

Vier Käse-Kaiser für Berglandmilch

Hohe Auszeichnungen für einige österreichische Molkerei-Genossenschaften: Berglandmilch mit ihren Marken Schärdinger, Sirius oder Tirol Milch. Gleich vier der begehrten Auszeichnungen „Käse-Kaiser 2013“ konnten mit nach Hause genommen werden. Nominiert und gewonnen hatten die Produkte: Schärdinger Gervais Natur (Kategorie Frischkäse), Schärdinger Raclette (Schnittkäse würzig-kräftig) und Österkron (Weichkäse). Als Käseinnovation des Jahres wurden die neuen Sirius Weichkäse-Stangerl mit Rotkultur ausgezeichnet, die auch schon Gewinner des Staatspreises für ökologische Verpackung waren.

Mit der „Selection“ wieder an die Spitze

Grandioses Comeback des Käseaffineurs Walo von Mühlenen beim World Cheese Award 2012 in Birmingham. Nachdem die Familie sich 2011 vom gleichnamigen Unternehmen getrennt hatte, stellte sie ihr neues Sortiment unter der Marke Selection Walo von Mühlenen den Juroren beim World Cheese Award vor. Ergebnis: Gleich drei Käse dieses Sortimentes schafften es in die Finalrunde. Kein anderer Hersteller konnte so viele Käsesorten in die Finalrunde bringen. Auch wenn es am Schluss für den Weltmeistertitel nicht ganz reichte – es fehlten nur fünf Punkte – so ist es doch ein bemerkenswertes Ergebnis für ein so junges Sortiment.

Weniger Arbeitsplätze an drei Standorten

FrieslandCampina Deutschland beabsichtigt, in den kommenden Monaten und Jahren massiv in ihre deutschen Werke und deren Infrastruktur sowie in die Kernmarke „Landliebe“ zu investieren. Die Werke in Köln, Gütersloh und Heilbronn sollen modernisiert, Prozesse in Produktion und Verwaltung optimiert und somit Kosten reduziert werden. Ziel des Investitionsprogramms ist es, die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens in Deutschland zu stärken. Der hart umkämpfte deutsche Markt für Molkereiprodukte macht es laut FrieslandCampina notwendig, weitere Anpassungen vorzunehmen. In diesem Zusammenhang sollen auch rund 230 Arbeitsplätze an den drei Standorten Köln, Gütersloh und Heilbronn abgebaut werden. Auf Werksschließungen werde aber verzichtet.



Milchprodukte hinter Glas. Im neuen Edeka-Markt von Hundrieser in Essen ist das aus der Tiefkühlpräsentation bekannte Kühlmöbel gekonnt in Szene gesetzt. (Foto: Schweitzer AG, Naturns)

Edeka Hundrieser, Essen

Die Frische genießt weiterhin hohe Priorität

Der Familienbetrieb Hundrieser hat in Essen an einem der wohl attraktivsten Standorte – direkt am Beginn der Rüttenscheider Straße – einen ca. 2.000 qm großen Edeka-Markt eröffnet. Einmal mehr dominieren in diesem zeitgemäßen Supermarkt die Frischwaren. Allen voran Fleisch und Wurst, Fisch und Feinkost und natürlich auch Käse und Molkereiprodukte. Letztere werden in einem Kühlregal hinter Glas angeboten. Das aus der Tiefkühlkost-Abteilung bekannte Kühlmöbel hat nicht nur Befürworter im Lebensmittel-Einzelhandel, findet aber immer häufiger Anwendung. Überzeugend ist vor allem die

geschlossene Kühlung, die erheblich Energiekosten einspart. Bemerkenswert: In der neuen Essener Hundrieser-Filiale haben die Architekten dem gesamten SB-Kühlregal durch einen Vorhang in Kettenoptik über den Regalen eine optisch sehr exklusive Note verliehen.

Überhaupt wirkt der Markt, der von Schweitzer Ladenbau geplant und eingerichtet wurde, insgesamt modern und atmosphärisch. In der gesamten Frische ziehen sich die Massivholzleisten als durchgängiges Deckenelement durch, die je nach Bereich in verschiedensten geometrischen Formen umgesetzt wurden.

Wer sind Deutschland kreativste Käsethekenteams?

Stadt, Land, Käse

Tagtäglich stehen weit über 100 Käsesorten und -marken im Wettbewerb und buhlen um die Gunst der Kunden. Kreative Verkaufsaktionen sind nicht nur beim Publikum beliebt, sondern auch immer der Garant für mehr Umsatz. Aber welche Aktionen sind besonders erfolgreich? Welches Thekenteam organisiert die kreativsten Themen- oder Länderaktionen mit den in- und ausländischen Käsen? Das sind die Herausforderungen des diesjährigen Kreativ-Award International. Mitmachen kann jede Bedienungsabteilung, die eine Aktion mit einem oder mehreren Käsen aus einem europäischen Land erfolgreich durchgeführt hat. Die jeweils besten länderbezogenen Aktionen werden im Herbst 2013 von der Fachzeitschrift KÄSE-THEKE sowie den Sponsoren dieses Wettbewerbs auf einer großen Käse-Gala mit dem „Kreativ-Award International“ ausgezeichnet.

Der Startschuss für den Thekenwettbewerb ist jetzt im Januar 2013. Einsendeschluss ist der 31. Juli. Wer mitmachen und seinen Umsatz an den Käse-Bedienungstheken ankurbeln will, sollte die Bewerbungsmappe mit allen wichtigen Informationen jetzt bei Thorsten Witteriede anfordern. Per E-Mail: tw@bueckermedien.de oder per Telefon unter 0 26 33/45 40-20.



Sieben europäische Käseaktionen fordern die Thekenteams aus dem Lebensmittel-Einzelhandel zum Aktionswettbewerb auf. Die Besten dürfen ein Jahr lang mit dem „Kreativ-Award International“ bei ihren Kunden werben.