Gute Käsetheke macht Neukundengewinn möglich

Experte Michael Rebmann empfiehlt Einsteigern Hart- und Schnittkäse – Standort und Kundschaft prüfen – Solide Gewinnspanne

Nürnberg. „Käse hat Charakter. Wer Offenheit und eine gewisse Ausdauer mitbringt, kann damit neue Kunden auch für Metzgereien gewinnen", lautet die Erfahrung von ***Michael Rebmann***. Der Vertriebsleiter der Dorfkäserei Geifertshofen in Baden-Württemberg hat über 100 Fleischereibetriebe als Kunden und sieht ein gut abgestimmtes Käsesortiment als wichtiges Mittel künftiger Wertschöpfung.

Käse ist für viele Metzger längst mehr als „nur" ein kleines Zusatzangebot – oft entwickelt es sich zum Umsatzgaranten und einem Alleinstellungsmerkmal des Geschäfts. Aber wie bestückt man die Theke richtig? Michael Rebmann empfiehlt Einsteigern zunächst eine Auswahl von länger haltbaren Hartkäsen und Schnittkäsen, abgerundet durch mehrere (ca. drei Wochen haltbare) Weichkäse. Bei guter Kundenfrequenz könne man anschließend zum Beispiel Blauschimmelkäse mit aufnehmen, später auch Schaf- und Ziegenkäse. Letztere liegen bereits auf einem höheren Preisniveau als Standardsorten wie Emmentaler oder Grünländer. Da müsse sich der Metzger einfach mal „vortasten", rät der Experte.

Heumilchkäse mit Charkter: Christoph Schaper am Stand der Dorfkäserei Geifertshofen.

Ein Traum für Käsefans: ein lange gereifter Parmesan aus der Caseaia Sant'Anna in Anzola.

Auf der BioFach in Nürnberg, der Weltleitmesse für ökologisch erzeugte Lebensmittel, präsentierte die Dorfkäserei als einer von 82 Käse-Ausstellern (2014: 81) ihre hochwertige Produktpalette 44.000 Fachbesuchern. Mit 17 Mitarbeitern stellt man über ein Dutzend Hart- und Schnittkäsesorten her, vom vier Wochen gereiften „Sonnentaler" bis zum 18 Monaten gereiften „Via Aurelia" nach Art eines Parmesan. Der Rohstoff für all diese „Heumilchkäse" kommt von neun Bio-Bauernhöfen, die ihre Kühe im Sommer auf der Weide stehen haben und im Winter mit Heu füttern. Sie erhalten für ihren Aufwand einen fairen Preis von 61 ct/Liter.

Die als AG strukturierte Käserei, an der neben der Stadt Schwäbisch Hall auch die Bäuerliche Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall beteiligt ist, vertreibt ihre Eigenproduktion (ergänzt z.B. durch Weichkäse von anderen Höfen) im Umkreis von 150 km selbst an Feinkosthändler, Gastronomen und Kleinbetriebe, deutschlandweit auch über Speditionen und Paketdienste. Der Anteil von Fleischern aus dem Südwesten, aber auch aus Hamburg und Berlin stieg zuletzt an: „Sie kamen verstärkt auf uns zu", berichtet Rebmann. Vor Ort schult er Verkaufskräfte und Geschäftsinhaber zu Themen wie Unterscheidung von Käsesorten, Pflege des Käses, Warenpräsentation oder Schnitt-/Verpackungstechniken. Apropos: „Wer richtig schneidet, vermeidet Abfall und erhöht die Rentabilität", betont der 58-jährige gelernte Landwirt. Was die Preise angeht, bewegt sich Bio-Käse naturgemäß nicht auf Discount-Niveau eines jungen Gouda von 79 ct/100 g. Andere Hart- und Schnittkäse liegen bei Endverkaufspreisen von 1,60 bis 2,10 Euro, die Geifertshofener empfehlen für ihre 2,30 bis 2,60 Euro. Die mögliche Gewinnspanne auch für Metzgereien sei gut.

Grundvoraussetzung für Fachkräfte im Käseverkauf: „Sie sollten offen sein und eine positive Affinität zum Produkt haben." Denn der Mitarbeiter sei Ansprechpartner des Kunden in Käsefragen (zu Themen wie Allergien, Listerien, Fettgehalt, Haltbarkeit u.v.m.) und damit auch Vertrauensperson. Wenn er in dem neuen Bereich fachlich versiert und stolz darauf sei, erschließe er sich oft selbst neue Wissensbereiche – etwa zur Fütterung der Kühe, zu Käseherstellung, Temperaturführung, Gewürzen etc. „Käse ist eine eigene Dimension", verrät Rebmann. Manch einer mache so seinen Beruf zum Hobby.

Also ein klares Ja zum Käse in der Metzgerei? Für Michael Rebmann hängt das wie jede andere geschäftliche Entscheidung von mehreren Faktoren ab: Standort, Mitbewerber, Kundenkreis etc. Wenn man eine Klientel mit gehobenen Ansprüchen bediene, könne man durchaus etwas ausprobieren. Der Vertriebsleiter weiß von einem Metzger im Schwäbischen Wald, der kürzlich sein ganzes Käsesortiment auf Bio umgestellt hat – mit Erfolg. Es sei freilich immer auch Durchhaltevermögen gefordert, bis sich das neue Angebot in der Kundschaft herumgesprochen habe: „Ein halbes Jahr auf jeden Fall, besser noch ein Jahr. Das muss sich entwickeln." Wann man startet, ist Ansichtssache: zum Beispiel im September, um zum Weihnachtsgeschäft bereit zu sein. Rebmann empfiehlt auf jeden Fall eine Jahresstrategie für Promotionsideen zu entwickeln – etwa mit Spezialangeboten zu Ostern oder Aktionen

Michael Rebmann empfiehlt Schulungen für das Verkaufspersonal an der Käsetheke.

zur Urlaubszeit, die die Sehnsucht nach Reisen in ferne (Käse-)Länder bedienen.

Einer solchen glich der Weg durch die Ausstellerhallen der BioFach. Weit über 200 Sorten waren hier zu sehen und zu kosten – vom Klassiker Parmigiano, den die Casearia di Sant'Anna in Anzola dell'Emilia (Italien) seit 1959 in Bio-Qualität herstellt, bis zu Innovationen wie Steinpilzkäse, Rüblikäse oder Heumilch-Brie, wie sie die „Käserebellen GmbH" aus Steingaden in Oberbayern präsentierte.

Nicht zu vergessen: Im Catering und Partyservice kommt heute kaum ein Metzger mehr an Käse vorbei. Und dabei stellt sich oft die Frage: Welcher Wein zu welchem Käse? Antworten darauf gab bei der Nürnberger Messe ***Jörg Hurrle***. Der Fachberater der Peter Riegel Weinimport GmbH (Orsingen) empfahl, nicht zu sehr an Klischees wie „Rotwein mit Baguette und Käse" festzuhalten. Oft sei es die Ähnlichkeit von Geschmack und Aroma, häufig jedoch gerade der Kontrast, der eine Verbindung von Wein und Käse so interessant macht. Gute Kombinationsmöglichkeiten sind daher Süße und Säure, süß und salzig. Hier einige Tipps des Fachmanns:

1. Je mehr Säure ein Wein hat, desto sahniger darf der Käse sein. So passt z.B. ein guter Burgunder zu Weichkäse mit Edelpilz wie einem Brie oder Camembert.

2. Halbtrockene Weine passen hervorragend zu eher säuerlichen Käsen – z.B. eine halbtrockene Riesling Spätlese zu gut gereiftem Harzer oder Mainzer Käse.

3. Dessert- bzw. Süßweine harmonieren besonders zu salzigen Käsesorten – z.B. ein Muscat de Rivesalt mit Blauschimmelkäse wie Roquefort oder Gorgonzola.

4. Kräftige, schwere Weine mit einem starken Gerbstoffgerüst verlangen nach Hartkäsen – z.B. im Barrique gereifte Weine wie ein Rioja nach einem Manchego.

5. Meistens harmonieren Wein und Käse einer Region sehr gut zusammen – z.B. ein Gewürztraminer aus dem Elsass mit einem Münsterkäse aus den Vogesen.

6. Der Geschmack von Ziegen(frisch)käse kann gut von aromatischem Wein unterstützt werden – z.B. ein Crottin de Chavignol von einem Sauvignon blanc.

buc afz xx/2014

Käse-Klassen

Einteilung von Käse nach Wassergehalt

Hartkäse, unter 56 Prozent (z.B. Emmentaler, Bergkäse, Parmesan, Pecorino, Manchego)

Halbharter Schnittkäse, 52 bis 60 Prozent (z.B. Appenzeller, Raclette)

Schnittkäse, 54 bis 63 Prozent (z.B. Edamer, Gouda, Tilsiter)

Halbfester Schnittkäse, 61 bis 69 Prozent (z.B. Butterkäse, Edelpilzkäse)

Weichkäse, über 67 Prozent (z.B. Brie, Camembert, Romadour, Münsterkäse, Feta)

Sauermilchkäse, 60 bis 73 Prozent (z.B. Harzer Käse, Mainzer Käse, Kochkäse, Handkäse)

Frischkäse, über 73 Prozent (z.B. Quark, Hüttenkäse, Ricotta, Cottage Cheese, Gervais)

Geifertshofen

Käserebellen

Sant'Anna