

# KÄSE-THEKE

Nr. 5 | September 2017

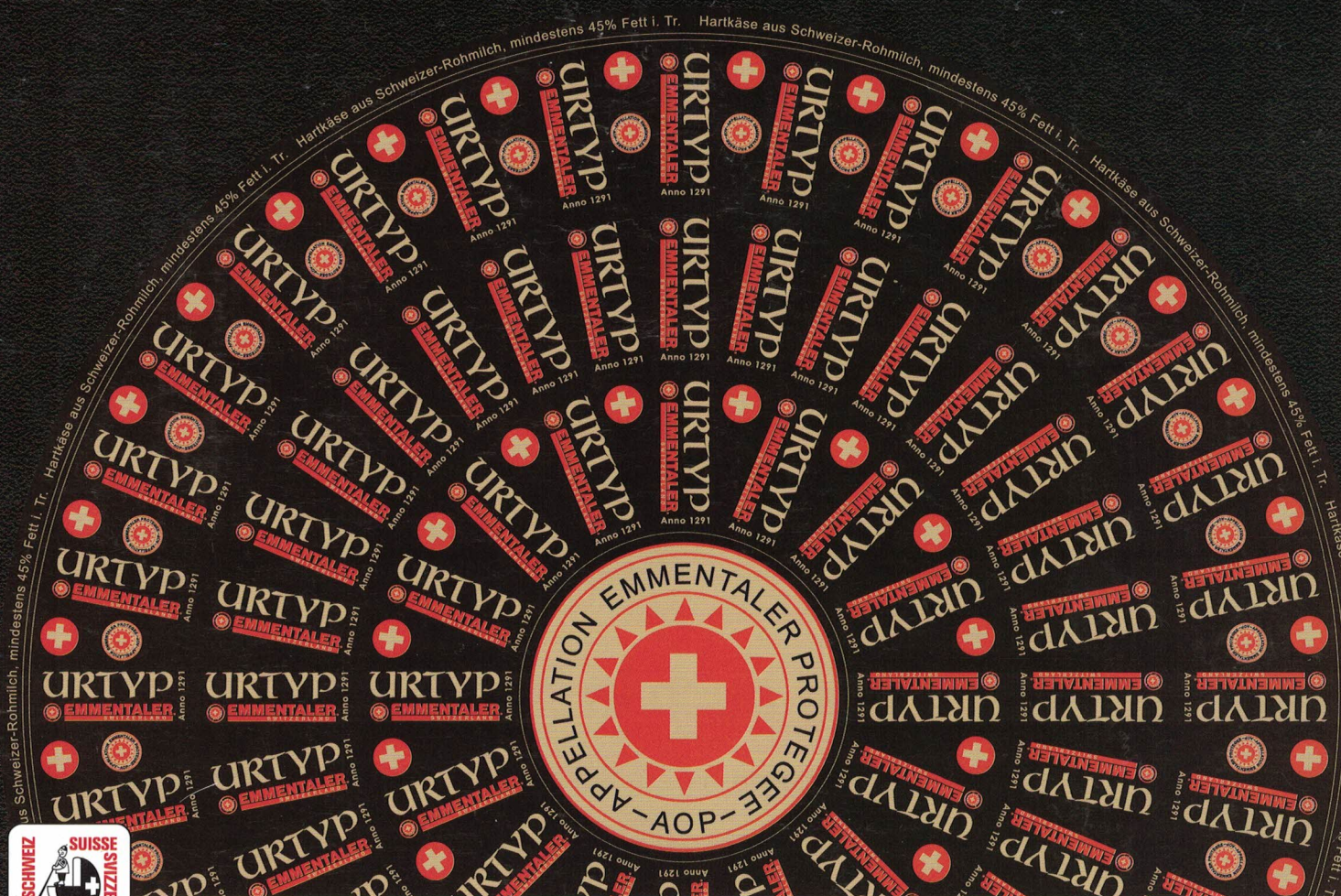
[www.kaeseweb.de](http://www.kaeseweb.de)

## URTYP

EMMENTALER SWITZERLAND Anno 1291



DAS ORIGINAL MIT DEM URGESCHMACK



Schweiz. Natürlich.

Käse aus der Schweiz.  
[www.schweizerkaese.de](http://www.schweizerkaese.de)

# LEICHTER GENUSS

Folie abziehen und seinen Gästen ausgewählte Spezialitäten servieren. So einfach kann Genuss sein. Das passende Käseplattenangebot bietet R&H Delicat dem Lebensmittelhandel.

Die Auswahl französischer Käsespezialitäten in der Bedienungstheke ist groß und der Wille des Verbrauchers, zu den oft hochpreisigen Artikeln zu greifen, um diese einmal zu probieren, ist nur bedingt gegeben. Aktives Verkaufen und Verkosten lassen wären eine Möglichkeit, ihm die besondere geschmackliche Vielfalt näherzubringen. Eine weitere sind fertig konfektionierte Käseplatten. Käseimporteur R&H delicat bietet dem Lebensmittel Einzelhandel fünf verschiedenen zusammengestellte und preislich unterschiedlich positionierte Käseplatten als Lösungsvorschlag an. „Wir versuchen seit Jahren das Thema Käseplatten in Deutschland mehr und mehr zu platzieren und beim Konsumenten bekannter zu machen. Es ist ein sehr interessantes Gebiet, aber auch ein sehr schwieriges Spielfeld, da es nicht ganz einfach ist, die perfekte Zusammenstellung für einen Markt wie Deutschland zu finden. Und selbst dann gibt es immer

noch den einen oder anderen Kunden, dem ein Käse nicht schmeckt“, so Robert Abele, Geschäftsführer R&H Delicat.

Bereits 2006 hat das Unternehmen als erstes begonnen, für Metro C&C Käseplatten zu konfektionieren, von denen sich einige bis heute erfolgreich im Sortiment des Großverbraucherhändlers etabliert haben. Ausgangspunkt dafür waren einerseits die großen Käsesortimentspakete für die Gastronomie und die Frage, ob eine solche Zusammenstellung nicht auch für den Endkunden interessant sein könnte. Andererseits gab es die Idee, dem Konsumenten – wie auch der Gastronomie – eine Zusammenstellung an Käse zu bieten, die ein Land oder eine Region auszeichnen. Stets in der passenden Größe und für alle Beteiligten zu einem vernünftigen Preis. Daher unterscheiden sich die Platten nach der Menge und dem Gewicht der Käse sowie der eigentlichen Käseplatte, die aus Kunststoff, Schiefer, Holz oder ein Käsekörbchen sein kann. Wichtig ist der unkomplizierte schnelle Genuss: Folie abziehen und servieren. Darüber hinaus sollte die Mehrzahl der Käse einer Platte zumindest vom Namen bekannt und dem Kunden dadurch eine gewisse geschmackliche Einordnung möglich sein. „Zudem ist es wichtig, dass der Konsument erkennen kann, welcher

Käse welcher ist. Das heißt, entweder muss der einzelne Käse direkt beschriftet sein oder auf dem Etikett der Käseplattenfolie muss jeder einzelne Käse auf der Platte genau beschrieben werden“, erklärt Robert Abele. Dem Handel bietet sich mit den folierten Käseplatten zudem ein einfaches Handling. Sie können in offenen Truhen in der Nähe der Käsebedienungstheke positioniert werden, unterstreichen damit die Thekenkompetenz, ohne dabei zusätzlich großen Arbeitseinsatz der Thekenkräfte in Anspruch zu nehmen.

Als den perfekten Einstieg bezeichnet R&H delicat eine rund 300 g bis 400 g schwere Käseplatte (aus Kunststoff) mit einer Zusammenstellung bekannter französischer Käse. Die haushaltsfreundliche Größe wird zu einem Preis von sechs bis sieben Euro angeboten. Für kleinere Fei- >>

## Kontakt

R&H Delicat GmbH, Robert Abele  
 Tel.: 0 83 74/58 98 88  
 E-Mail: Robert.abele@rh-delicat.de  
 Vertriebspartner: Ruwisch&Zuck,  
 Müller Moers, Heiderbeck,,  
 Tiedemann&Homanner, Carl Fr.  
 Scheer



Hintergrundfoto: colourbox.de

# KÄSEPLATTEN VORVERPACKT



In den Filialen des Edeka-Händlers Hieber werden fertige Käseplatten mit französischen Spezialitäten angeboten. Wie diese präsentiert werden und wie die Kunden auf dieses besondere Käseangebot reagieren, verrät Florian Brokatzky, verantwortlich für den Käseeinkauf bei Edeka Hieber, in einem Gespräch mit der **KÄSE-THEKE**.

## **KÄSE-THEKE: Wie und wo wurden die fertigen französischen Käseplatten im Vorfeld beworben, bzw. die Kunden im Markt darauf aufmerksam gemacht?**

Florian Brokatzky: Wir haben die Platten ohne große Werbung in der Abteilung präsentiert. Die Käseplatten waren in neun Märkten platziert. Alle Märkte sind auch mit Bedienungstheke ausgestattet. Die Käseplatten wurden in Stolpertruhen nahe der Käseabteilung platziert. Teilweise in Aktionsplatzierungen gleich im Eingangsbereich in der Obst- und Gemüseabteilung. Teilweise auch in die Prepackingtheke.

## **Wie viele verschiedene Käseplatten wurden angeboten?**

Unser Angebot beinhaltet vier Platten. Drei Platten mit einem Gewicht von 600 g und eine größere Platte mit 1035 g. Die beiden Platten der Firma „Beillevaire“ (jeweils 600 g) beinhalten Handwerkskäse, welche aus Rohmilch hergestellt werden. Hier haben wir eine Platte, die in ihrer Zusammensetzung das ganze Jahr identisch bleibt (19,90 Euro VK-Preis) und eine saisonale Platte (24,90 Euro VK-Preis), die alle drei Monate in ihrer Zusammensetzung angepasst wird. Somit findet ein saisonaler Wechsel statt, was es auch interessant machen könnte, so eine Platte das ganze Jahr zu platzieren. Ebenfalls interessant, dass Feigensenf und Butter mit verpackt sind und somit die Käse sinnvolle Ergänzung finden. Die Festtagsplatte mit 1.035 g (27,90 Euro VK-Preis) ist in der Zusammensetzung einfacher gestaltet und beinhaltet einige französische Käseklassiker, teilweiße Rohmilchkäse. Bei dieser Platte wissen die Kunden, was sie erwartet und es wird kein großes Experiment eingegangen. Schön ist auch die beigepackte Schieferplatte, die gleich zur Präsentation beim Kunden zuhause eingesetzt werden kann. Wichtig ist auch hier eine wertige Optik und die klassische Prepacking-Optik. Plateau Rochebrune 600 g (15,90 Euro VK-Preis): Von der Qualität der Käse liegt diese Platte zwischen Beillevaire und der Festtagsplatte. Teilweiße Rohmilchkäse. Auch hier steht die Ware im Vordergrund. Handwerk und Natürlichkeit werden hier ebenfalls durch die Verpackung repräsentiert.

Wir haben uns bewusst für diese Platten entschieden, da diese alle von den Käsen geschmacklich überzeugen. Des Weiteren bieten diese Platten den Mehrwert, dass der Kunde die Ware theoretisch in der Verpackung dekorativ seinen Gästen servieren kann. Wir haben uns bewusst für Platten entschieden, welche in der Optik

>>

## Old Amsterdam®

### ZIEGE

NEU



- Aus 100% holländischer Ziegenmilch
- Mit den typischen Reifekristallen

**Lassen Sie sich verführen und probieren Sie das Unbekannte...**

Dieser alte Premium Ziegenkäse wird aus 100% holländischer Ziegenmilch hergestellt und passt durch die unverkennbaren, charakteristischen Eigenschaften eines Old Amsterdam-Käses und den überraschend zugänglichen Geschmack eines Ziegenkäses perfekt zur Old Amsterdam-Familie.

Der verführerische, feine, cremige Geschmack mit leichter Karamellnote, verstärkt durch die Reifungskristalle von Old Amsterdam, runden den Old Amsterdam Ziege ab.

[www.oldamsterdam.de](http://www.oldamsterdam.de)



ern oder die Gastronomie für drei bis vier Personen bietet R&H den sogenannten Party Pack 450 g mit Bleu d'Auvergne, Brie, Tomme Noir und Emmentaler an. Im deutschen LEH wird die Gillot Plateau gut angenommen. Die von der Fromagerie Gillot zusammengestellte Platte umfasst einen Camembert Petit Normand 250 g, Petit Pont l'Eveque, Le Palet Normand und eine Rollenbutter. Aber auch für Käseliebhaber, die für ihre Gäste nur das Beste suchen, bietet der Frankreichspezialist Premiumpplatten mit speziellen Sorten und Affinierungen im Preisbereich zwischen 30 Euro und 40 Euro an.

„Über das Käseplattenangebot für den LEH haben wir es in Deutschland geschafft, den Konsumenten, der ja von Haus aus eher entscheidungsunfreudig ist, an die französischen Spezialitäten heranzuführen. Und er traut sich auch einmal, eine Packung verschiedener Käse zu nehmen, bei der er nicht alle Käse kennt“, so Abele. Zudem zeigt das Angebot, dass der deutsche Kunde gewillt ist, Geld für Spezialitäten auszugeben und dabei auch neue Sorten zu probieren. Aber Robert Abele sagt auch, dass Käseplatten beim LEH vornehmlich ein Festtagsthema – Ostern und Weihnachten – sind. „Dennoch könnte das Plattenangebot aus unserer Sicht auch im restlichen Jahr im LEH funktionieren, da es Metro C+C unter Beweis stellt. Vorausgesetzt, die Zusammenstellung der Sorten und Mengen wird variiert“, so Robert Abele. Daher sind bereits weitere Käseplatten in der Planung, die beispielsweise das Käseangebot der Alpenländer oder Spaniens abdecken.



handwerklich wirken und uns gegen die preisgünstigen Varianten mit industriellem Charakter entschieden.

**Wurden die französischen Spezialitäten durch das Fachpersonal der Bedienstungsabteilung zusätzlich beratend unterstützt?**

Wir sind der Meinung, dass diese Platten unmittelbar zur Theke gehören, um mögliche Fragen bezüglich der Platten beantworten zu können. Jedoch haben wir bis auf wenige Ausnahmen kaum Nachfragen bezüglich der Sorten auf den Platten beantworten müssen.

**Wie reagiert der Kunde auf ein solches, fertig zusammengestelltes Angebot?**

Wir haben viele positive Kundenrückmeldungen. Die fertigen Platten erleichtern dem Kunden den Käsekauf. Das Zusammenstellen seiner Käseplatte können wir ihm so abnehmen. Wichtig ist hierbei, dass wir nicht auf den absoluten Käsekenner abzielen, dieser möchte nach wie vor seine Käseplatte selber zusammenstellen und sich im Fachgespräch mit der Verkäuferin austauschen. Unsere Zielgruppe sind hier die Kunden, die gerne Käse essen, jedoch nicht die vertieften Kenntnisse mitbringen und von der Zusammenstellung einer solchen Platte keine Ahnung haben. Die Verwendungsmöglichkeiten sind sehr vielfältig, was es unserer Meinung nach möglich macht, solche Platten auch ganzjährig anzubieten. Für nahezu jeden feierlichen Anlass oder Einladung kann man sich diese Platte vorstellen.

**Gab es eine Platte, die sich einer besonders hohen Nachfrage erfreut?**

Die Platte „Plateau Rochebrune 600 g“ hat sich als die stärkste im Abverkauf dargestellt, liegt wahrscheinlich am optisch attraktiven Preis. Wir haben aber durchweg eine positive Nachfrage über alle neun Hieber-Märkte hinweg. Natürlich war das Absatzpotenzial in den größeren Märkten deutlich höher als in den Märkten, die eher in ländlicher Struktur liegen.

**Sind die fertigen Käseplatten ein guter Aktionsartikel zu saisonalen Anlässen wie Ostern und Weihnachten?**

Diese Käseplatten sehe ich mit Sicherheit als Aktionsartikel für saisonale Höhepunkte. Jedoch bin ich ebenfalls davon überzeugt, dass ein bis zwei Platten auch das ganze Jahr über funktionieren. Es gibt genügend Anlässe über das Jahr, damit so eine Platte Absatz finden kann.

**Welche Änderungswünsche hätten Sie für ein solches zukünftiges Käseplatten-Angebot?**

Momentan beschränkt sich das Angebot sehr stark auf französische Käse. Hier wäre es wünschenswert auch Platten zum Thema Italien, Schweiz, Österreich usw. anbieten zu können. Platten, auf denen unterschiedliche Länderspezialitäten kombiniert werden, sind sicher interessant. Platten, die sich konzentrieren auf die Themen Schaf, Ziege oder Büffel wären zudem denkbar. Wenn man diese Idee weiter spinnt, ist es sicher auch interessant, Kombinationen mit Spezialitäten aus anderen Warengruppen zu finden, wie zum Beispiel Wurstspezialitäten oder Pasteten und diese auf einer Platte anzubieten.