezielles Siegel „Ohne Gentechnik" wurde bereits zuvor im August 2009 eingeführt. Mitglieder des VLOG sind Landwirte sowie auch eine der größten Molkereien der Welt. GVO-freie Lebensmittel haben zwar bisher meistens nicht die Erwartungen erfüllt, die in sie gesetzt wurden. Aber dennoch gibt es in diesem Segment weitere Initiativen, nachdem bereits im September 2010 die Edeka Regionalgesellschaft Nord eine Eigenmarke für Milchreisprodukte vorgestellt hatte, die aus Milch von Kühen ohne GVO-Futter hergestellt werden. Jetzt will auch die Edeka national gentechnikfrei gelabelte Produkte anbieten. Der Start soll auch hier zunächst mit den eigenen Marken erfolgen, heißt es dazu aus Hamburg.

KOMPAKT

Bärenmarke

Der Milchbär kommt jetzt auch ins Kinderzimmer

Unter dem Markenlabel „Bärenmarke" der Bärenmarke Vertriebsgesellschaft, einem Tochterunternehmen von Hochwald, werden jetzt auch Nonfooditikel angeboten. Bereits im letzten Jahr hat die The Toy Company (TTC), ein Tochterunternehmen der Vedes AG, Nürnberg, die Lizenz für die Verwendung des Bärenmarke-Logos auf Spielzeug erworben und bietet mittlerweile ein umfangreiches Sortiment an. Dieses umfasst Artikel in den Preislagen von 4,99 Euro bis 49,99 Euro. Darunter gibt es zum Beispiel einen Standmixer (14,99 Euro), einen Kaffeeautomaten und eine Kaffeemaschine (je 19,99 Euro) sowie als Highlight eine komplette Bärenmarke-Spielküche (49,99 Euro). Natürlich gehört auch der tapsige Bärenmarke-Bär als Plüschtier selbst zur Produktpalette und ist in der Größe 25 cm zum UVP von 12,99 erhältlich.

Auch einen Kaffeeautomaten gibt's mit dem Label „Bärenmarke"

Cono Kaasmakers

Die grünste Käserei der Welt

In Beemster, einem kleinen Dorf inmitten der Provinz Nord-Holland, lief kürzlich erstmalig Milch durch die Leitungen der „grünsten Käserei der Welt", einer nachhaltig wirtschaftenden, dabei prächtig anzusehenden, langen und flachen Produktionsstätte aus viel Holz und Glas. Eigentümerin und Bauherrin ist die Genossenschaft Cono Kaasmakers, Hersteller der Premium-Käsemarke Beemster. Die neue Molkerei ist Höhepunkt einer langjährigen Planung, mit besonderem Fokus auf Nachhaltigkeit und Einbettung des modernen Gebäudes in die umliegende Unesco-geschützte Beemster-Landschaft.

Cono Kaasmakers, die kleine nordholländische Traditionskäserei, verankert mit dem Bau der „grünsten Käserei der Welt" ihre Nachhaltigkeitsphilosophie nun auch fest und umfassend in ihrer Käseerzeugung: Modernste Technik und fortschrittliches Wissen sorgen dafür, dass Beemster-Käse hier zukünftig auf nachhaltige Weise erzeugt wird. Denn bei der Milcherzeugung auf den Bauernhöfen ist Cono Kaasmakers mit dem Nachhaltigkeitssystem „Caring Dairy" bereits seit rund sieben Jahren Vorreiter in Sachen Tierwohl und Rücksichtnahme. Hiermit schließt die Premium-Käserei eine weitere Lücke in der Wertschöpfungskette in ihrem Bestreben, den Weg von der Kuh bis zum Käse Schritt für Schritt nachhaltig zu gestalten.

Weitere zwei bis drei Jahre lang wird in der alten und der neuen Produktionsstätte parallel gearbeitet, und zwar so lange, bis die hohe Qualität, der exzellente Geschmack und die typische Geschmeidigkeit von Beemster garantiert werden können.

Old Amsterdam
Gereifter Käse zum Schneiden!

Das ist es, was Essen von Genießen und Gut von Großartig unterscheidet. Im Gegensatz zu anderen lang gereiften Käsesorten ist Old Amsterdam weder bröckelig noch trocken. Auch das macht den Unterschied!

Old Amsterdam passt perfekt zu jeder Käseplatte, zum Abendbrot ebenso wie zu einem genüsslichen Lunch am Wochenende.

www.oldamsterdam.de

Old Amsterdam

Epta langt in England zu

Kühlmöbelhersteller Epta hat mit der Cold Service eines der führenden britischen Kältetechnik-Unternehmen übernommen. Der Kühl- und Klimaanlagenhersteller wurde 1946 gegründet und betreut Kunden wie Marks & Spencer, Fortnum & Mason, Waitrose und Morrisons. Epta Deutschland gehört zum italienischen Epta-Konzern mit Sitz in Mailand und erwirtschaftet einen Umsatz von über 650 Mio. Euro im Jahr – davon 100 Mio. Euro in Deutschland.

Milch-Marketing, 15.08.2014