

IMPRESSUM

MARKANT Magazin

63. Jahrgang

Erscheint einmal im Monat für
Partner der MARKANT

HERAUSGEBER

MARKANT AG, Pfäffikon (CH)
Internet: www.markant.com

KONZEPTION UND INHALT

Bernhard Delakowitz, Tel. +41 58 4502-506
Renate Menner, Tel. +49 781 616-5273

REDAKTION

Steffi Simone Müller (Chefredaktion)
Tel. +49 7225 916-253
Uta-Caecilia Nabert, Tel. +49 7225 916-251

GRAFIK

Claudia Masino

MITARBEITER DIESER AUSGABE

Renate Menner, Bernhard Delakowitz,
Bernd Liening, Brigitte Oltmanns,
Inka Stonjek, Hedda Thielking

VERLAGSLEITER

Gabor Griego

ANZEIGEN

medialog GmbH & Co. KG

ANZEIGENLEITER

Florian Castello, Tel. +49 7225 916-276

ANZEIGENVERKAUF

Björn Kleffner, Tel. +49 7225 916-272
Sveta Srna, Tel. +49 7225 916-278

ANZEIGENDISPOSITION

Tel. +49 7225 916-130

ANZEIGENPREISLISTE

Nr. 18, gültig ab 1.1.2018

EINZELVERKAUFSPREIS

€ 5,40

DRUCK

pva,
Druck und Medien-Dienstleistungen GmbH
Industriestraße 15
76829 Landau/Pfalz

VERLAG

medialog GmbH & Co. KG
Medienplatz 1
76571 Gaggenau
Tel. +49 7225 916-230
Fax +49 7225 916-290
Internet: www.medialog.de
E-Mail: medialog@medialog.de
ISSN 2197-4101

Für unverlangt eingesandte Manuskripte wird keine Haftung übernommen. Die Zeitschrift wird zum Monatsanfang ausgeliefert. Reklamationen über nicht erhaltene Hefte können beim Verlag nur innerhalb von drei Monaten nach der zuletzt fälligen Zustellung gestellt werden. Bei Nichtbelieferung ohne Verschulden des Verlages oder im Falle höherer Gewalt (z.B. Streik etc.) besteht kein Entschädigungsanspruch. Gedruckt auf chlorfrei gebleichtem Papier. ©medialog GmbH & Co. KG, Gaggenau, Germany.

TITELBILD: Fotolia (karandaev)

PRODUKTFOTOS: Hersteller



Neu positioniert

Sauermilchkäse trifft mit seinen Produkteigenschaften den Nerv der Zeit. Günter Brandmeier, Geschäftsführer der Käserei Loose, über das Potenzial des Sortiments und wie eine Verjüngungskur gelingt.



Welche Bedeutung hat Sauermilchkäse?

Als idealer Eiweisslieferant profitiert Sauermilchkäse vom aktuellen Proteintrend. Im Gegensatz zu anderen

Käsesorten enthält er auf 100 Gramm 30 Gramm Eiweiss bei nur 0,5 Prozent Fett. Unsere Marke «Quäse» sorgt dabei für neue Kaufanreize: Bei einem stagnierenden Sauermilchkäsemarkt ist die Käuferreichweite von «Quäse» auf 7,1 Prozent angewachsen. Im Jahr 2014 lag diese noch bei vier Prozent.

Wie ist es Ihnen gelungen, das verstaubte Image von Sauermilchkäse abzulegen?

Wir haben die Fitness-Food-Qualitäten des Produkts früh erkannt und kommuniziert. 2011 hiess die Marke noch «Leckerbissen». Vor fünf Jahren etablierten wir mit einem Werbespot unseren «Quäse» – den Käse aus Quark. Damals konnten wir die Produktbenefits vor allem an die ernährungsbewusste und sportaffine Zielgruppe vermitteln – und haben damit grösstenteils jüngere Konsumenten angesprochen. Mittlerweile liegt der Anteil der unter 50-jährigen Käufer von «Quäse» bei 38 Prozent.

Wo liegt der Pro-Kopf-Verbrauch pro Jahr bei Sauermilchkäse und Käse allgemein?

Der Pro-Kopf-Verbrauch in der Gesamtkategorie Käse liegt laut Statistischem Bundesamt bei 13,56 Kilogramm und der Pro-Kopf-Verbrauch von Sauermilchkäse-Käufern bei 1,76 Kilogramm.

Ist Sauermilchkäse denn eine regionale Spezialität?

Seinen Ursprung hat er im Harz. In den östlichen Bundesländern kennt jeder den typischen «Harzer», er wird dort gerne gegessen. Generell gilt: In Mecklenburg-Vorpommern, Berlin, Brandenburg und Sachsen-Anhalt ist der Sauermilchkäse deutlich beliebter als etwa im Schlusslicht Baden-Württemberg. Auch wenn es regionale Unterschiede gibt, der Sauermilchkäse ist kein regionales Produkt. Das zeigt gleichermassen das grosse nationale Angebot.

Was muss der Handel bei der Vermarktung von Sauermilchkäse beachten?

Probieraktionen sorgen stets für einen Überraschungseffekt. Viele junge Menschen haben das Produkt nicht im Relevant Set. Sobald sie den Käse allerdings auf moderne Art – zum Beispiel mit einem Dip – probieren, werden sie neugierig. Rezeptinspirationen sind deshalb eine gute Unterstützung, denn Sauermilchkäse ist sehr vielfältig einsetzbar. □

IN KÜRZE

Käserei Loose



Gründungsjahr: 1921; gehört seit 1998

zur Unternehmensgruppe Theo Müller

Firmensitz: Leppersdorf

Geschäftsführer: Günter Brandmeier

Mitarbeiter: ca. 265

Umsatz: ca. 60 Millionen Euro

Sortiment: Sauermilchkäsetaler und -sticks

Marken: «Quäse», «Quäse Protein», «Hausmacher»

www.loose.de // fitness-food-mit-biss.de