

Produkte aus Schaf- und Ziegenmilch

# Gute Roherträge

Die einstigen Nischen-Waren haben sich als Trendkategorie etabliert. **Ab- und Umsätze steigen** stetig.

Text: **Christina Steinheuer**



Foto: stockpert

**P**rodukte aus Schaf- und Ziegenmilch liegen im Trend. Beim Verbraucher gelten sie als gesund, beim Handel als Spezialitäten-Kategorie, deren Marge Freude macht. Seit Jahren können sie im LEH zweistellige Wachstumsraten vorweisen. Ein Ende dieser Aufwärtsentwicklung ist nicht absehbar – im Gegenteil: Die Anzahl der potenziellen Käufer (Menschen mit Milchzuckerunverträglichkeit, Spezialitäten-Käufer, Bio- und Lifestyle-orientierte Konsumenten) dürfte weiter steigen. Schließlich leiden zunehmend mehr Menschen an Laktoseintoleranz und anderen Allergien. Darüber hinaus verlangen die Konsumenten permanente neue Geschmackserlebnisse, Produktvariationen sowie ein breites Spezialitäten-Sortiment.

Auch wenn inzwischen die Discounter massiv in das Geschäft mit Produkten aus Schaf-/Ziegenmilch eingestiegen sind, bleibt dem klassischen LEH Potenzial zur Differenzierung. Davon ist Bastian Kracht überzeugt. Bei der Edeka Nord ist er u.a. für den Einkauf von Molkereiprodukten zuständig. „In den vergangenen fünf Jahren sind Produkte aus Schaf- und Ziegenmilch bei uns überproportional gewachsen, haben ihren Ab- und Umsatz mehr als verdoppelt“, berichtet Kracht. 200 solcher Artikel hat die Edeka Nord gelistet. „Im Durchschnitt“, so Kracht, „bietet jeder unserer Händler davon circa 30 Artikel an.“

Vor zehn Jahren waren Produkte aus Schaf- und Ziegenmilch noch Nischenartikel. Inzwischen haben sie sich als Ganzjahres- und Standard-

**PRODUKTE**



sardischer Schafkäse mit Herkunftsschutz, intensives Aroma, würziger Geschmack  
**Medoro D.O.P.**  
**Pinna**

fettreduziertes Scheibenprodukt, aus 100 Prozent Schafmilch  
**Salakis Leicht**  
**Lactalis**

produkte etabliert. „Auch wenn wir ganzjährig nur zwei Artikel anbieten sowie im Sommer einige zusätzliche, haben sich selbst bei uns diese Waren zu Eckartikeln mit Umsatzbedeutung entwickelt“, bilanziert Maik van Toorn, bei Norma u.a. für den Einkauf von Molkereiprodukten der Gelben Linie verantwortlich.

**Discounter forcierten Trend**

2003 stieg Aldi Süd ins Geschäft ein (Schnittkäse), 2004 folgte Aldi Nord (Weichkäse), 2005 Aldi Ost, ebenfalls mit einem Weichkäse. Gleich mit fünf Artikeln (zwei Weichkäse, drei Frischkäse) startete 2006 Plus.

Aktuell (5. November) hat laut Wirtschaftsinformationsdienst Preiszeiger (vgl. Spalte S. 33) Plus mit 12 Artikeln unter allen Discountern das mit Abstand größte Ziegen-

und Schafkäse-Sortiment. Penny Nord und Süd folgen je mit acht Produkten, Netto Nord mit sieben, Aldi Nord, Netto Süd und Lidl Süd mit fünf, Netto Süd und Lidl Süd mit vier, Lidl Nord und Ost mit vier. Mal wieder machte Aldi den Anfang und verstärkte als erster Discounter den Trend, der im klassischen LEH schon seit einigen Jahren an Fahrt auf-

genommen hatte. Enorm ist das Tempo, das das Wachstum in diesem Bereich kennzeichnet.

Von den 67 Käsen aus Schaf- und Ziegenmilch, die es aktuell im Discount gibt, wurden 31 in diesem Jahr eingeführt. 2007 waren es 20, 2006 zehn, 2005 fünf Artikel. Angeboten werden Packungen zwischen 110 und 1000 g, wobei die 150-g-Pa-

**Plus hat mit  
12 Artikeln  
von den  
Discountern  
das größte  
Sortiment.**

ckungen (25) sowie die 200-g-Packungen (14) dominieren.

Heute kann sich der klassische LEH vom Discount vor allem durch Sortimentsbreite und -tiefe sowie kleinere Verpackungsgrößen abheben. Abgesehen davon, dass diese generell im Trend liegen (Zunahme von Einpersonen-Haushalten), sind sie auch für Kinder und Senioren »

# Köstliche Weihnachten mit Appenzeller® Käse.

## Große Thekenaktion vom 15.11. – 31.12.2008.

Die große Appenzeller® Käse-Weihnachtsaktion schafft zusätzliche Nachfrage für Ihr Geschäft. Bestellen Sie deshalb rechtzeitig zum Aktionsstart ausreichend Appenzeller® Käse und gratis das Werbemittelpaket.

Unser  
Dankeschön für Sie:  
**Weihnachtsklingelton  
für Ihr Handy.**

SMS mit APPENZELLER an 20500  
(gratis, exkl. Kosten für SMS- und Datenübertragung  
gemäß Ihrem Mobilfunkvertrag)



Fragen oder Anregungen richten Sie bitte an:  
Switzerland Cheese Marketing GmbH, Neue Poststraße 17, 85598 Baldham  
Tel.: 08106/89 87-0, Fax: 08106/89 87-10, info@kaese-schweiz.com

Fromage Käse Queso Cheese  
**Appenzeller®**  
**SWITZERLAND**

Der würzigste Käse der Schweiz.



besser geeignet. Das Potenzial für Produkte aus Schaf- und Ziegenmilch sei besonders für diese Altersgruppen noch nicht ausgeschöpft, glaubt Bastian Kracht. „Gerade für sie sind die Attribute von Schaf- und Ziegenmilch-Produkten wie 'besonders verträglich' und 'gesundheitsfördernd' ja wichtig.“

Immer mehr Hersteller positionieren ihre Artikel als „Gesundheits-Produkte“. Bei Edelweiss (Chavroux) betont man, wie wenig Fett und wie viele Nährstoffe Ziegenmilch im Vergleich zu Kuhmilch hat (3 x mehr Vitamin A, 5 x mehr Vitamin D, 25 Pro-

zent mehr Vitamin C). Das Chavroux-Sortiment wird – auch weil sein Absatz sich binnen drei Jahren verdreifachte – kontinuierlich erweitert. Im Dezember kommt ein 2,35-kg-Laib für die Bedientheke hinzu. Die Leicht-Variante des Ziegenfrischkäses mit nur 8 Prozent Fett ist die bisher einzige auf dem Markt.

Auch Pinna (in Italien Marktführer bei Pecorino sowie einer der zentralen Marktteilnehmer generell) setzt auf den Gesundheits-Trend. Die 17 Produkte aus Schaf-/Ziegenmilch, die das Unternehmen hier zu Lande anbietet, haben einen sehr

**PRODUKTE**



milder Ziegenquoda, für Theke und SB

**Frico Belle Blanche**  
**Friesland Foods**



200 g Weichkäse aus Ziegenrohmlch  
**Schwarzer Peter**  
**Jäckle Käse**



Ziegenfrischkäse mit Honig, 125 g  
**Bettine Naturel**  
**U-Net 4° to 7°**



Aus Schaf- und Ziegenmilch, 150 g  
**Patros Feta**  
**Hochland**



Ziegen-Camembert, 200 g, EVP: 2,99 Euro  
**Grüner Altenburger**  
**Rotkäppchen**

hohen Gehalt an kurzkettigen Fettsäuren (CLA) sowie an Alpha-Linolsäure (eine Omega 3-Fettsäure). Beide sollen laut Studien der Universität Sassari positiv auf Stoffwechsel und Immunsystem wirken. Sie gelten als entzündungs- und krebshemmend und sollen vorbeugend bei Herz- und Gefäßerkrankungen wirken. In-Store-Promotion für die Artikel von Pinna wird es bei Handelshof, selbstständigen Edekanern und voraussichtlich auch bei Ratio und Dohle geben.

Die Siegburger verzeichnen bei Produkten aus Schaf- und Ziegenmilch seit fünf Jahren Umsatzzuwächse und bieten inzwischen 150 Artikel an, hauptsächlich im mittleren und hohen Preissegment. Unter ihnen ist auch Regional-Ware, die die Konkurrenz nicht hat.

**Regionalität als Verstärker**

Ähnliches gilt für das Boni Center in Witten, das seinen Kunden von der Preiseinstiegs- bis zur Premium-Ware alles bieten kann, inklusive regionalen Spezialitäten von „Sondermann“ aus dem Münsterland sowie „Jule's Käsekiste“ aus dem Sauerland. Regionalität ist auch bei der Konsumgenossenschaft Leipzig, die Ziegenkäse von „Zimmermann“ aus Falkenhain anbietet, ein Faktor, der die Nachfrage verstärkt. Obwohl Schaf- oder Ziegenkäse inzwischen ganzjährig gefragt sind, beobachtet man im Boni Center, bei der Coop, Konsum Leipzig oder auch in vielen anderen Häusern eine verstärkte Nachfrage vor Feiertagen. Quer durch den Handel ist man mit den Rohertträgen zufrieden. Im Boni Center liegen die Aufschläge bei 50 bis 70 Prozent.

Im Lestra Kaufhaus in Bremen setzt Bereichsmanagerin Sabine Brandt nicht nur auf ein breites Angebot (40 Sorten in der Theke, 20 in SB), sondern insbesondere auf die Verfeinerung der Grundprodukte, etwa mariniertes Schafkäse oder ausgefallene Ziegen-Frischkäse-Kreationen. Auch deshalb und auf Grund der zahlreichen Verkostungen hat sich das Sortiment in der letzten Dekade vervielfacht.

**MARTOR**  
Solingen  
**Sicherheits-Kartonöffner**

Tel. +49 212 25805-0 · Fax 25805-55  
info@martor.de · http://www.martor.de

mediens meetings services sales

**JANE**

Das neue kostenlose Azubi-Portal der  
LEBENSMITTEL PRAXIS:  
[www.jane4u.de](http://www.jane4u.de)

einfach mehr

*immer ein Genuss*

**GOLDSTEIG**

**EMMENTALER**

Goldsteig Käseereien Bayerwald GmbH  
D-93413 Cham · Tel. 09971-844-0 · Fax 09971-844-100  
info@goldsteig.de · www.goldsteig.de

Zunehmender Beliebtheit erfreuen sich bei Tegut und Coop nicht nur Käse, sondern auch andere Molkereiprodukte aus Schaf-/Ziegenmilch. „Aktuell ist bei uns Ziegen-Lassi hinzugekommen“, berichtet Bernhard Glenz, Mitglied der Tegut-Geschäftsleitung. „Deutlich positiv entwickeln sich bei uns die Ab- und Umsätze bei Joghurt und z.B. Ziegenmilch“, sagt Klaus Burger, Geschäftsführer Einkauf Frische bei der Coop. Er bedauert, dass es bei Ziegenjoghurt auf Grund des knappen Beschaffungsmarktes zu wenig Ware gibt. Wegen fehlender Rohstoff-Kapazitäten der Hersteller sei momentan die Einführung von Artikeln unter der Eigenmarke „Unser Norden“ nicht realisierbar.

Bei Rotkäppchen hat man sich um die Rohstoffsicherung bereits gekümmert. Inhaber Peter Jülich, dem auch die Käseerei Altenburger Land gehört, arbeitet mit den Lieferanten intensiv daran, die Ziegenbestände in der Region um Altenburg auszubauen. Seit Juli trägt „Der Grüne Altenburger“ das Siegel einer geschützten Ursprungsbezeichnung. Zusätzlich bietet die Käseerei seit April einen 100-Prozent-Ziegenmilch-Camembert an.

3.000 kg Ziegenkäse werden in Deutschland jährlich konsumiert. Weil die Tendenz steigt, bringen immer mehr Hersteller neue Produkte auf den Markt. Die niederländische Käseerei Bettinehoeve etwa, bekannt wegen ihres Ziegenfrischkäses „Bettine Naturel“, will jetzt auch mit einem Ofenkäse (100 Prozent Ziegenmilch) punkten. Tapas und einen Ofenkäse aus Ziegenmilch vertreibt auch Uplegger. Außerdem bietet das Unternehmen auch griechischen Schafsmilchjoghurt an. Auf eine große Auswahl setzt Jäckle. 120 Premium-Schaf- und Ziegenkäse (10 Prozent vom Gesamt-Sortiment) bietet das Unternehmen an. Eine breite Auswahl an Ziegenmilch-Produkten hat auch Andechser. Seit der Einführung der Waren vor zehn Jahren legte der Umsatz jährlich um ca. 15 Prozent zu. Die Bio-Molkerei wertet den Markt als zukunftsfähige Nische. Als einzige bietet sie eine Ziegen-Käse-Creme an. In Kürze folgt eine Ziegen-Schoko-Milch. Die neuen Artikel werden offensiv beworben, in Rezepten und Broschüren integriert.

Vom Trend profitieren will auch Emmi. In Deutschland übernehmen die Schweizer den Vertrieb für Schaf-

milchprodukte des griechischen Milchverarbeiters Mevgal (Joghurt, Weichkäse). Doch auch schon am Markt etablierte Produkte wachsen. Zweistellig legte das Ziegengouda-Sortiment von Friesland Foods Cheese „Frico Belle Blanche“ zu. Der von Hochland unter der Marke Patros angebotene Feta aus Griechenland verzeichnete 2008 (Januar bis September) ein Absatzwachstum verglichen zum Vorjahreszeitraum von 70 Prozent.

## Bei der Coop entwickeln sich auch Ziegenmilch und -joghurt sehr positiv.



### DAS UNTERNEHMEN

■ Der Wirtschaftsinformationsdienst Preiszeiger (Köln) erhebt bundesweit und tagesaktuell Preis- und Sortimentsdaten von Aldi, Lidl, Norma, Penny, Plus, Netto, Schlecker, dm, Müller, Rossmann.

■ Ziel ist, genau und repräsentativ die Sortimente vollständig abzubilden.

■ Preiszeiger besucht täglich 34 Discount-Filialen. Im Lebensmittel-Discount werden 42.100 Artikel überwacht, im Drogeriehandel 57.066. Die Datenbank (232.760 Datensätze) wird täglich aktualisiert.

■ [preiszeiger.de](http://preiszeiger.de)

### Jahrelang am Markt erfolgreich

Société Roquefort von Lactalis steigerte seinen Absatz im gleichen Zeitraum vgl. zum Vorjahr um 103 Prozent. Unter der Marke Salakis bietet das Unternehmen mit „Leicht“ das einzige fettreduzierte Produkt aus 100 Prozent Schafmilch an. Der französische Konzern ist hier zu Lande mit seiner Premium-Marke Président schon lange auf Erfolgskurs.

Auch Tegut beschäftigt sich bereits seit Jahren intensiv mit Produkten aus Schaf- und Ziegenmilch, baute das Bio- und das konventionelle Sortiment zielstrebig aus. „Die Produkte sind attraktiv, die Perspektiven weiterhin gut“, bilanziert Bernhard Glenz. Diese Ansicht teilt man auch bei Jäckle, wo man von weiteren Steigerungen ausgeht. **LP**

GROSSER GESCHMACK AUS DEM DEICHLAND.  
GROSSER ERFOLG  
AN IHRER KÄSETHEKE.

www.deichgoldgenuss.de



Einzigartig – frische Cremigkeit und sanft würziger Geschmack.



Aufmerksamkeitsstark – permanente POS-Offensive mit nationaler Media-Unterstützung.



\*Quelle: Unabh. Mafo-Institut, 2006.



**NEU!**

Exklusiv für die Käsetheke!



NUR IM DEICHLAND WIRD AUS KÄSE GOLD. DEICHGOLD.