

SEPTEMBER 2023

# KOMPAKT

# ÖSTERREICH



ANZEIGE



## SEITE 6

Österreichische Produkte genießen bei deutschen Konsumenten einen guten Ruf. Christina Mutenthaler-Sipek berichtet über die Bedeutung der Exporte und die Besonderheiten der Milchwirtschaft in der Alpenrepublik.



## SEITE 16

Bei einer Fachexkursion der AMA Bio bekamen deutsche Käsefachberater und -trainer Einblicke in die österreichische Bio-Käsewelt.

**SalzburgMilch**  
DIE PREMIUM MILCHMACHER

## WIR SIND EUROPAS NR. 1

## SPEZIALMILCHMACHER.

**milch.com**

# Milch- Marketing & KÄSE- THEKE

Ein Supplement  
der Zeitschriften



# EIN HERZ FÜR KÄSE

## TERMINBOX

BILDUNGSREISE NIEDERLANDE  
KÄSE SOMMELIER VERBAND

1. - 3.10.2023

KÄSESOMMELIERABEND IN WIESELBURG  
VEREIN KÄSESOMMELIERS ÖSTERREICH

4.5.2024

2. KLASSENTREFFEN DER KÄSESOMMELIERS  
KÄSE-THEKE

2025

EINE GEMEINSCHAFTS-KAMPAGNE VON



## INHALT



# DIE NORMALEN TRENDS

In Deutschland lauteten während der Pandemie die Trendthemen: mehr Regionalität, mehr Produkte aus deutschen Ländern, mehr Bio-Lebensmittel, mehr Fokus auf die Nachhaltigkeit und das Tierwohl. Wenn wir aber einen Blick über die Landesgrenzen hin nach Österreich wenden, sehen wir, dass unsere Trends dort ein recht normales Verbraucherverhalten darstellen.

Die Kühlregale und Bedienungstheken sind zum Großteil mit österreichischen Milchprodukten sowie Käse bestückt und werden nur punktuell mit Lebensmitteln internationaler Hersteller ergänzt. Das Thema Regionalität wird beispielsweise in den Bundesländern Vorarlberg und Tirol – mit ihren regional agierenden Supermarkt-Ketten – unterstützt und Produkten sowie Marken aus der Region eine Plattform gegeben. Zudem nennt sich Österreich Bio-Europameister und seine Molkereien haben ihre Nachhaltigkeitsstrategien bereits seit Jahren in die tägliche Arbeit integriert. Und die Erfolgsgeschichte Heumilch hat in unserem Nachbarland ebenfalls seinen Ursprung.

Auch wenn die Inflation den österreichischen Kunden ebenso zusetzt und zu einem geänderten Konsumverhalten – hin zu mehr Eigenmarken und zum Discount – führt, bleiben die sogenannten Trendthemen für ihn ein fester Bestandteil seines Einkaufs: Günstig ja, aber bitte nachhaltig aus Österreich.

THORSTEN WITTERIEDE

tw@blmedien.de

<b>Österreichs Außenwirtschaft in Zahlen</b> .....	4
<b>Im Gespräch mit Christina Mutenthaler-Sipek</b> .....	6
<b>Ausgezeichnete Käse</b> .....	10
<b>Auf Heumilch-Studienreise</b> .....	12
<b>Newcomer und alte Hasen aus Tirol</b> .....	14
<b>Bio aus Österreich unter die Lupe genommen</b> .....	16
<b>So isst Österreich</b> .....	18

### Herstellerportraits

Concept fresh.....	20
Gmunder Milch.....	21
Salzburg Milch.....	22
Käserebellen.....	23
ErlebnisSennerei Zillertal.....	24
Vorarlberg Milch.....	25
Gebr. Woerle.....	26

### Meldungen

AMA-Forum zur Milchwirtschaft.....	27
Die Käsemacher zeichnen Partnerbetriebe aus.....	27
Ausgezeichnete Qualität der Kärntnermilch.....	27
Förderung der Rolle von Frauen bei Hofer.....	28
MPPreis ergänzt die Geschäftsführung.....	28
Wechsel bei der Lidl-Einkaufsspitze.....	28
Tiefgang in die „Terra Mystica“.....	28
RollAma-Quartalszahlen.....	29
Neue Kartonverpackung der Gmunder Molkerei.....	29
Tierwohlmonitoring der Salzburg Milch gewürdigt.....	30
Neuordnung des Spar-Vertriebs.....	30
Mehrwert für die Region.....	30

## IMPRESSUM

### MM-Kompakt ist ein Supplement von Milch-Marketing & KÄSE-THEKE

**Verlag:** B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG, Verlagsniederlassung Bad Breisig, Tel.: +49 (0) 2633/4540-0, Internet: [www.milch-marketing.de](http://www.milch-marketing.de)

**Herausgeber:** Hans Wortelkamp

**Objektleitung:** Burkhard Endemann

**Redaktion:** Thorsten Witteriede, Ulrike Schmitz, Norbert Gefäller, Urte Modlich

**Grafik-Design:** Jeannette Knab

**Anzeigen:** Stefan Seul

**Titelfoto:** SalzburgMilch

**Druck:** Ortmaier-Druck GmbH, Frontenhausen

**Einzelpreis:** 6 Euro + MwSt.

# STEIGENDE ZAHLEN



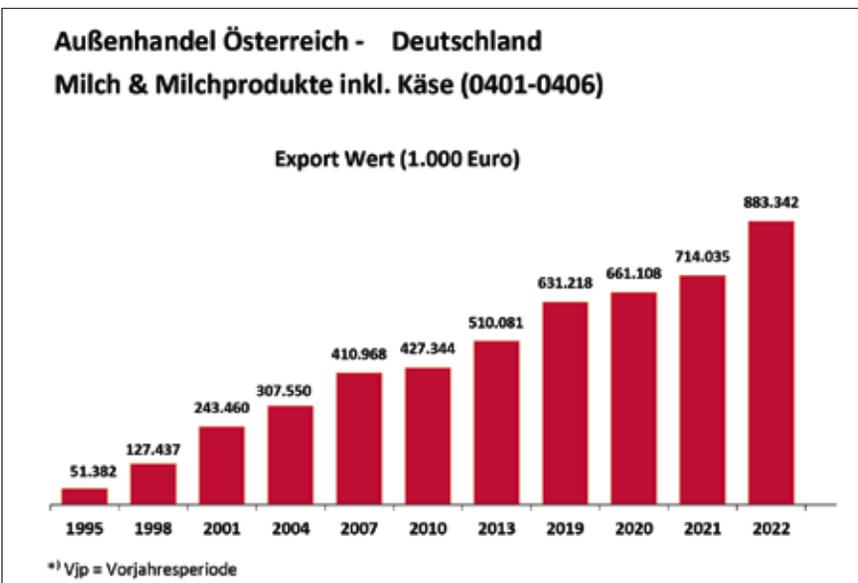
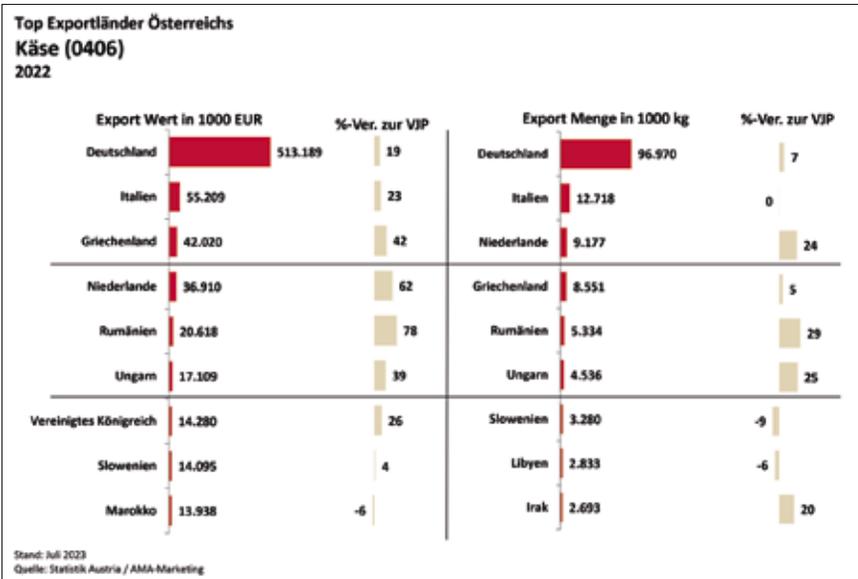
Foto: AdobeStock.com/Sonja Rachbauer

**ÖSTERREICHS AGRARISCHER AUSSENHANDEL GEWINNT STETIG AN BEDEUTUNG. DIE PRODUKTE SIND INSBESONDERE IN GEOGRAFISCH NAHEN ZIELMÄRKTEN BELIEBT – VOR ALLEM BEIM NACHBARN IN DEUTSCHLAND.**

Die steigenden Export-Zahlen nach Deutschland zeigen, wie wichtig der hiesige Markt für Österreich ist. Mehr als ein Drittel der gesamten Agrarexporte gehen nach Deutschland: Der wertmäßige Anteil betrug im vergangenen Jahr 36,3 Prozent.

Milch und Molkereiprodukte im Wert von 883,34 Millionen Euro gingen auf den deutschen Markt. Das Plus von 23,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr basiert zwar in erster Linie auf den höheren Preisen, aber es ist auch eine leichte Mengensteigerung zu konstatieren. Wie rasant sich das Geschäft entwickelt hat, zeigt ein Blick in die Vergangenheit. So belief sich der Export nach Deutschland 1995 noch auf 51,38 Millionen Euro, während der Import aus Deutschland 71,33 Millionen Euro betrug. Auch 1998 war die Außenhandelsbilanz mit dem großen Nachbarn noch negativ, ehe sie rund um den Jahrtausendwechsel drehte. Im vergangenen Jahr standen den 883,34 Millionen Euro Importe im Wert von 638,72 Millionen Euro gegenüber.

Käse ist Österreichs wichtigstes Außenhandelsprodukt im Milchbereich. Nach Deutschland wurden 2022 Erzeugnisse im Wert von 513,2 Millionen exportiert – das entspricht einem Plus von 18,6 Prozent. Die Menge stieg um sieben Prozent auf fast 97 Millionen Kilogramm. Damit liegt Deutschland mit weitem Abstand an der Spitze. Auf dem zweiten Platz liegt Italien mit 55,21 Millionen Euro und 12,72 Millionen Kilogramm. Es folgen Griechenland im Wert und die Niederlande in der Menge. Auch ein Blick auf die Entwicklung des Käseexports nach Deutschland lohnt sich. Denn während 1995 die Menge bei 3,79 Millionen Kilogramm und der Wert bei 14,76 Millionen Euro lagen, waren es im Jahre 2010 bereits 45,88 Millionen Kilogramm und knapp 200 Millionen Euro. *ng*



Quelle: Statistik Austria/AMA-Marketing

# „BIO-PRODUKTE TROTZEN DER KRISE“



CHRISTINA MUTENTHALER-SIPEK BETONT, DASS DIE ÖSTERREICHISCHEN MOLKEREIEN IM BEREICH NACHHALTIGKEIT ZU DEN VORREITERN IN EUROPA ZÄHLEN.

## **DEUTSCHLAND IST DER MIT GROSSEM ABSTAND WICHTIGSTE ZIELMARKT FÜR ÖSTERREICHISCHE AGRARPRODUKTE. DAS ZEIGEN STEIGENDE EXPORT-ZAHLEN – AUCH FÜR MILCH UND MOLKE-REIPRODUKTE.**

Qualitative Umfragen haben ergeben, dass österreichische Produkte in der deutschen Bevölkerung einen guten Ruf genießen. Entsprechend groß ist das Gewicht des hiesigen Marktes für österreichische Käsereien und Molkereien. **Milch-Marketing** sprach mit Christina Mutenthaler-Sipek, der Geschäftsführerin AMA-Marketing, über die Bedeutung der Exporte, aber auch über die Besonderheiten der Milchwirtschaft in der Alpenrepublik.

### **Milch-Marketing: 2022 war mit den Nachwirkungen der Pandemie und den Folgen des Ukraine-Krieges sehr herausfordernd für die Molkereibranche. Wie beurteilen Sie das erste Halbjahr 2023?**

**Christina Mutenthaler-Sipek:** Die österreichische Molkereibranche hat einige sehr herausfordernde Jahre in Folge hinter sich. Die Gründe dafür haben Sie bereits angesprochen. Der Druck am Markt war auch in der ersten Jahreshälfte 2023 groß. Die Preise sind in allen Bereichen nach unten gegangen. Wir haben noch keine aktuellen RollAMA-Zahlen zum ersten Halbjahr vorliegen, aber aus dem ersten Quartal 2023 wissen wir, dass sich die Konsumentinnen und Konsumenten bei Molkereiprodukten im mittleren beziehungsweise gehobenen Preissegment eher zurückgehalten haben.

### **Wie reagieren die österreichischen Hersteller von Käse und Milchprodukten auf die massiv veränderten Rahmenbedingungen?**

Die österreichischen Käsereien und Molkereien sind bemüht, die Milchmengen zu vermarkten und den Landwirtinnen und Landwirten einen stabilen Milchpreis zu ermöglichen. Sie beobachten das derzeitige Marktgeschehen und vor allem die Entwicklung im Bereich Handelsmarken sehr genau. Auf Produktebene zeichnet sich ab, dass immer mehr Hersteller in die Produktion höher verdellter Milchprodukte investieren.

### **Wie wichtig ist der Exportmarkt und welche Rolle spielt Deutschland dabei?**

Der agrarische Außenhandel gewinnt ungebrochen an Bedeutung. Immer mehr heimische Molkereien suchen im Ausland nach neuen Vertriebskanälen. Agrarprodukte aus Österreich punkten vor allem in geografisch nahen Zielmärkten; neun der top zehn Export-Länder liegen in Europa. Deutschland ist der mit großem Abstand wichtigste Zielmarkt für österreichische Agrarprodukte. Viele Produzenten haben erfolgreich Fuß gefasst und bauen die Partnerschaften mit den dortigen Händlern nun weiter aus. Das

unterstreichen nicht nur die steigenden Export-Zahlen – über ein Drittel der gesamten Exporte gehen nach Deutschland – sondern auch qualitative Umfragen. Österreichische Produkte sind in der deutschen Bevölkerung sehr hoch angesehen. Landwirtschaftliche Lebensmittel aus Österreich haben einen guten Ruf, vor allem das Aushängeschild Bergkäse. „Wenn ich sehe, dass ein landwirtschaftliches Lebensmittel aus Österreich kommt, gibt mir das ein gutes Gefühl“, so ein Zitat aus der Brandmeyer Studie 2022. Italien ist der zweitwichtigste Exportmarkt aus Österreich-Sicht.

### **Welche Potenziale sehen Sie im deutschen Markt?**

Deutschland ist der wichtigste Exportmarkt für österreichische Käsereien und Molkereien, der in Zukunft bestimmt noch mehr an Bedeutung gewinnen wird. 2022 wurden Milch und Molkereiprodukte im Wert von 883,34 Millionen Euro nach Deutschland exportiert – ein Plus von 24 Prozent gegenüber der Vorjahresperiode. Erfreulich ist dabei, dass es auch eine leichte Mengensteigerung gegeben hat und das Plus nicht nur aus den höheren Preisen resultiert. Käse ist Österreichs wichtigstes Außenhandelsprodukt im Milchbereich. Im Vorjahr wurde Käse im Wert von 513,2 Millionen nach Deutschland exportiert – das entspricht einem Plus von 19 Prozent. Die Menge stieg um sieben Prozent auf rund 97 Millionen Kilogramm.

### **Nachhaltigkeit in all ihren Facetten hat für die Molkereibranche in Österreich eine besondere Bedeutung. Glauben Sie, dass die schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen grundsätzlichen Einfluss auf die Einstellung haben?**

Die österreichischen Molkereien zählen im Bereich Nachhaltigkeit zu den Vorreitern in Europa. Immer mehr Unternehmen haben bereits nachhaltige, ökologische Energiekonzepte implementiert, um ihren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck zu reduzieren. Sie arbeiten energieeffizient sowie umweltschonend und leisten ihren Beitrag zum Klimaschutz. Die getätigten Investitionen basieren auf einer langfristigen, nachhaltigen Ausrichtung und sind keine kurzfristigen Entscheidungen, die sich von Jahr zu Jahr ändern. Auch in der AMA-Marketing und in unseren Qualitätsprogrammen spielen Nachhaltigkeit und Tierhaltung eine wesentliche Rolle. Das Futter für die Kühe stammt überwiegend aus der Region. Wird ergänzendes Futter zugekauft, muss es aus zertifizierten und kontrollierten Betrieben stammen. Es dürfen nur GVO-freie Futtermittel eingesetzt werden.

### **Bio-Produkte haben in Deutschland derzeit einen schweren Stand. Wie sieht das in Österreich aus?**

Bio-Produkte trotzen der Krise und entwickeln sich stabil – das kann man grundsätzlich sagen. Die Umsätze mit Bio-Lebensmitteln im österreichischen Lebensmitteleinzelhandel sind 2022 um 3,7 Prozent gestiegen, während die gekaufte Menge um 3,5 Prozent gesunken ist. Der Grund für den Rückgang der Mengen liegt



**Die im Sommer auf den weitläufigen Almwiesen grasenden Kühe sind mehr als nur ein perfektes Urlaubsfoto. Sie sind Teil einer nachhaltigen Milchwirtschaft und der Qualitätsprogramme der AMA-Marketing.**

unter anderem im wieder häufigeren Außer-Haus-Konsum nach Ende der Lockdowns. Vergleicht man die Zahlen mit dem Vor-Corona-Jahr 2019, dann ist ein klarer Aufwärtstrend zu sehen: Mengenmäßig gab es von 2019 bis 2022 eine Steigerung um 31,2 und wertemäßig um 42,7 Prozent. Der Bio-Anteil im Lebensmitteleinzelhandel hat 2022 mit 11,5 Prozent über alle Warengruppen hinweg einen neuen Höchststand erreicht. Die Konsumentinnen und Konsumenten halten Bio die Treue.

### Gilt das für alle Produkte?

Innerhalb der einzelnen Warengruppen gibt es deutliche Unterschiede bei den Bio-Anteilen: Besonders hoch sind sie bei Trinkmilch (29,5 Prozent) und Naturjoghurt (26,4 Prozent). Deutlich gestiegen sind die Bio-Anteile bei Fleisch und Geflügel (plus 16 Prozent von 2021 auf 2022), Frischobst (plus 12 Prozent) und Frischgemüse (plus 10 Prozent). Waren vor zehn Jahren die Motive für Bio-Einkäufe noch primär die Selbstfürsorge und der gute Geschmack, so greifen Konsumentinnen und Konsumenten heute stärker wegen Nachhaltigkeit, Klima- und Umweltschutz sowie Tierwohl in das Bio-Regal.

### Wie groß ist der Bio-Anteil in der Landwirtschaft?

Die Bio-Erfolgsgeschichte in Österreich lässt sich auch an den Produktionskennzahlen ablesen. Bio hat in Österreich eine fast hundertjährige Tradition: der erste Bio-Hof wurde 1927 in Kärnten registriert. 2022 wurden in Österreich bereits 24.196

Höfe biologisch geführt, was einem Anteil von 22,5 Prozent aller landwirtschaftlichen Betriebe entspricht – jeder fünfte Betrieb ist Bio. Die Bio-Betriebe bewirtschaften insgesamt 688.809 Hektar Fläche, das sind knapp 27 Prozent der gesamten landwirtschaftlichen Fläche. Seit 2015 ist die Anzahl der Bio-Höfe um 17 Prozent angestiegen und die biologisch bewirtschaftete Fläche um 25 Prozent gewachsen.

### Gibt es Zahlen zum Bio-Export nach Deutschland?

Wie sich speziell die Bio-Exporte entwickelt haben, lässt sich aus den Außenhandelsdaten leider nicht herausrechnen, da es für Bio keine eigenen Zollkapitel gibt. Wir rechnen damit, dass sich die Bio-Exporte nach Deutschland parallel zu den allgemeinen Lebensmittelexporten nach Deutschland entwickeln.

### Wie entwickeln sich die Alternativen für Milch und Molkereiprodukte in Österreich?

Nach einer Zeit hoher Wachstumsraten ist die Entwicklung der Milchmilitate in Österreich zurzeit etwas gebremst. Der wertmäßige Anteil der pflanzlichen Milchmilitate lag 2022 bei drei Prozent. Gegenüber 2021 gingen sowohl der Umsatz um 3,6 Prozent als auch der Absatz um 1,2 Prozent zurück. Zuvor wuchs der Bereich einige Jahre in Folge konstant. Vor allem während der Coronapandemie gab es mengenmäßige Steigerungsraten zwischen 20 und 34 Prozent. Der Bereich bleibt aber nichtsdestotrotz auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau. ng



**Besonders die Bergkäse aus Österreich sind bei deutschen Verbrauchern äußerst beliebt und somit ein wahrer Exportschlager österreichischer Käsereien.**



**QUALITÄT  
HAT HIER  
NATÜRLICH  
TRADITION.**



**LAND DER BERGE**  
AGRARMARKT AUSTRIA

Wasser ist im Land der Berge von natürlicher Reinheit. Diese Reinheit des Wassers, die Reinheit der Natur insgesamt, ist ein wesentlicher Grund für die besondere Qualität der Lebensmittel aus den Alpen. Kristallklare Gebirgsbäche und natürliche Quellen speisen die Flüsse und Seen des Landes. Die meisten dieser Seen haben Trinkwasserqualität. Auch das Leitungswasser ist Grund- oder Quellwasser von ursprünglicher Reinheit. Dies ist ein unschätzbare Vorteil, auch für die Landwirtschaft. Wasser ist Leben – und es ist auch Lebensmittel. Ob Bergkäse, Speck oder die vielen anderen Spezialitäten aus dem Land der Berge: Gemeinsam ist ihnen ihre Herkunft und die reine Natur, mit der sie hergestellt werden.

[www.ama.global](http://www.ama.global)

# AUSGEZEICHNETE QUALITÄT

**VIELE HERSTELLER HABEN EINEN ANSPRUCH AUF DEN BESTEN KÄSE. UM SICH NATIONAL WIE INTERNATIONAL ZU MESSEN GIBT ES IN ÖSTERREICH MEHRERE KÄSE-WETTBEWERBE. DIE WICHTIGSTEN STELLEN WIR VOR.**



**Aussehen von Teig und Rinde, Geruch und Geschmack sind die wichtigsten Bewertungskriterien der Wettbewerbe.**

Prämiert werden die schmackhaften, bestaussehenden oder die innovativsten Käsesorten. Zu den wichtigsten Veranstaltungen gehören der AMA-Käsekaiser, die internationale Käsiade sowie die internationale Almkäseolympiade wo österreichische Käsesorten auf den Podesten stehen und prämiert werden.

Der **AMA-Käsekaiser** wird jedes Jahr von der Agrarmarkt Austria Marketing (AMA) ausgetragen. Diese Auszeichnung für heimische Käsesorten ist ein wesentlicher Beitrag zur Förderung der Qualität und heimischen Käsekultur. Jeder Käseproduzent hat die Möglichkeit, seine Produkte

einzureichen. Anschließend erfolgt die Bewertung mittels eines zweistufigen Juryverfahrens. Die internationale Jury setzt sich aus Käsesommeliers und -experten zusammen. Sie bestimmen am ersten Tag aus den Käse-Einsendungen eine engere Käse-Auswahl. Dabei werden Eigenschaften wie Aussehen, Konsistenz, Geruch und Geschmack bewertet. Am zweiten Tag wählen daraus Käsemeister aus dem In- und Ausland die Gewinner. In einer eigenen Kategorie wird dabei auch der beste Export-Käse nach Deutschland bewertet. Am 23. November dieses Jahres findet in der Grazer-Helmut-List-Halle eine feierliche Gala statt, bei der die besten Käse

und deren Hersteller mit dem Käsekaiser ausgezeichnet werden.

Bei der **internationalen Käsiade** in Hopfgarten im Brixental werden neben Käse aus Österreich auch Käse aus Ländern wie Italien, Frankreich und den Niederlanden von einer international besetzten Jury bewertet. Der Wettbewerb findet alle zwei Jahre statt und wird vom Verband der Käsererei- und Molkereifachleute ausgerichtet. Mit auf die Treppchen kommen unter anderem auch die besten Milchprodukte, wie Butter, Topfen (Quark) und Frischkäse. Sie werden mit Gold-, Silber- und Bronzemedailles prämiert. Die 16. Internationale Käsiade findet in diesem Jahr vom 19. bis 21. Oktober statt. Infos unter [fachleuteverband.at](http://fachleuteverband.at)

Mehr als 100 Senner aus Österreich, Deutschland, Italien, Liechtenstein und der Schweiz kämpfen in diesem Jahr bei der **internationalen Almkäseolympiade** um die begehrten Siegeltitel. Die Qualitätskriterien für die Teilnahme an diesem Wettbewerb sind streng. Der Fachjury dürfen nur Rohmilchkäse aus frischer Alpenmilch präsentiert werden. Die Käse müssen auf einer eingetragenen, bewirtschafteten Alm hergestellt, unterschiedlich lange gereift sein, um ihr typisches Aroma und Aussehen zu entwickeln. Käse-Experten aus Industrie, Handel, und Ausbildung aus Österreich, Südtirol, Deutschland und der Schweiz übernehmen die Bewertung. Die Galtürer Sennerharfe wird am dann 30. September im Sport- und Kulturzentrum in Galtür an die besten Käse in Gold, Silber und Bronze vergeben. Infos unter [galtuer.com/de/Events/](http://galtuer.com/de/Events/) us



# Prämierte Käsespezialitäten



TIROLER BERGKÄSE G.U.  
WEINZIRLER



TIROLER  
FELSENKELLER KÄSE



ALPZIRLER • KAISER MAX  
TIROLER ADLER



TIROLER ADLER

TIROL MILCH, EHRlich GUAT!

In diesen Käsespezialitäten verbindet sich die **Tirol Milch** Käsetradition, das Können unserer Käsemeister sowie die einzigartige Bergbauernmilch-Qualität aus der Alpenregion Tirol.





# AUF HEUMILCH-STUDIENREISE IM BREGENZERWALD

**27 TEILNEHMER AUS DEM DEUTSCHEN LEBENSMITTELEINZELHANDEL FOLGTEN MITTE JUNI DER EINLADUNG DER ARGE HEUMILCH UND INFORMIERTEN SICH IM BREGENZERWALD ÜBER DIE HEUWIRTSCHAFT UND DIE PRODUKTION VON VIELFÄLTIGEN HEUMILCH-KÄSESPEZIALITÄTEN.**

„Den besten Einblick erhält man mit persönlichen Einblicken direkt vor Ort,“ ist sich Christiane Mösl, Geschäftsführerin der Arge Heumilch sicher. Deshalb lud sie Fachberaterinnen und Thekenmitarbeiterinnen aus dem Lebensmitteleinzelhandel zur Studienreise in die Heumilchregion Bregenzerwald. Auf dem Programm stand ein Besuch der Vorarlbergmilch, wo Geschäftsfüh-

rer Raimund Wachter und das Vertriebsteam um Michael Schatzmann unter dem Motto „Heumilchkäse und seine Freunde“ lokale Spezialitäten wie Surakäs und Rässkäs, aber auch bekannte Käsespezialitäten wie den Bergkäse oder den Schnittkäse „Arlberger“ mit passenden Getränken und Beigaben präsentierten. Der Vortrag „Heuwirtschaft und ihre Bedeutung für die alpenländische

Käsetradition“ stellte die Besonderheiten der Käseproduktion mit Heumilch vor, die sich abends beim Kässpätzle-Genuss erschmecken ließen.

### Käseproduktion auf 1.400 Metern Seehöhe

Besonders beeindruckt zeigten sich die Teilnehmer vom Besuch auf der Alpe Steris auf 1.441 Metern Seehöhe, bei dem sich der junge Senn während der Käseherstellung über die Schulter schauen ließ, während Äplerin Andrea Schwarzmann von der Arbeit auf der Alpe und deren nachhaltige Bedeutung für die Region erzählte. „Wir arbeiten jeden Tag für den Erhalt unserer Landschaft und die Produktion gesunder, nachhaltiger Lebensmittel. Es ist schön, wenn das Fachpublikum so viel Interesse zeigt und das zu würdigen weiß.“ Ein Interesse, das wohl gegenseitig war, auch die Kühe auf der Alpe waren neugierig auf die Besucher.

Nachhaltige Grünlandbewirtschaftung im Berggebiet bringt zahlreiche Vorteile für Klima, Artenvielfalt und Tiergesundheit. Alma-Vertriebsleiter Christof Abbrederis erklärte die Dreistufen-Landwirtschaft der Heumilchbäuerinnen und Bauern im Bregenzerwald, die ein gelebtes Unesco-Weltkulturerbe ist. Zurück im Tal wurden weitere Käsespezialitäten im Bregenzerwälder Käsekeller in Lingenau verkostet, während Christina Rusch interessante Einblicke in die Bregenzerwälder Käsestraße gab.

### Heumilchbauern als Energiepioniere

Ursprünglich und doch zeitgemäß präsentierte sich die Heumilchproduktion schließlich auf dem Bauernhof von Anton und Maria Giselbrecht, wo sich die Reisegruppe ein Bild von moderner Heutrocknung mittels photovoltaik-betriebener Trocknungsanlage machte. Nach der stimmungsvollen Bewirtung mitten im Laufstall bildete ein Besuch der Sennerei Sulzberg, die zu den Käseebellen gehört, den Abschluss der Studienreise. Juniorchef Andreas Krönauer führte durch den Betrieb, dessen Tradition bis ins Jahr 1860 zurückreicht. Die anschließende Verkostung der Spezialitäten der Käseebellen bestätigte eindrücklich die Heumilch-Käsevielfalt für die Theke.

Arge Heumilch Geschäftsführerin Christiane Mösl sagte abschließend über den Erfolg der Veranstaltung: „Wir freuen uns sehr über das rege Interesse und werden ähnliches sicher wieder einmal veranstalten. Wer die klein strukturierte Heuwirtschaft und die nachhaltige Wirtschaftsweise einmal persönlich erlebt hat, weiß die Qualität der Käsespezialitäten, die daraus entstehen, umso mehr zu schätzen.“

Den Teilnehmern dieser Studienreise werden die genussvollen Erlebnisse in der Heumilchwelt jedenfalls lange in Erinnerung bleiben. tw

ANZEIGE



## ECHTE ABWECHSLUNG FÜR DAS SB REGAL

Da es manchmal einfach schnell gehen muss und nicht immer eine Theke vor Ort ist, gibt es Alma Käse jetzt auch ohne Umwege, schnell zugänglich und direkt im Selbstbedienungsregal. Und das Beste dabei: egal ob Single - Haushalt oder Kleinfamilie, die praktischen 180 Gramm Stücke passen immer. Qualität direkt aus der Vorarlberger Sennstube, zubereitet mit tagesfrischer Heumilch g.t.S. von den Heumilchbauernhöfen aus der Region. Wertschätzung praktisch abgepackt und im Handel jederzeit für alle Käsefreunde zugänglich.

Bringen Sie mehr Abwechslung in die Theke! Mit dem *Alma Kräuterschatz*, dem *Alma Würzige Bodenseer* oder dem immer beliebte *Alma Vorarlberger Bergkäse g.U. min. 6 Monate gereift*.

Echte Käseköstlichkeiten  
direkt aus den Alma  
Bergsennereien



# NEWCOMER UND ALTE HASEN

**OBWOHL DIE GRÜNDUNGSJAHRE DER MILCHBUBEN UND DER KÄSEREI PLANGGER JAHRZEHNTE AUSEINANDER LIEGEN, HABEN DIE BEIDEN TIROLER UNTERNEHMEN EINES GEMEINSAM: SIE SETZEN BEI IHRER KÄSEPRODUKTION AUF KREISLAUFWIRTSCHAFT, NACHHALTIGKEIT UND GESCHMACK.**



**Brotzeit nach der Arbeit: Markus (links) und Thomas Ehammer.**



**160 Meter lang, zehn Meter breit und acht Meter hoch: Martina Brunner im Felsenkeller der Käserei Plangger.**

Kurz nach fünf Uhr morgens im Sommer: Noch schläft das kleine Dorf Penningberg im österreichischen Bundesland Tirol. Lediglich eine Katze schleicht durch das hohe Gras, von Weitem hört man Kuhglocken und im Brunnen vor der Kapelle das plätschernde Bergwasser – ansonsten: Ruhe. Doch man kann erahnen, dass in einem uralten Bauernhaus am Ortsrand der Tag bereits begonnen hat. Zwei junge Männer sind eifrig bei der Arbeit, es sind die „Milchbuben“ Markus und Thomas Ehammer. Die Brüder stecken mitten in der Camembert-Produktion – heute ist es die Walnuss-Sorte. Während der eine noch mit Bulli und Anhänger die Bio-Milch von einem nahegelegenen Bauernhof abholt, ist der andere in der etwa 120 Quadratmeter großen Käserei mit Herstellung und Verpackung beschäftigt. Man spürt die Routine in den Abläufen, aber auch das hohe Arbeitspensum – denn fast alles ist „handmade“.

Die Idee, im Elternhaus hergestellten Käse auf den Markt zu bringen, kam den Brüdern vor etwa zehn Jahren. Damals wollten die Eltern den Bauernhof samt Viehbetrieb allmählich an die nächste Generation übergeben. Thomas war schon mehrere Jahre lang als Tischler tätig, also richtete sich der Blick auf Markus, der die landwirtschaftliche Schule besucht hatte. Seine Antwort war so kurz wie eindeutig: „Ich übernehme den Hof, aber nur gemeinsam mit Thomas.“ Auf der Suche nach neuen Inspirationen war der Bruder nicht abgeneigt und so beschlossen die beiden, den elterlichen Betrieb weiterzuführen und zusätzlich eine Käserei aufzubauen. „Macht das ordentlich“, gab ihnen

die Mutter mit auf den Weg, denn ein wenig skeptisch war sie angesichts der Pläne schon. Doch die beiden ließen sich nicht von ihrem Vorhaben abbringen und waren fest entschlossen, in Verantwortung für Mensch, Tier und Natur hochwertige Bio-Produkte herzustellen. Markus machte seinen Käsemeister, Thomas ließ sich im Marketing ausbilden und 2016 gründeten die damals 24- beziehungsweise 26-Jährigen die „Milchbuben“. Ein Jahr später startete die Produktion. „Wir waren ehrgeizig, hochmotiviert und naiv“, sagt Thomas rückblickend. „Diese Kombination hat sich ausgezahlt“, fügt er an.

Tatsächlich laufen die Geschäfte bei den Milchbuben gut. Mittlerweile haben sie zwei Mitarbeiter eingestellt, beliefern Kunden in Österreich, der Schweiz und Deutschland und produzieren jährlich 52 Tonnen Camembert und Brie. „Diese Menge produziert ein großer Betrieb an einem Vormittag“, sagt Thomas lachend. „Aber mit zwei Bauernhöfen und insgesamt 65 Milchkühen als Lieferanten sind wir bewusst ein kleiner Hersteller. Damit bleibt unsere Produktion transparent und persönlich“, erklärt er. Große Ziele haben die Milchbuben trotzdem, und die sind alles andere als bescheiden. „Wir haben bereits verschiedene Auszeichnungen bekommen, aber wir streben nach mehr: Wir wollen unsere Rezeptur soweit verbessern, dass wir künftig den besten Camembert außerhalb Frankreichs anbieten, daran arbeiten wir jeden Tag“, offenbart Thomas.

Bereits jetzt von der hohen Qualität der Milchbuben-Produkte überzeugt ist die Käserei Plangger. Sie liegt etwa 40 Kilometer von Penningberg entfernt, in dem Ort Niederndorf/Sebi nahe Kufstein und arbeitet partnerschaftlich mit den Brüdern zusammen. Dazu gehört, dass Plangger den Milchbuben bei fehlender oder überschüssiger Milch aushilft und dass beide Hersteller neben ihren eigenen Produkten auch die des Partners ihren Kunden anbieten. „Es ist wichtig, im Sinne der Vielfalt die kleinen und jungen Betriebe zu unterstützen“, betont Plangger-Geschäftsführerin Martina Brunner. Sie hat gemeinsam mit

ihrer Schwester Anita Jäger und ihrem Sohn Reinhard Brunner vor acht Jahren den Betrieb ihres Vaters Herbert Plangger übernommen. Die Tirolerin weiß sehr genau, wie hart die Anfänge waren: „Meine Eltern haben in den 1970er Jahren in einem gepachteten Betrieb mit der Käseherstellung begonnen. Große Sprünge konnten wir als Familie damals nicht machen. Wir mussten immer schauen, wo wir sparen konnten.“

Mit den Jahren ist die Käserei Plangger deutlich gewachsen: 90 Bauern aus einem Umkreis von 15 Kilometern liefern ihre Heumilch für die jährliche Produktion von 100.000 Käseläuben. 60 Prozent davon sind Bio-Heumilchkäse. Besonders stolz ist man auf den 2015 in Betrieb genommene Felsenkeller – eine tief im Gestein befindliche Lagerstätte, die für die Reifung und Affinage der Hart-, Schnitt- und Weichkäse hervorragende Voraussetzungen mitbringt. Bis zu 15 Monate bleiben die Laibe dort bei einer konstanten Temperatur von zwölf bis 13 Grad und einer Luftfeuchtigkeit von 95 Prozent.

Was die Käserei einzigartig macht, ist ihre Philosophie. Denn die wichtigste Voraussetzung für guten Käse ist ihrer Meinung nach der Boden. Ihn gilt es gesund zu halten, damit die Milchkuh gutes Futter und der Mensch am Ende wertvollen Käse erhält. „Aus diesem Grund hat schon mein Vater auf ein Drei-Säulen-Modell gesetzt, das wir heute ganz bewusst weiterführen“, erläutert Brunner. So bietet Plangger den Bauern die Möglichkeit, Mikroflor, Steinsand, Steinsand und Holzkohle für die Verbesserung der Böden zu verwenden. Nach Überzeugung von Plangger unterstützen diese Elemente ein ausgewogenes Wachstum von Gräsern und Kräutern und tragen zum Aufbau wertvollen Humus bei. Obwohl die Wissenschaft für die Wirksamkeit keinen eindeutigen Beweis findet, ist sich Martina Brunner sicher. „Wer einmal beobachtet hat, welche klaren Verbesserungen diese kleinen Mikroorganismen innerhalb kürzester Zeit hervorrufen, der weiß um ihre Wirksamkeit“, betont sie.



**Erlebnisse Sennerei**  
Zillertal

# Der scharfe TIROLER



NEU



**NEU Chili-Paprika Erlebnis**

... die Verstärkung für unsere erfolgreichen Genusserlebnisse!



www.erlebnissennerei-zillertal.at

um ANZEIGE

# BIO IN ÖSTERREICH



*Beim Besuch der Brunneralm von Familie Schiessl genossen die Teilnehmer der AMA Bio-Fachexkursion vor dem Hintergrund der Großvenediger-Berggruppe eine leckere Almjause sowie die herrliche Aussicht ins Tal. Foto: AMA/TomKlocker*

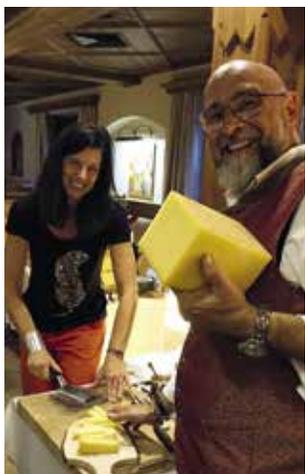
## **AUF DER BRUNNERALM, VOR DEM HINTERGRUND DER SCHNEEBEDECKTEN GROSS VENEDIGER-BERGGRUPPE, GENOSS EINE GRUPPE DEUTSCHER KÄSEFACHBERATER UND -TRAINER DIE EINDRÜCKE, DIE SIE WÄHREND EINER BIO-FACHEXKURSION MIT DER AGRARMARKT AUSTRIA-MARKETING IN ÖSTERREICH ERLEBTEN.**

In Sachen biologische Landwirtschaft kann Österreich eine lange Tradition vorweisen. Bereits jeder fünfte Bauer arbeitet heute biologisch und jeder vierte Hektar wird nach Bio-Richtlinien bewirtschaftet. Um das Bioland Nummer eins der Europäischen Union deutschen Käsefachberatern und -trainern vorzustellen, organisierte die Agrarmarkt Austria Bio-Marketing (AMA Bio) eine Fachexkursion rund um Bio-Käsesorten aus den Alpen. Daher standen mehrere österreichische Produzenten und bäuerliche Betriebe bei dieser Reise im Mittelpunkt.

Barbara Köcher-Schulz, Verantwortliche für das Bio-Marketing bei der AMA, hatte mit ihrem Team dazu ein umfangreiches Programm zusammengestellt, das die Käsetradition Österreichs in

vielen Facetten zeigte. Gleichzeitig wurde Monika Magiera, langjährige Käsetrainerin der AMA, mit dieser eindrucksvollen Exkursion durch ihr Lieblingsland Österreich in den wohlverdienten Ruhestand verabschiedet.

Bei der zweitägigen Reise ging es zunächst in den Felsenkeller der Käserei Plangger in Niederndorf. Die Gruppe schaute sich in dem Keller, der 2015 aus dem Felsen gesprengt wurde, die Käseerzeugung bei konstanten Temperaturen zwischen zwölf und 13 Grad an. Geschäftsführerin Martina Brunner berichtete über das Familienunternehmen und erklärte, angefangen vom Boden über die Heumilch bis zur Käseerzeugung die Kreislaufwirtschaft dieser Familienkäserei. Am Abend erlebten die Teilnehmer Harald Weidach-



*(v.l.) Barbara Köcher-Schulz und Harald Weidacher stellen den Teilnehmern während des Abendessens mit leckeren „Schmankerln“ und Getränken des Weinguts Hirschmugl verschiedene Bio-Käsespezialitäten aus Österreich vor.*

*Monika Magiera, langjährige Käse-trainerin der AMA, begleitete diese Fachexkursion und wurde dabei in den Ruhestand verabschiedet.*

*Auf dem Bio-Bauernhof Obertreichl wurden die Teilnehmer von Johann Baiern über die Heilkräuter aus seinen Gärten aufgeklärt.*

er, der für seine Verdienste um die Käsekultur Österreichs mit dem Käsekaiser ausgezeichnet wurde. Während des Essens mit österreichischen Schmankerln stellte der Käsesommelier Bio-Käsespezialitäten mit passenden Getränken des Weinguts Hirschmugl vor. Am nächsten Morgen schaute sich die Gruppe die Bio-Sennerei Hatzenstädt in Niederndorferberg an, die auf eine lange Geschichte im Tiroler Unterland zurückblicken kann. Das Ehepaar Baiern vom Biohof Obertreichl gab anschließend einen umfassenden Überblick über ihre Heilkräuter aus dem Kräuter-

garten in Brixen im Thale. Im Verlauf der Österreich-Reise ging es zu dem Werk der Tirol Milch in Wörgl und am nächsten Tag zu der Pinzgaumilch im Salzburger Land. Den Sommer auf der Alm erlebten die Käsefachleute, zumindest für einige Stunden, beim Besuch der Brunneralm von Familie Schiessl sowie am nächsten Tag auf der Götzalm von Monika und Klaus Vitzthum. Beide Almen lagen in über 1.300 Metern Höhe und zeigten allen Beteiligten die Bewirtschaftung einer Alm und wie dort die gute Bio-Heumilch erzeugt wird.

us

ANZEIGE

Handgemacht  
in Österreich 

Wir, DIE KÄSEMACHER, stellen in unserer Manufaktur im naturbelassenen Hochplateau des Waldviertels mit viel Liebe und nach bewährter Tradition Spezialitäten aus Schaf- und Ziegenmilch her.

Voraussetzung dafür ist eine sorgfältige Milchproduktion im Einklang mit der Natur. Unsere umfangreiche Produktpalette erstreckt sich über vielfältige Antipastispezialitäten, feinste Frischkäsezubereitungen bis hin zu schmackhaften Schnittkäsevariationen.



www.kaesemacher.at

# SO ISST ÖSTERREICH

**DIE ÖSTERREICHER LIEBEN IHREN KÄSE. ETWA 23 KILO WERDEN DORT PRO JAHR UND PRO KOPF KONSUMIERT. ALLERDINGS: DIE INFLATION SORGT BEI DEN KUNDEN FÜR VORSICHTIGE ZURÜCKHALTUNG.**



**G**lündner Kas, Tiroler Graukas, Voralberger Bergkäse – Österreich hat eine ganze Reihe von Käse zu bieten, von dort kommen schätzungsweise 400 der weltweit rund 5.000 Sorten. Dabei hat jede Bergregion ihre eigene Käsespezialität. Die Österreicher sind stolz auf ihre weltweit anerkannten Produkte, und ihnen selbst ist der Käse viel wert. Laut einer Analyse der AMA-Marketing geben die Konsumenten pro Monat mehr als 18 Euro für Käse aus. Gemessen an den Ausgaben für Molkereiprodukte insgesamt ist das der deutlich größte Anteil.

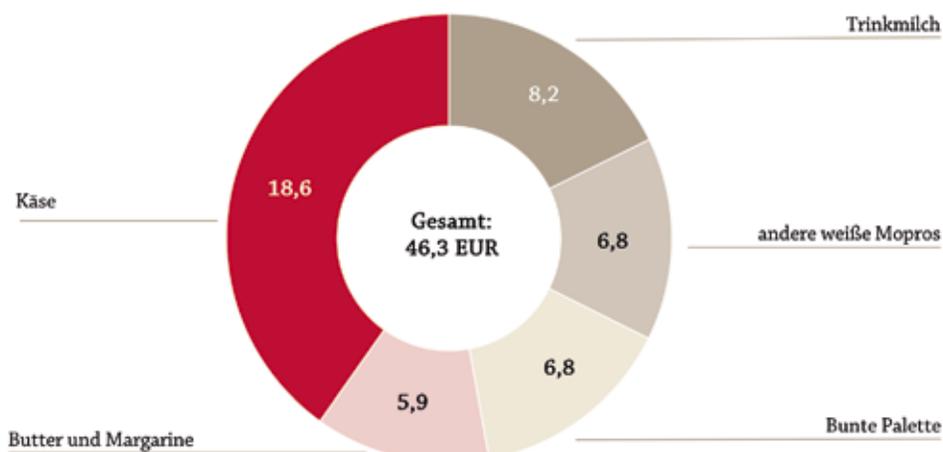
„Die Inflation lässt in Österreich die Verbraucherpreise deutlich steigen, die Menschen schauen inzwischen genauer ins Portemonnaie.“ Mit dieser Einschätzung betrachtet AMA-Marktforscherin Micaela Schantl die aktuellen Entwicklungen auf dem Milchmarkt. Sie bezieht sich dabei auf die RollAMA (rollierende Agrarmarktanalyse), ein im Auftrag der AMA-Marketing durchgeführtes Haushaltspanel, das die Einkäufe der Haushalte im Handel untersucht. „Der durchschnittliche Kilopreis für Käse lag 2021 bei 8,90 Euro. Innerhalb kürzester Zeit ist er deutlich nach oben gegangen: Im vergangenen Jahr kostete das Kilo 9,90 Euro, das ist gegenüber dem Vorjahr eine Steigerung von gut elf Prozent“, erläutert die Expertin. Das ist ein wesentlicher Faktor für den Rückgang der verkauften Menge. Denn im selben Jahreszeitraum sank der Absatz um 4,6 Prozent auf gut 84.500 Tonnen. Ein Teil der Mengenrückgänge im Haushaltskonsum geht aber auch darauf zurück, dass nach Jahren der Corona-Pandemie und Lockdowns wieder mehr Menschen unterwegs sind und häufiger außer Haus konsumieren.

## Preis beeinflusst Kaufverhalten

Nicht nur die Menge an gekauftem Käse ändert sich aktuell, sondern auch, was die Österreicher in den Warenkorb legen. Die Bedienungstheke und der Verkauf am Stück verlieren bei Hart- und Schnittkäse schon seit Jahren an Bedeutung, dafür greifen die Kunden verstärkt zu abgepackter Ware in der Selbstbedienung. „Der Verkauf von Schmelzkäse ging lange Zeit zurück“, ergänzt Micaela Schantl. „Nun aber sehen wir, dass die Zahlen wieder wachsen – auch hier spielt wahrscheinlich der Preis eine Rolle“, sagt sie weiter. Das verdeutlicht auch das AMA-Zahlenmaterial: In der gelben Palette wurde 2022 im Vergleich zum Vorjahr in allen Käsekate-

**AMA-Marktforscherin Micaela Schantl ermittelt in der rollierenden Agrarmarktanalyse (RollAMA) die Preis- und Konsumententwicklungen in Österreich.**

## Monatliche Ausgaben für Molkereiprodukte 2022 in EUR, durchschnittlich pro Haushalt



Quelle: © RollAMA/AMA-Marketing, Feldarbeit: GfK Austria/Auswertung: KeyQuest Marktforschung



goren (Hart-, Schnitt-, Weich- und Frischkäse sowie Aufstriche) weniger verkauft. Die einzige Ausnahme bildet Schmelzkäse: Hier gingen die Verkaufszahlen um knapp zwei Prozent nach oben. „Generell aber bleiben Frisch- und Schnittkäse mengenmäßig die größten Bereiche“, betont die AMA-Marktforscherin. Zu den beliebtesten Käsesorten in Österreich zählen Gouda, Mozzarella und Emmentaler.

Vegane Molkereiprodukte spielen in Österreich noch eine vergleichsweise kleine Rolle. 2022 besaßen sie einen Marktanteil von drei Prozent. „Die Imitate haben es sehr schwer, weil sie deutlich teurer sind“, erläutert Schantl. „Kunden, die die Produkte gerne mal ausprobierten, fallen jetzt teilweise weg“, hat sie festgestellt. Insgesamt aber können sich Milchalternativen besser als Käseimitate durchsetzen.

### Weitere Ergebnisse im Überblick

- Der Pro-Kopf-Verbrauch von Konsummilch ist laut Statistik Austria deutlich gesunken. 2021 lag er bei 70,1 Kilogramm pro Jahr. 15 Jahre zuvor lag er noch bei mehr als 80 Kilogramm. Micaela Schantl: „Milch wird beispielsweise zum Kaffee getrunken oder zum Kochen verwendet, aber seltener als Trinkmahlzeit im Glas. Außerdem sind immer mehr pflanzliche Alternativen auf dem Markt.“ Zudem wächst der Anteil an haltbarer Milch.

- Deutschland ist für Österreich weiterhin das wichtigste Exportland. 2022 ging der Wert im Vergleich zum Vorjahr um 18,7 Prozent nach oben, die Exportmenge stieg um 7 Prozent. Auf Platz zwei der Exportliste steht Italien, auf Platz 3 Griechenland.

- Beim Einkauf von Lebensmitteln sind den Österreichern Herkunft, Regionalität, Qualität und Tierwohl wichtig. Allerdings ge-

hen Wunsch und Wirklichkeit oft auseinander. Während die Kunden in der Selbsteinschätzung beispielsweise angeben, verstärkt regional einzukaufen, greifen sie bei den tatsächlichen Einkäufen häufig zu überregionalen Produkten.

- Der Bio-Anteil an Milchprodukten wächst, allerdings wurde die Entwicklung im vergangenen Jahr durch die Inflation gedämpft. Micaela Schantl: „Auch hier erkennen wir, dass die Konsumenten preisbewusster geworden sind, von einem großen Rückgang kann aber keine Rede sein. In Deutschland scheint die Negativentwicklung deutlicher auszufallen.“

### Was ist die RollAMA?

Die AMA-Marketing ist eine Organisation zur Förderung des Absatzes von Agrarprodukten mit dem Fokus auf Qualitätssicherung und Informationsvermittlung. Die RollAMA (rollierende Agrarmarktanalyse) wird von ihr in Zusammenarbeit mit GfK und KeyQuest Marktforschung durchgeführt. Es handelt sich um ein Haushaltspanel, bei dem 2.800 österreichische Haushalte Aufzeichnungen über ihre Lebensmitteleinkäufe führen – darunter auch Milch und Molkereiprodukte. Die Einkaufsmengen und Ausgaben dieser repräsentativ ausgewählten Haushalte werden auf die Gesamtzahl der österreichischen Privathaushalte hochgerechnet und daraus diverse Kennzahlen berechnet. Die Daten geben somit Auskunft über die Einkäufe, die für den Haushalt getätigt werden. Nicht enthalten sind Individualeinkäufe sowie der Außer-Haus-Konsum. Ergänzend zu den Aufzeichnungen der Lebensmitteleinkäufe, werden bei den Panelhaushalten regelmäßig Motivanalysen in Form von Befragungen (meist online) zu ausgewählten Themen durchgeführt.

## KLOSTERKÄSEREI SCHLIERBACH – EIN JAHRHUNDERT FEINSTE KÄSETRADITION

Seit der Gründung 1924 schenken wir in der Bio-Käserei Schlierbach dem Käse und seiner Herstellung unsere ganze Aufmerksamkeit. „Wir schlagen die Brücke zwischen biologischer Landwirtschaft, Verarbeitung und Verbraucher. Damit tragen wir dazu bei, den Stellenwert biologischer Produkte in unserer Ernährung nachhaltig auszubauen.“ Die Klosterkäserei Schlierbach hat sich auf die Herstellung von Weich-, Schnitt- und Frischkäse aus Bio-Kuh-, Bio-Schaf- und Bio-Ziegenmilch spezialisiert und ist in Österreich Marktführer im Segment der Bio-Weichkäse mit Rotkultur. Mit der Umstellung auf einen reinen Bio-Betrieb 2012 hat sich die Käserei dazu verpflichtet ausschließlich Bio-Rohstoffe, möglichst aus der Region, zu verarbeiten. Nachhaltigkeit, Regionalität, Tierwohl und höchste Qualität sind ihr Antrieb!



**Schlierbacher Bio Ziegen-/Schafcamembert** wird aus bester Biomilch hergestellt. Das milde Aroma und die leichte Ziegen- bzw. Schafmilchnote prägen den besonderen Geschmack.

Über den besonders cremigen **Bio-Schaffrischkäse Natur** sowie den **Bio-Ziegenfrischkäse Natur** können sich auch Kuhmilchallergiker im Frischkäsebereich freuen! Die Bio-Frischkäse passen auch perfekt zu Knabberstangen und geben cremigen Suppen eine herrliche Note.



Die **Schlierbacher Bio-Weichkäse-Torten** sind ein Muss für Käsegenießer. Beste Bio-Milch aus der Region rund um Schlierbach ist die Basis für unsere cremigen Käsespezialitäten. Die **Bio-Selection ROT** und **WEIN** reifen mindestens zwei Wochen im Keller und noch mindestens zwei Wochen in der Holzschachtel, ehe sie ausgeliefert werden.

**Firma:** Concept Fresh Vertriebsgesellschaft mbH  
**Anschrift:** Hobelweg 20, A-4055 Pucking  
**Telefon:** +43/72 29/6 61 77-810  
**Telefax:** +43/72 29/6 61 77-980  
**E-Mail:** office@concept-fresh.at  
**Internet:** www.concept-fresh.at

**Geschäftsleitung:** Friedrich Mitterhumer  
**Verkauf Deutschland:** Stefan Bräuning, Mobil: +49/0171/2840171, E-Mail: s.braeuning@concept-fresh.at; Michael Rescheneder, Mobil: +43/676/84667783, E-Mail: m.rescheneder@concept-fresh.at  
**Marketing Deutschland:** Christine Pachner, M.A.



### Ein MUSS im Grillsortiment:

**HALLO Cheese – Bio Grill- & Bratkäse** nach Mediterraner-Art. Unsere neueste Käsespezialität wird sorgfältig und ganz nach Originalrezeptur in der Käserei Stift Schlierbach hergestellt! Rein aus frischer österreichischer Bio-Kuh-, Bio-Schaf- und Bio-Ziegenmilch fertigen wir einen Bio Grill- & Bratkäse nach Mediterraner-Art. Verfeinert mit österreichischer Bio-Minze erhält der HALLO Cheese – Bio Grill- & Bratkäse nach Mediterraner-Art seinen charakteristischen Geschmack. Der beliebte Bio-Grillkäse ist in einer 200 g sowie ca. 800 g (8 x 100 g) Packung erhältlich und auch bestens für Vegetarier geeignet.

Unsere Schlierbacher Bio-Weichkäsespezialitäten **Bio-Schlosskäse Classic**, **Bio-Bacchus**, **Bio-Paulus** und **Bio-Petrus** werden von unseren Käsemeistern mit viel Sorgfalt und nach strengen Qualitätskriterien hergestellt.



## CONCEPT fresh

Concept fresh ist seit 1995 spezialisiert auf die Entwicklung, Herstellung und Vermarktung von Milchprodukten aus Österreich. Das Sortiment umfasst klassische sowie biologisch hergestellte Produkte. Dazu zählen unter anderem die Bio-Weich- und Frischkäse aus der Klosterkäserei Schlierbach sowie Grill- & Bratkäse.



## „AUSGEZEICHNETES“ AUS DEM SALZKAMMERGUT

Die Gmundner Molkerei mit Sitz in Gmunden/Oberösterreich ist Experte in der Herstellung naturgereifter Käsesorten und einer der größten Haltbarmilch – Produzenten Österreichs. Die Mischung aus bester heimischer Milch, Know-how und höchste technische Standards garantiert die Top-Produktqualität. Diese wird laufend bei nationalen und internationalen Auszeichnungen unter Beweis gestellt. So wurden im letzten Jahr der Atterseer Käse bei den World Cheese Awards in Wales mit Supergold und der Stoderer Rauchkäse zum Käseweltmeister seiner Klasse in Wisconsin/USA prämiert.

### Nachhaltiger verpackt

Die Gmundner Molkerei denkt weiter und ist in Österreich Vorreiter für Haltbar-Milch Packungen ohne Aluminiumschicht. Die sogenannten Ecoplus-Packungen haben zudem einen höheren Anteil an nachwachsenden Rohstoffen, sind recycelbar, FSC zertifiziert und verzeichnen eine verbesserte Ökobilanz.



### Super Gold Auszeichnung für Atterseer Käse

Die jüngste Käseinnovation der Marke Gmundner Milch – der Atterseer Käse – wurde bei den World Cheese Awards in Wales/GB mit sensationellem SUPERGOLD bewertet. Nach vier Monaten Reifezeit vollendet der Atterseer Käse seine würzige Note und zergeht förmlich auf der Zunge.



### Weltmeister-Titel für Stoderer Rauchkäse

Bei den Käseweltmeisterschaften 2022 in Wisconsin/USA holte die Gmundner Molkerei den Weltmeistertitel mit dem Stoderer Rauchkäse. Die salzreduzierte Käsespezialität wird nach schonender, traditioneller Rezeptur bis zur Reifung geführt und am Ende des Reifungsprozesses mild geräuchert. Das angenehm rauchige Aroma und der leicht süßliche Geschmack verfeinern diese Käsespezialität.

Die Käsespezialitäten sind in unterschiedlichen Verpackungseinheiten und Grammaturen erhältlich und können auf Anfrage bemustert werden.



## UNSER SORTIMENT

**Marken:** Gmundner Milch, Almliesl, Rosan, Private Labels

**Frischprodukte:** Frischmilch, ESL-Milch, Buttermilch, Teebuttermilch, laktosefreie Produkte

**Haltbarprodukte:** Haltbarmilch, H-Schlagsahne, Kaffeeobers, H-Kakaomilch, H-Milchmischgetränke, Bio-H-Milch, Kochrahm, Küchensahne, Kondensmilch, Barista Milch, laktosefreie Produkte, Coffee Drink

### Gelbe Linie:

**Schnittkäse:** *Schnittkäse mild-fein:* Traunstein König (Großlochkäse), Gosauer Jausenkäse (Bruchlochkäse), Toastkäse, Butterkäse, Tilsiter, Gouda, Bio Käsescheiben; *Schnittkäse würzig:* Atterseer, Gmundner Berg, Gmundner Berg Premium (6 Monate gereift), Traunkirchner Raclette, Alpenkäse, Traunseer, Bergkristall (mind. 10 Monate gereift), Rauchkäse

### Qualitätsauszeichnungen:

Gentechnikfrei, Halal, Kosher



**Firma:** Gmundner Molkerei GmbH

**Anschrift:** Theresienthalstr. 16,

A-4810 Gmunden

Tel.: 00 43/76 12/7 82-0

**Fax:** 00 43/76 12/7 82-43

**E-Mail:** office@gmundner-molkerei.com

**Internet:** www.gmundner-molkerei.com

**Geschäftsleitung:**

Christoph Engl und Stefan Stein

**Mitarbeiter:** 400

**Umsatz 2022:** 267 Mio. EUR

**Milchverarbeitung:** 339 Mio. kg

**Käseerzeugung:** 11.000 t

**Exportanteil:** 45 %

**Kontakt für Verkauf Deutschland:**

Peter Vesely,

Verkauf/Dipl. Käsesommelier

Mobil: +43 (0)664 1034239

Tel: +43 (0)7612 782 97

Fax: +43 (0)7612 782 8897

p.vesely@gmundner-molkerei.com



## EUROPAS NR. 1 SPEZIALMILCHMACHER



SalzburgMilch ist Europas bedeutendster Heumilch- und Bio-Heumilch-Verarbeiter mit langjähriger Bio-Kompetenz sowie zahlreichen Zertifizierungen wie Naturland und Biokreis, deren Ansprüche weit über den gesetzlichen Anforderungen liegen. Insgesamt verarbeitet SalzburgMilch 15 verschiedene Milchsorten: von gentechnikfreier Milch, über Heumilch und Bio-Milch bis hin zur Bio-Heumilch und Milch von Kühen mit 365 Tagen Auslauf im Jahr.

## NACHHALTIGKEIT LEBEN. TIERGESUNDHEIT SCHMECKEN.



Seit vielen Jahren lebt SalzburgMilch vor, wie sich eine moderne Milchwirtschaft mit ambitionierten Wertvorstellungen in Einklang bringen lässt. Im Fokus der Entscheidungen stehen dabei stets die Themen Tierwohl und Nachhaltigkeit. Mit der einzigartigen Tiergesundheitsinitiative nimmt das Unternehmen eine Pionierrolle ein. Denn diese setzt da an, wo gesetzliche Vorgaben enden und stellt sicher, dass jede

Milchkuh ideale Rahmenbedingungen für Gesundheit und Wohlergehen vorfindet. Herzstück der Initiative sind die Tiergesundheits-Checks, bei denen unabhängige Prüfer den individuellen Gesundheitszustand der Kühe kontrollieren. Eine hauseigene Tierärztin – und das ist einzigartig in der österreichischen Molke- eilandschaft – steht den SalzburgMilch-Bauern und -Bäuerinnen beratend zur Seite. Zusätzlich arbeitet ein Tiergesundheitsbeirat, zusammengesetzt aus unabhängigen Experten, kontinuierlich an weiteren Verbesserungen des Programms. Mitgetragen wird die Initiative von allen 2.400 SalzburgMilch-Höfen – und das aus vollster Überzeugung!

## GUTEN GEWISSENS IN DIE ZUKUNFT



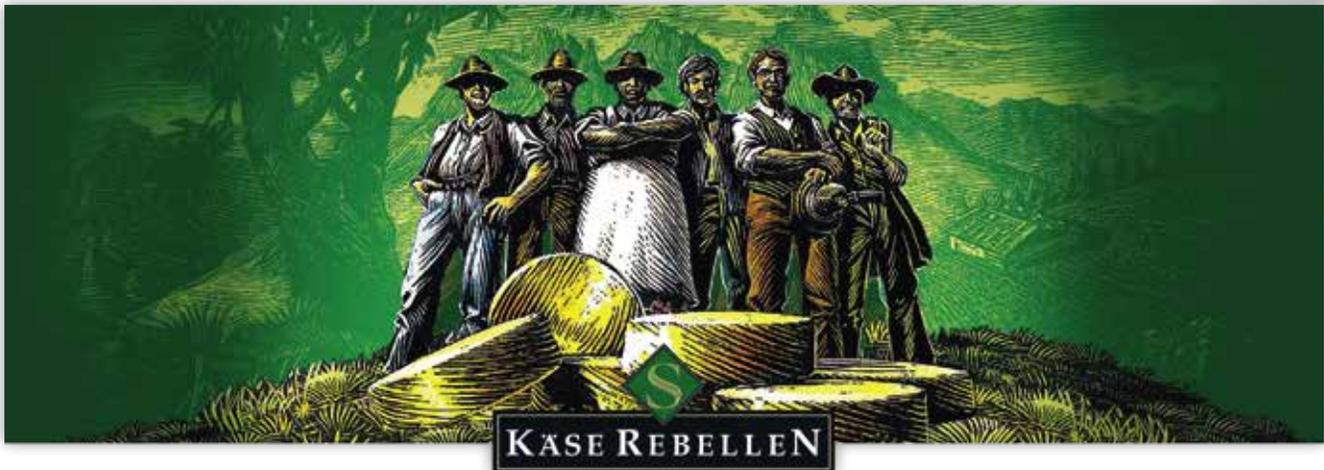
Verantwortung übernehmen die Premium Milchmacher auch, wenn es um die eigenen ökologischen, sozialen und ökonomischen Auswirkungen geht. Mit dem SalzburgMilch Nachhaltigkeitsprogramm konnte man schon

Beachtliches bewegen: Durch den Einsatz von innovativen Verpackungen wurden von 2017 bis 2022 rund 215 Tonnen an Kunststoff eingespart. Darüber hinaus gelang es, den eigenen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck dank vieler verschiedener Projekte wie der Installation von Salzburgs größter Aufdach-Photovoltaikanlage am Standort Lamprechtshausen und der Unterstützung von Klimaschutzprojekten erheblich zu reduzieren. Aktuell setzt SalzburgMilch einen sehr ambitionierten Plan zum Ersatz fossiler Brennstoffe im Unternehmen um.

**Firma:** SalzburgMilch GmbH  
**Anschrift:** Milchstraße 1,  
 5020 Salzburg, Österreich  
**Tel.:** +43 662 2455-0  
**E-Mail:** office@milch.com  
**Internet:** www.milch.com

**Geschäftsleitung:**  
 Andreas Gasteiger  
**Head of Sales Export:**  
 Christian Wiener  
**Head of Marketing & Innovation:**  
 Prok. Florian Schwap

SalzburgMilch ist die Spezialmilch-Molkerei Österreichs und bietet Premiumprodukte aus 15 verschiedenen Milchsorten, wie gentechnikfrei, Biomilch, Heumilch, 365-Tage-Freilauf-Heumilch, Bio-Heumilch, Almmilch, Goldstandard, Naturland an.



## 100 % BERGBAUERN-HEUMILCH MACHT DEN UNTERSCHIED

Die Herstellung von Heumilch ist die ursprünglichste Form der Milcherzeugung. Die Qualität der Heumilch fängt für uns bei der Fütterung der Kühe an. Seit Jahrhunderten erfolgt diese angepasst an den Lauf der Jahreszeiten: Im Sommer sind unsere Kühe auf den Wiesen, Weiden und Almen. Im Winter kommt duftendes Heu in ihren Trog. Die besonderen Bergkräuter der Alpenflora verleihen unserem Käse das einzigartig-rebellische Aroma. Außerdem können wir aufgrund der erstklassigen Qualität der Heumilch beim Käsen auf jegliche Zusatzstoffe und Konservierungsmittel verzichten und damit unsere Käse nach altbewährter, bäuerlicher Tradition herstellen.



### (BIO) BERGBLUMEN REBELL

#### DER CREMIG-KRÄFTIGE MIT DER DUNKLEN BLUMENRINDE

Unser (Bio)Bergblumen Rebell mit 51% Fett i. Tr. hat eine Reifezeit von sechs Monaten. Das Duftbild ist geprägt von mildem Sauerrahm bis hin zu röstigen Malznoten. Sein cremig-kraftiger Teig eröffnet mit zartbitterer Schokolade und dunklem Karamell ein weiteres Aromenspektrum – gespickt von salzigen Noten. Durch die Pflege mit einem Sud aus Bergblumen und Pflanzenkohle kann sein Aroma langsam in den Käse einziehen. Somit entsteht der besondere würzige-kraftige Geschmack und die dunkle Rinde des (Bio)Bergblumen Rebells.

### (BIO) KÜRBISKERN REBELL

#### MIT KÜRBISKERNEN VERFEINERT

Echte Kürbiskerne stellen die ideale Zutat für diesen Herbst-Käse dar. Das Aroma der Kürbiskerne und die geschmeidige Konsistenz des Käseteigs ergeben ein vollendetes Geschmacksbild. Der milde Duft nach Nuss rundet unser Saisonschmankerl perfekt ab.



**Firma:** Sulzberger Käse Rebellen Sennerei GmbH

**Anschrift:** Dorf 2, A-6934 Sulzberg

**Vertrieb:** Käse Rebellen GmbH  
Auerbergstr. 8, D-86989 Steingaden

**Tel.:** +49 (0) 88 62/98 01-44

**Fax:** +49 (0) 88 62/98 01-81

**E-Mail:** [verkauf@kaeserebellen.com](mailto:verkauf@kaeserebellen.com)

**Internet:** [www.kaeserebellen.com](http://www.kaeserebellen.com)

**Geschäftsleitung:** Josef Krönauer, Andreas Geisler

**Verkaufsleitung für Deutschland:** Emanuel Bär

**Marketingleitung für Deutschland:** Matthias Köpf



## DIE GRÖSSTE HEUMILCHVIELFALT ÖSTERREICHS VON KUH, SCHAF & ZIEGE



## EHRliche QUALITÄT. TIERLIEBE. NACHHALTIGKEIT.

- 100% hochwertige Bergbauern-Heumilch g.t.S. aus kleinstrukturierter Landwirtschaft mit durchschnittlich 9 Kühen
- Sorgfältige und schonende Veredelung zu Premiumprodukten
- Alles in einem Tal: Verarbeitung & Verpackung im Zillertal
- Nachhaltige Verpackungen aus ressourcenschonenden Materialien & Rohstoffen

### Ihr kurzer Weg zu uns:

Erlebnissennerei Zillertal • Hollenzen 116  
 A-6290 Mayrhofen • Zillertal/Österreich  
 Michael Frank • Vertriebsleitung  
 +43 664 342 94 57 • michael.frank@erlebnissennerei-zillertal.at  
 www.erlebnissennerei-zillertal.at



Jetzt Heumilchvielfalt entdecken!

# DER GUTE RUF AUS DEN BERGEN!



Hintergrundfoto: Stockfoto/Adobe, Fotos: Vorarlberg Milch

## KÄSEKAISER-HATTRICK FÜR DIE VORARLBERG MILCH

Wo Genuss anfängt? In unserer Natur. Ganz im Westen Österreichs liegt das Bundesland Vorarlberg. Seine idyllische Lage zwischen Bodensee und Arlberg verleiht unserem Ländle – wie wir Einheimischen liebevoll zu sagen pflegen – eine ganz besondere Anziehungskraft. Eine wichtige Hauptrolle spielt dabei natürlich unser Vorarlberger Käse. Und das zeigt die gleich dreimalige Auszeichnung mit dem AMA-Käsekaiser für den Ländle Arlberger, Ländle Weinkäse und den Ländle Rahmkäse. „In allen Schnittkäsekatégorien den 1. Platz zu erlangen, macht uns besonders stolz!“ sagt Geschäftsführer Raimund Wachter.

## CHAMPIONS LEAGUE NIVEAU BESTÄTIGT!

Mit 6 Medaillen beim World Cheese Awards in Wales, davon 2 x GOLD, 2 x SILBER und 2 x BRONZE hat Vorarlberg Milch wieder eine große Bestätigung für die hohe Käsekompetenz erhalten. Käsemeister Thomas Knestel: „Unser Team freut sich besonders, dass wir auch in diesem Jahr wieder unsere hohe Käsequalität international unter Beweis stellen konnten und gleich mit 6 Medaillen prämiert wurden!“



## VORARLBERG MILCH. EINE STARKE MARKE.

Hinter unseren Molkereiprodukten steht ein starkes Team. Als Genossenschaft mit ca. 400 Landwirten arbeiten wir füreinander und miteinander. Als Lieferanten und Eigentümer legen wir besonderen Wert auf eine traditionsbewusste Landwirtschaft und eine schonende Verarbeitung unserer Milch. So entstehen bereits seit 1993 hochwertige Molkereiprodukte – und natürlich der beste Käse. Und zwar zu 100% aus Vorarlberger Milch. Aus diesem Grund stehen wir seit Generationen für all das, was unser Ländle ausmacht: wertvoll – sicher – regional – ehrlich.

**Firma:** Vorarlberg Milch eGen

**Anschrift:** Nofler Strasse 62, A-6800 Feldkirch

**Verkaufsleitung:** Mag. Michael Schatzmann

**Tel.:** +43 5522 72130

**E-Mail:** office@vmilch.at; **Internet:** www.vmilch.at

**Geschäftsleitung:** Mag. Raimund Wachter

**Verkaufsleitung:** Mag. Michael Schatzmann



Foto: VORBILD/Marco Schlager

## KÄSESPEZIALITÄTEN AUS DEM SALZBURGER LAND

**DIE PRIVATKÄSEREI WOERLE PRODUZIERT FEINSTE  
NATURKÄSESPEZIALITÄTEN AUS BESTER HEUMILCH – SEIT 1889.**

Seit fünf Generationen hat sich die Familie Woerle dem Käse-  
machen verschrieben. Sie tut das nach wie vor mit viel Lei-  
denschaft und nach strengem Reinheitsgebot. Für die Naturkä-  
sespezialitäten wird ausschließlich Heumilch von Bauern aus dem  
Flachgau und Mondseeland verwendet. Denn nur aus besten  
Rohstoffen können auch beste Produkte entstehen. Das wuss-  
te bereits Johann Baptist Woerle, der 1889 den Grundstein für  
das Unternehmen legte. Mittlerweile wird die Käserei von Gerrit  
Woerle in fünfter Generation geführt. Das Denken in Generati-  
onen ist ihm in die Wiege gelegt. Er weiß um die Verantwortung  
gegenüber der Umwelt und hat im Unternehmen ein umfang-  
reiches Nachhaltigkeitsprogramm implementiert.

### Bester Käse aus nachhaltigem Kreislauf

Die Grundlage dafür bildet eine intakte Natur und um diese zu  
schützen, wird in Henndorf eine 360° Nachhaltigkeit betrieben.  
Das Familienunternehmen hat sich zum Ziel gesetzt, besten Käse  
aus nachhaltigem Kreislauf zu produzieren. Dazu gehören Kreis-  
laufwirtschaft und Artenvielfalt genauso wie ein respektvoller  
Umgang mit der Natur. Außerdem schreibt man bei WOERLE

Umweltschutz groß: Es wird kontinuierlich daran gearbeitet, so  
wenig Ressourcen wie möglich zu verbrauchen, erneuerbare En-  
ergien eingesetzt und Abfall vermieden, wann immer es geht. Auf  
dieser Form der gelebten Nachhaltigkeit fußt auch die einzigar-  
tige Produktqualität und der Erfolg des Unternehmens.

### Heute an morgen denken

Die Vision von Firmenchef Gerrit Woerle ist es, die gesamte Pro-  
duktionskette so ressourcenschonend wie möglich zu gestalten.  
Dazu gehört beispielsweise, dass die Milch aus einem Umkreis von  
maximal 50 Kilometern bezogen wird. Dadurch lässt sich bereits  
bei der Anlieferung in die Käserei CO<sub>2</sub> einsparen und die Wert-  
schöpfung bleibt in der Region. Durch die Zusammenlegung aller  
Lager und Produktionsstätten an einem Standort, können jährlich  
circa 5.000 LKW-Fahrten eingespart werden. Außerdem bindet  
WOERLE auch die Landwirtschaft aktiv mit ein und belohnt jede  
Tonne eingespartes CO<sub>2</sub> mit großzügigen Prämienzahlungen. „Ge-  
rade als Unternehmen haben wir die Möglichkeit, beim Thema Nach-  
haltigkeit mit positivem Beispiel voranzugehen und andere zum Um-  
denken zu bewegen“, erklärt Gerrit Woerle seine Motivation.

**Firma:** Gebrüder WOERLE Ges.m.b.H  
**Anschrift:** Enzing 26, A-5302 Henndorf  
bei Salzburg  
**Tel.:** +43 (0)6214/6631-0  
**E-Mail:** office@woerle.at

**Internet:** www.woerle.at  
**Geschäftsleitung:** Gerrit Woerle  
**MitarbeiterInnen:** 350  
**Ansprechpartner für Deutschland:**  
Rodoljub Jevdjenic

**Historie:** Das Familienunternehmen zählt  
österreichweit zu den größten und modern-  
sten Privatkäsereien. Gegründet wurde es  
vor mehr als 130 Jahren von Johann Baptist  
Woerle, einem visionären Käsemacher.

AMA

## Forum zur Milchwirtschaft in Österreich

Österreichische und internationale Experten setzten sich auf dem AMA-Milchforum mit der agrarischen Schlüsselbranche auseinander. Der Titel der Veranstaltung, die am 31. Mai mit rund 150 Teilnehmern in Wien stattfand, lautete „Milchwirtschaft in Österreich: Wertvoller Beitrag oder Klimakiller?“. Zu Beginn polarisierte der Autor Andreas Sator mit seinen Einschätzungen über die Kompatibilität von Nachhaltigkeit und Landwirtschaft und über die steigende Relevanz von Gentechnik in der zukünftigen Lebensmittelproduktion. Im Vortrag von Wilhelm Windisch ging es um die Milchproduktion im alpinen Raum. Der Experte für Tierernährung an der TU München hob die Wichtigkeit von Nutztieren für einen funktionierenden Kreislauf hervor. Daher sei Milchproduktion im alpinen Raum nach wie vor zeitgemäß, erklärt er. Stefan Hörtenhuber von der Universität für Bodenkultur in Wien präsentierte aktuelle Forschungsergebnisse und räumte mit dem Vorwurf auf, die Kuh sei ein Klimakiller.

Darüber, wie sich die deutsche Molkereigenossenschaft DMK Group, in den vergangenen Jahren weiterentwickelt hat, berichtete Oliver Bartelt, Global Head of Corporate Communications der DMK Group. Ein wesentlicher Aspekt, um die Konsumenten abzuholen, sei es gewesen sich dem Thema Nachhaltigkeit ernsthaft zu widmen und das auch nach außen zu kommunizieren. Die Milchwirtschaft habe ein Kommunikationsproblem, erklärte Bartelt. Kerstin Wriedt von der Initiative Milch 2.0 in Deutschland präsentierte eine neue Studie von Rheingold Salon zu den Konsumgewohnheiten der Verbraucher. Ein Ergebnis: Die Mehrheit der Verbraucher will auch in den nächsten zehn Jahren bei Milch bleiben – sie wünschen sich aber auch mehr Zukunftsorientierung. Eine neue Art des Storytellings rund um Milch und Milchprodukte müsse gelingen, lautete ihr Fazit. Zum Abschluss des Milchforums gab Alexander Anton, Generalsekretär des Europäischen Milchverbandes, Einblicke in die Agrarpolitik der EU.



**Diskutierten auf dem Milchforum: Wilhelm Windisch, AMA-Geschäftsführerin Christina Mutenthaler-Sipek, Kerstin Wriedt, Alexander Anton und Peter Hamedinger, Milchmarketing-Manager der AMA.**



**Gruppenbild nach der Auszeichnung (von links): Doris Ploner, die niederösterreichische Milchkönigin Sophia Stiegler, Franz und Andrea Schramel mit ihren Kindern Magdalena, Jakob und Katharina sowie Christian und Bianca Holzapfel mit ihren Kindern Jana sowie Luisa und die niederösterreichische Milchprinzessin Magdalena-Sophie Mayer. Foto: Georg Pomassl**

### DIE KÄSEMACHER

## Auszeichnung für Partnerbetriebe

Ein Novum des diesjährigen niederösterreichischen Milchlandpreises war die erstmalige Verleihung der Sonderpreise im Bereich Schaf- und Ziegenmilch. Als bester Schafmilchbetrieb wurde der Bauernhof von Andrea und Franz Schramel aus Martinsberg geehrt. Die Auszeichnung als bester Ziegenmilchbetrieb sicherte sich mit Familie Bianca und Christian Holzapfel aus Kottes ebenfalls ein Partnerbetrieb von Die Käsemacher. Neben der Produktion von hervorragender Qualitätsmilch fließen auch Faktoren wie das Betriebsumfeld, das Engagement als Botschafter für Milch und Milchprodukte, betriebswirtschaftliche Aspekte sowie zahlreiche Kennziffern der Milchviehherde in die Bewertung ein. „Wir als Molkerei sind sehr stolz darauf, mit solchen engagierten und ausgezeichneten Partnern zusammen arbeiten zu dürfen. Die Qualität unserer Rohstoffe sowie die Regionalität dieser stehen bei uns an oberster Stelle. Beide Betriebe setzen sich täglich für bestes Tierwohl am Hof sowie eine sehr gute Milchqualität ein und sind in ihren Bereichen engagiert, um die Standards hoch zu halten und laufend zu verbessern“, erklärte Doris Ploner, Geschäftsführerin von Die Käsemacher.

### KÄRNTNERMILCH

## Ausgezeichnete Qualität

Die Kärntnermilch wurde bei der 37. Internationalen Qualitätsbewertung von Milch- und Milchprodukten im slowenischen Gornja Radgona mit insgesamt 19 Medaillen ausgezeichnet. Die internationale Fachbewertung wurde im Zuge der Landwirtschaftsmesse „Agra“ abgehalten. Die höchste Auszeichnung, den „Qualitätschampion“, erhielt die Kärntnermilch für vier Käsespezialitäten: den Mölltaler Almkäse, Kärntner Rahmkäse, Drautaler Naturgereift und den Mölltaler Almkäse Selektion.



**Mit der Unterzeichnung der Women's Empowerment Principles unterstreicht Hofer seinen Grundsatz, die Gleichstellung der Geschlechter zu gewährleisten.**

**HOFER**

## Förderung der Rolle von Frauen

Mit der Unterzeichnung der UN Women's Empowerment Principles (WEP) hat sich Hofer verpflichtet, die Gleichstellung der Geschlechter zu gewährleisten und die Rolle der Frau zu fördern. WEP beruhen auf internationalen Arbeits- und Menschenrechtsnormen und appellieren an die Unternehmensverantwortung sich für Gleichstellung und Stärkung der Rolle von Frauen einzusetzen. Gleichberechtigung bedeutet, dass alle Menschenrechte als Grundwerte betrachtet werden und diese ebenso von den Mitarbeitern respektiert werden. „Wir sind überzeugt, dass es uns stärker macht, die Einzigartigkeit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Kundinnen und Kunden zu verstehen, zu respektieren und zu schätzen. Deshalb setzen wir uns für den Aufbau einer integrativen Kultur ein, die Vielfalt in all ihren Formen wertschätzt. Die Women's Empowerment Principles knüpfen an unsere Wertvorstellung an, dass alle Unternehmen eine Verantwortung für die Gleichstellung der Geschlechter sowie für die Bekämpfung jeglicher Form von Diskriminierung tragen“, erklärt Hofer-Geschäftsführer Horst Leitner.



**LIDL**

## Wechsel an der Einkauf-Spitze

Roman Vallone-Fleischer (Foto) hat die Nachfolge von Adam Harcz angetreten und ist neuer Geschäftsführer für den Einkauf bei Lidl Österreich.

Der studierte Jurist sammelte auf Universitäten in Südafrika und in Berkeley (USA) Auslandserfahrungen. Geboren in Salzburg arbeitete er nach seinem Studium knapp vier Jahre für den Discounter Hofer in Sattledt, ehe er 2015 in das Ressort „Einkauf“ bei Lidl Österreich wechselte. Adam Harcz ist in seine Heimat Ungarn zurückgekehrt und übernimmt dort das Ressort Einkauf & Marketing als Geschäftsleiter.

**MPREIS**

## Geschäftsführung ergänzt

Der Tiroler Lebensmittelhändler MPreis hat Ingo Panknin als dritten Geschäftsführer bestellt. Er verantwortet die Bereiche Einkauf/Category Management, Produktion sowie Marketing und Digitalisierung. Zuletzt war der 51-Jährige Executive Vice President der dänischen Handelskette Salling Group und Landeschef beim deutschen Lebensmitteldiscounter Netto. Auch für die Metro-Gruppe und Aldi Süd arbeitete Panknin in leitenden Funktionen. In der neuen Konstellation der Geschäftsführung des Tiroler Familienunternehmens verantwortet Martina Dutzler die Bereiche Finanzen, Recht sowie Infrastruktur und David Mölk neben der Expansion alle Vertriebsagenden.



**Die neue Dreierspitze in der Geschäftsführung (von links): David Mölk, Martina Dutzler und Ingo Panknin.**

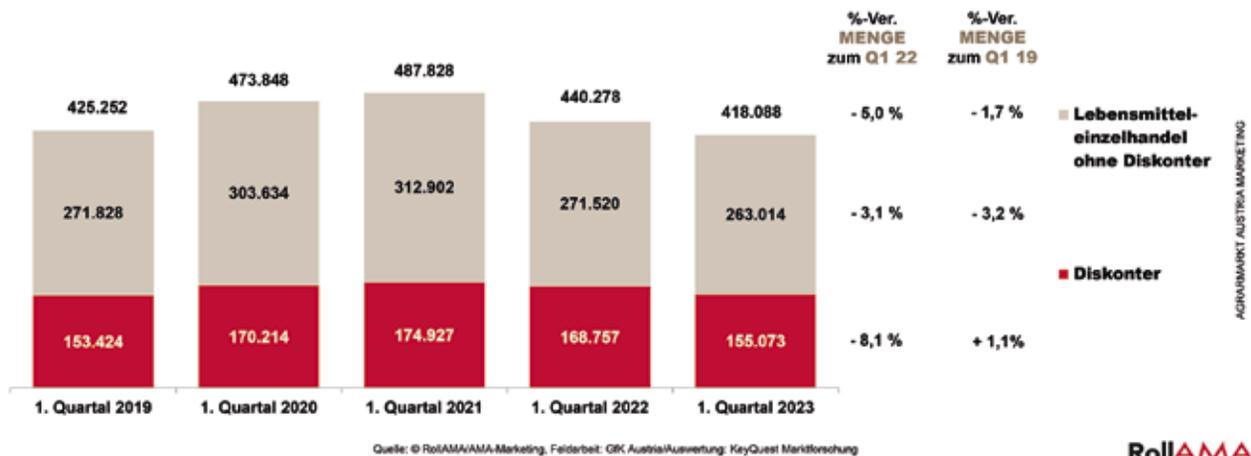
**KÄRTNERMILCH**

## Tiefgang in die „Terra Mystica“

Jährlich kommen an die 40.000 Besucher in das Schaubergwerk der Kärntnermilch und besuchen den eigens entwickelten Käseerzeugungstollen, in dem der „Blaue Nepomuk“ zu seinem Höhepunkt gelangt. Im Bergwerk aus dem 17. Jahrhundert in Bad Bleiberg reift die Käsespezialität 50 Meter unter der Erde bei acht Grad Celsius und 99 Prozent Luftfeuchtigkeit drei Monate. Die Besucher können den Käsern über die Schulter schauen und mehr über die nachhaltige Handarbeit rund um den blau marmorierten Edelschimmelkäse aus pasteurisierter Kuhmilch erfahren. Informationen über die Käsekultur und Arbeit der Meisterkäser, Verkostungen und Vorträge bereichern den Besuch des Käseerzeugungstollens. Wer den Weg in die Tiefen der „Terra Mystica“ scheut, kann auf der Homepage [kaerntnermilch.at](http://kaerntnermilch.at) bei einem virtuellen Rundgang die Reifung des Blauen Nepomuks erleben.

# Einkäufe sinken unter Niveau von 2019

mengenmäßig in Tonnen



Die Einkaufsmengen der österreichischen Haushalte sind im ersten Quartal 2023 im Vergleich zum Vorjahr um fünf Prozent gesunken – interessanterweise im Diskont stärker als im Lebensmitteleinzelhandel ohne Diskonter.

## QUARTALSAZAHLEN

### Zurückhaltung beim Einkauf

Erstmals seit Langem sind die Einkaufsmengen der österreichischen Haushalte gesunken. Im ersten Quartal 2023 lagen sie laut aktuellen Daten der RollAMA, der rollierenden Agrarmarktanalyse, unter dem Vor-Corona-Niveau von 2019. Insgesamt ging die Einkaufsmenge im ersten Quartal 2023 im Vergleich zum Vorjahr um fünf Prozent – und verglichen mit 2019 um zwei Prozent – zurück. Die Ausgaben stiegen hingegen um elf Prozent zur Vorjahresperiode, da der Durchschnittspreis eines „RollAMA-Einkaufskorbs“ um fast 17 Prozent höher ausfiel, obwohl Konsumenten zunehmend zu Aktionsartikeln gegriffen haben. Die Teuerungen treiben viele Verbraucher in die Discounter, wo inzwischen mit 29,5 Prozent fast ein Drittel aller Einkaufsausgaben generiert werden. Ein Blick auf die Warengruppen Milch und Molkereiprodukte zeigt Mengen- und Preisveränderungen. Besonders deutlich steigen die Preise für Milchprodukte, was insbesondere den Absatz von Fruchtojoghurt dämpft (minus 7,1 Prozent). Obwohl die Preise für Käse gestiegen sind, geht der Käseeinkauf weniger stark zurück (minus 3,4 Prozent) und macht die Gelbe Linie damit langfristig zum Gewinner in der Mopro-Range. Die Butterpreise gehen im ersten Quartal wieder leicht zurück. Die Beliebtheit von Butter bleibt aber ungebrochen.

## GMUNDNER MOLKEREI

### Kartonpackungen ohne Aluminiumschicht



Die Gmundner Molkerei bietet jetzt aseptische Kartonpackungen von SIG ohne Aluminiumschicht an. Seit Mai wird die Premium-Milch der Marke Gmundner Milch in Combibloc Midi 1.000 ml mit Combibloc Ecoplus-Verpackungsmaterial ohne Aluminiumschicht gefüllt. Das Verpackungsmaterial verbessert die ohnehin schon sehr gute Umweltbilanz aseptischer Kartonpackungen von SIG. Es besteht aus Rohkarton aus FSC-zertifizierten Wäldern und anderen kontrollierten Quellen sowie hauchdünnen Polymerschichten, die dafür sorgen, dass die Milch in der Verpackung über einen langen Zeitraum geschützt bleibt. Diese Innovation verleiht der Produktkategorie der haltbaren Milch neue Impulse und entspricht dem Wunsch der Verbraucher nach CO<sub>2</sub>-reduzierten, nachhaltigen Verpackungen. „Aseptische Kartonpackungen ohne Aluminiumschicht anzubieten, ist ein Meilenstein in Sachen Nachhaltigkeit nicht nur für unser Unternehmen, sondern auch für den Handel und für Konsumenten“, erklärt Christoph Engl, der Geschäftsführer der Gmundner Molkerei.

## SALZBURG MILCH

# Tierwohlmonitoring gewürdigt

Mit zwei Auszeichnungen wurde die Dissertation „Dairy cow welfare in Austria – risk indicators and farmers' motivation for improvement“ von Dr. Josef Schenkenfelder gewürdigt. Der wissenschaftliche Berater der Salzburg Milch erhielt neben dem „IGN-Forschungspreis für tiergerechte Nutztierhaltung“ der „Internationalen Gesellschaft für Nutztierhaltung“ nun auch den erstmalig verliehenen „ÖTT Tierschutz-Forschungspreis“ der Plattform „Österreichische Tierärztinnen und Tierärzte für Tierschutz“. Salzburg Milch hatte bereits vor Jahren Experten der Universität für Bodenkultur Wien an Bord geholt, um eine wissenschaftlich fundierte und langfristig ausgerichtete Tiergesundheitsstrategie zu entwickeln. Die damals von Dr. Schenkenfelder entwickelten und nun von den bäuerlichen Lieferbetrieben der Salzburg Milch umgesetzten Maßnahmen des Tierwohlmonitorings von Milchkühen sind das zentrale Thema der nun zweifach



**Freuten sich über die Auszeichnungen: Dr. Josef Schenkenfelder (links) und Sebastian Mösl.**

ausgezeichneten Dissertation. „Für uns ist die Verleihung der Auszeichnungen eine weitere Bestätigung dafür, dass wir mit unserer Tiergesundheitsinitiative die richtigen Schritte für nachhaltig mehr Tierwohl gesetzt haben“, erklärte Sebastian Mösl, stellvertretender Geschäftsführer der Salzburg Milch.



**Gruppenbild mit Dame (von links): Michael Pecher, Gerhard Weinberger, Romana Kaufmann und Alois Huber.**

## SPAR

# Neuordnung im Vertrieb

Der Spar-Vorstand hat beschlossen, den Vertrieb neu zu ordnen, wenn Alois Huber, der langjährige Leiter des Einzelhandel-Vertriebs, Ende März 2024 in Pension geht. Bereits zum Jahreswechsel werden der Filial- und der Einzelhandels-Vertrieb zusammengelegt. Die Führung des Gesamtvertriebs übernimmt Gerhard Weinberger. Er bleibt gleichzeitig Leiter der Spar-Filialorganisation. Zum neuen Leiter des Einzelhandel-Vertriebs wurde Michael Pecher bestellt. Die Koordination aller Spar-Outlets übernimmt Romana Kaufmann. Mit dieser Neuordnung des Vertriebs soll das umfangreiche Knowhow beider Einheiten gebündelt und für alle nutzbar gemacht werden. Geplant ist diese Lösung vorerst für etwa ein Jahr.

## HOFER

# Mehrwert für die Region

Heumilch aus Murau, Getreide aus dem Marchfeld oder Äpfel und Saftobst aus dem Mostviertel. Jedes einzelne Produkt der Hofer Bio- und Nachhaltigkeitsmarke „Zurück zum Ursprung“ leistet einen Beitrag für den Erhalt und die Förderung der Region, aus der es kommt.

Welchen Beitrag die Produkte der Marke genau für die Regionen leistet, zeigt die Nachhaltigkeitsberechnung „Mehrwert für die Region“. Diese analysiert und bewertet, welchen Beitrag die Produkte entlang der gesamten Wertschöpfungskette für den Erhalt der Region leistet. Dafür wird auf ein wissenschaftliches Berechnungsmodell zurückgegriffen, das vom Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL) erstellt wurde. Dieses wird laufend dem aktuellen Wissensstand angepasst und umfasst 41 Indikatoren aus den drei Themenbereichen „Regionale Ökonomie“, „Soziales & Governance in der Region“ sowie „Regionale natürliche Ressourcen“. Die Nachhaltigkeitswerte werden dann in Relation zu einer typischen, konventionellen Wertschöpfungskette in Österreich gesetzt, um den Mehrwert Kunden ersichtlich zu machen. Sie können die Ergebnisse der Nachhaltigkeitswerte auf den jeweiligen Produktseite online einsehen.

Genauere Einblicke zum „Mehrwert für die Region“ kann in der Hofer-Dokumentation „Der Ursprungsbauer“ auf [www.zurueckzumursprung.at/doku](http://www.zurueckzumursprung.at/doku) und den Social-Media-Kanälen verfolgt werden.

NEU! Aktuelle Zahlen

# DATEN UND FAKTEN ZUM WELTMILCHMARKT

## ZMB Jahrbuch Milch

Der Milchmarkt  
in Zahlen

Dairy markets  
in figures



2022

2021 war der Milchmarkt im zweiten Jahr in Folge durch Corona-Pandemie beeinflusst. Bei anhaltenden Einschränkungen für das öffentliche Leben wurde mehr Geld für Lebensmittel ausgegeben. Der internationale Handel mit Milchprodukten ist erneut gewachsen – vor allem aufgrund höherer Importe des größten Abnehmers China. Das Milchaufkommen der beiden größten Exporteure EU und Neuseeland ist gleichzeitig gesunken. Das Angebot hat sich verknappert und Preise für Milchprodukte haben sich nach einem schwachen Vorjahr erholt.

Das ZMB Jahrbuch Milch 2022 zeigt die Marktentwicklungen in Deutschland, Europa und in wichtigen Drittländern anhand von Zahlen, Daten und Fakten auf. Zeitreihen zu Erzeugung, Verbrauch, Außenhandel und Preisen veranschaulichen die wichtigsten Marktbewegungen, ergänzt durch kompakte Kommentare und Grafiken.

Das ZMB Jahrbuch – mit zweisprachigen Tabellen in Deutsch und Englisch – ist ein unentbehrliches Nachschlagewerk für alle, die sich mit dem Milchmarkt beschäftigen.

Bestellen Sie über [fachbuch@blmedien.de](mailto:fachbuch@blmedien.de)  
oder [blmedien.de/zmb-jahrbuch-milch-2022](http://blmedien.de/zmb-jahrbuch-milch-2022)

SOEBEN ERSCHEINEN!

Ja, ich möchte ..... Exemplar(e) „ZMB-Jahrbuch Milch 2022“ für 140,00 Euro (inkl. MwSt. und Versand) pro Stück bestellen.

Name: ..... Telefon: .....

Firma: ..... Fax: .....

Straße: ..... E-Mail: .....

PLZ/Ort: ..... Unterschrift: .....

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

B&L MedienGesellschaft mbH & Co. KG  
„Buchbestellung“  
Max-Volmer-Straße 28, 40724 Hilden  
Telefax: +49 (0) 2103 204-204  
[fachbuch@blmedien.de](mailto:fachbuch@blmedien.de)

# Nachhaltiger Milchgenuss aus Europa



## Gut fürs Klima. Gut für die Artenvielfalt. Heumilch: Einfach urgut.

- Heumilchkühe erhalten frische Gräser und Kräuter im Sommer und Heu im Winter. Vergorene Futtermittel sind verboten.
- Diese nachhaltige Wirtschaftsweise fördert die Artenvielfalt und schützt das Klima.
- Weide, Auslauf oder Laufstall sorgen für ausreichend Bewegung. Eine dauernde Anbindehaltung ist verboten.
- Die Höfe sind in den Bergregionen der Alpen und des Alpenvorlands beheimatet.

Mehr auf [heumilch.com](http://heumilch.com)

Besuchen  
Sie uns auf der  
**Anuga 2023**  
Halle 10.1  
Stand Co25

Hinweise für eine ausgewogene, gesunde Ernährung finden Sie unter [www.dgde.de](http://www.dgde.de)

**GARANTIERT GENTECHNIKFREI**



Kofinanziert von der  
Europäischen Union

Der Inhalt dieser Veröffentlichung gibt allein die Meinung des Autors wieder, der allein für den Inhalt verantwortlich ist. Die Europäische Kommission haftet nicht für die etwaige Verwendung der darin enthaltenen Informationen.

**ENJOY  
IT'S FROM  
EUROPE**

