



PRESSEMITTEILUNG

Reife Leistung von KÄSEHOF und SEALPAC: Käseglocke für Premiumkäse.

Die Österreichische Käsehof Reg.Gen.m.b.H setzt auf hochwertige Hart- und Bio-Produkte. Mit dem Oldenburger Verpackungsspezialisten SEALPAC GmbH wurde nun für eine neue Premium-Linie eine einzigartige Verpackung kreiert.

Erstklassiger Käse aus Österreich: Käsekenner verbinden die Gegend um Salzburg mit der Marke Käsehof, dem größten Heumilchkäse-Erzeuger Österreichs, dessen Produkte mehr und mehr in deutschen Läden und Supermärkten zu finden sind.

Bereits 1935 wurde die Käsereigenossenschaft im Flachgau gegründet. Im Zuge des erwarteten Beitritts Österreichs zur EU schlossen sich einige Jahrzehnte später zahlreiche kleine Käsereien der Salzburger Landkäserei an. Die Käsehof Reg.Gen.m.b.H. wuchs damit zum größten Käseerzeuger des Salzburger Lands heran. 1996 wurde die Marke Käsehof kreiert, um ausgewählte, natürliche Rohstoffe nach alter Tradition zu Käse von absoluter Reinheit und erstklassiger Qualität zu verarbeiten – und so unter den Großen bestehen zu können. Zusätzlich entstand unter dem Namen Hapack ein hochmodernes Abpackunternehmen für die unterschiedlichsten Käsesorten. Mittlerweile beliefert Käsehof den gesamten österreichischen Lebensmittelhandel.

Traditionelle Produktion unter modernsten Bedingungen

Das Unternehmen beschäftigt insgesamt 125 Mitarbeiter, 45 davon in der für den Bereich Verpackung gegründeten Firma Hapack. Bei der Verarbeitung der Milch geht man nach der alten Kunst des Käsehandwerks vor. Dabei ist die Käsehof-Produktionsstätte alles andere als traditionell: Ein hochmoderner Betrieb mit leistungsfähiger Technik gewährleistet eine Produktion nach höchsten Sicherheitsstandards.



50 Millionen Liter naturreine Heumilch liefern die 550 der Genossenschaft angeschlossenen Bauernhöfe, davon 175 Bio-Bauern, jährlich an den Käsehof. Dabei wird die Milch täglich abgeholt, denn man arbeitet nach dem Leitsatz „Beste Rohstoffe für besten Käse“. 60 % der Produktion geht heute in den Export: Größter Abnehmer ist Deutschland, aber auch in Italien, Griechenland, Belgien, Tschechien oder in der Slowakei liebt man Käsehof-Käse. In Europas Osten sieht Käsehof-Geschäftsführer Rupert Fink auch den zukünftigen Marktschwerpunkt.

Dass die Deutschen die Käseprodukte aus einem ihrer liebsten Urlaubsländer so sehr schätzen, liegt nach Meinung des Geschäftsführers neben dem besonderen Geschmack auch am Vertrauen. Denn bei den Deutschen ist Österreich nicht zuletzt aufgrund seiner reinen Natur so beliebt: „Die saubere Umwelt verkaufen wir mit“, so Rupert Fink. „Da können wir und für unseren Käse keine Skandale leisten und müssen lückenlose Produktkontrollen gewährleisten.“

Und so setzen die Käsehof-Betreiber auf Qualität: Nur ausgewählte natürliche Rohstoffe werden hier nach alter Tradition und ohne Zusatzstoffe zum hochwertigen Käsehof-Sortiment verarbeitet. Zielgruppe sind Konsumenten, die Qualität erkennen und zu schätzen wissen: Für den 6 Monate gereiften Käse, der ohne Zusatz von Konservierungsstoffen und laktosefrei produziert wird, sind die Verbraucher gerade in Zeiten der großen Lebensmittelskandale bereit, auch etwas mehr auszugeben. Der Geschmack überzeugt und, so Geschäftsführer Fink: „Man ist, was man isst.“. Auch der Absatz der Käsehof-Bioproducte steigt ebenso kontinuierlich. Ein Beweis dafür, dass das Nischenkonzept aufgeht.

Spitzenleistung auch in Sachen Verpackung

Bei Premiumprodukten zählt nicht nur der Inhalt, sondern auch eine perfekte Verpackung. Denn gerade auf dem SB-Sektor kaufen 70 % der Verbraucher nach der Optik. Und da müssen aufmerksamkeitsstarke Ideen her, wenn man als Hersteller von Qualitätsprodukten nicht in der niedrigsten Preisklasse mitspielen will.



So hat sich der Käsemarkt insgesamt, vor allem in Deutschland, rasant weiterentwickelt. Im Jahr 2004 wurde der Gesamtumsatz um 8 % gesteigert – allerdings entfiel der Zuwachs auf den Bereich der SB-Ware, wogegen das Thekengeschäft rückläufig war. Dabei achtet der Verbraucher immer mehr auf Qualität. Auf dem Sektor der Bio-Ware sind gerade die Molkereiprodukte besonders gefragt – eine Chance auch für Käsehof.

Für das neue, hochwertige Programm, den mit höchster Sorgfalt verarbeiteten und 6 Monate lang gereiften Bergkäse und Emmentaler, suchte man daher nach einer innovativen Vermarktungsidee. So entstand im September 2004 der Gedanke, die Premiumprodukte in einer Käseglocke auf den SB-Markt zu bringen. Von der ersten Idee bis hin zur fertigen Verpackung war daraufhin noch ein Wegstück zurückzulegen. Denn so, wie der Käsehof-Käse seine Zeit zum Reifen braucht, damit er seinen vollen Geschmack entfalten kann, brauchte auch die originelle Marketingidee ihre Zeit, um ausgereift in die Regale gebracht zu werden. „Sonst schleppt man die Kinderkrankheiten noch monatelang mit und das ganze funktioniert nicht“, so Herbert Bernegger, Geschäftsführer von Hapack. Man ließ sich ausreichend Zeit mit der Testphase und konnte so von Anfang an störungsfrei produzieren.

Rund oder eckig – allein diese Entscheidung um die ideale Form war fast eine wissenschaftliche Entscheidung: So musste die Rohware Käse wirtschaftlich geschnitten und damit optimal genutzt werden. Gleichzeitig wollte man eine optimale Stückgröße festlegen, für die in eine wiederverschließbare Käseglocke entwickelt werden sollte. Dabei war eine enge Zusammenarbeit von Marketing und Technik gefragt, um einen realistischen Vorschlag zu erarbeiten.



Kompetenter Partner für eine innovative Idee

Vor allem wurde nun ein starker Partner gesucht, der in der Lage war, den Plan der Käseglocke umzusetzen. Hapack-Geschäftsführer Bernegger erinnert sich: „Das Projekt wuchs mit den Anforderungen mehr und mehr. Wir haben dann vorab viele Varianten geprüft und uns schließlich für SEALPAC entschieden.“

Denn es sei in seiner Branche einfach bekannt, dass es sich bei dieser Marke um ausgezeichnete und zuverlässige Maschinen handelt, erklärt Bernegger. SEALPAC hat sich da als beste und – genauso wichtig – sicherste Lösung erwiesen. Außerdem fühlte man sich von den Oldenburgern ernst genommen: „Wir wissen, dass bei SEALPAC immer jemand ansprechbar ist, wenn wir Hilfe benötigen.“ Ein zentraler Punkt war für Bernegger außerdem die gemeinsame Planung des Gesamtkonzepts, zu der jeder Partner das Know-how aus seinem Kompetenzbereich einbringt. Und Käsehof-Geschäftsführer Fink bestätigt: „Man merkt ganz schnell, wenn einer nur seine Maschine verkaufen will.“

SEALPAC erwies sich als der optimale Partner und erfüllte die hohen Erwartungen der Käsehof-Seite. Durch ausgezeichnete Zusammenarbeit und mit der Bereitschaft, Probleme gemeinsam und ganzheitlich zu lösen, wurden Produkte für anspruchsvolle Konsumenten entwickelt: Die wiederverschließbare, transparente Käseglocke mit einem integrierten Schneidebrett leistet ausgezeichneten Aromaschutz bei verlängerter Haltbarkeit.

Die industrielle Herstellung der Käseglocke für die SB-Theke war dann jedoch auch für SEALPAC eine Premiere. Eine weitere Herausforderung war die räumliche Begrenzung: Nur 6 x 6 Meter standen zur Verfügung. Auf diesen steht nun, praktisch über Eck, die speziell von SEALPAC für den Käsehof kreierte vollautomatische Käseglocken-Verpackungslinie: Ein Weber-Slicer schneidet Emmentaler und Bergkäse in Blockstücke zu 200g. Diese werden dann auf dem Transportband mit Wendestation um 90° gedreht und in den vollautomatischen SEALPAC Produkteinleger geführt. Ein elektrischer Eckumsetzter befördert die beladenen



Schalen von längs auf quer in die SEALPAC 750. Mit dem bewährten MAP-HTec-Begasungssystem wird das Produkt mit einer bedruckten Folie versiegelt.

Besonders bei Stückkäse ist das speziell auf das Produkt abgestimmte Evakuierungs- und Begasungssystem, zur Vermeidung von Strukturrissen im Käse von entscheidendem Vorteil, ergänzt Hans-Konrad-Heinrich, Leiter Anwendungstechnik aus dem Hause SEALPAC. Die Versiegelung erfolgt mit dem von den Oldenburgern entwickelten Inside Cut. Dieser gehört zur Standardausrüstung der Maschinen des Niedersächsischen Unternehmens: Die Folie wird dabei innerhalb der Schalenkontur geschnitten, was neben einer absolut dichten Versiegelung auch zu einer perfekten Optik führt – eine Premiumverpackung für ein Premiumprodukt eben. Danach werden die Schalen direkt in die Deckel-Aufleger-Station befördert, die Deckel vollautomatisch entstapelt und sechs Packungen in einem Schritt bedeckt. Ein Rundriemensystem befördert sie dann über einen pneumatischen Eckumsetzer in eine Wendespirale, die jedes Produkt um 180 Grad auf den Kopf stellt und durch den Metalldetektor in die Banderollier-Maschine befördert.

Startschuss für den Käseglocken-Boom?

Dass sich der Aufwand einer so ausgeklügelten Verpackungslinie für die einzigartige Käseglocke gelohnt hat, zeigen erste Reaktionen auf das noch junge Produkt: Die großen Handelsketten, bei denen es gelistet ist, vermelden positive Ergebnisse und ermutigen zur Weiterentwicklung ähnlicher Projekte. So war es eine richtige Entscheidung, meint Rupert Fink, dass man auf keines der Angebote im Vorfeld eingegangen ist, die darauf abzielte, die Käseglocke für einen Anbieter exklusiv herzustellen.



Mit der originellen Idee wird natürlich auch intensives Marketing betrieben: Neben Broschüren und Verkostungen findet auch ein Gewinnspiel statt. Der Preis: Natürlich ein Urlaub im Land des Käsehofs. Und dass auch der Partner SEALPAC vom großartigen Erfolg des Käsehof-Produkts profitiert, davon ist Rupert Fink überzeugt: „Die Käseglocke wird was auslösen!“

Käsehof Reg.Gen.m.b.H. in Kürze

Die Käsehof Reg.Gen.m.b.H. aus Seekirchen im Österreichischen Salzburger Land hat ihren Ursprung in der 1935 gegründeten Käsereigenossenschaft Seekirchen. Heute beschäftigt das Unternehmen Käsehof und die dazugehörige Verpackungsfirma Hapack 110 Mitarbeiter. Rund 550 Höfe, davon 175 Bio-Bauern, aus dem Salzburger Land beliefern Käsehof mit ihrer naturreinen Heumilch zur traditionellen Herstellung von erstklassigen Käsespezialitäten. Käsehof ist der größte Hartkäse-Erzeuger Österreichs und verzeichnete 2005, bei einem Plus gegenüber dem Vorjahr von 12 %, einen Umsatz von 43 Mio. Euro. Der Exportanteil liegt zurzeit bei 60 %. Dabei ist Deutschland einer der Hauptabnehmerländer.

Dem Käsehof-Unternehmen angeschlossen ist die Käsewelt, Österreichs erste Bio-Schaukäserei, in der Interessierte alles über die Herstellung von Käse erfahren oder an Seminaren teilnehmen können.

Technische Daten der SEALPAC 750

- Leistung: bis 17 Takte pro Minute (Kapazität abhängig der einzusetzenden Materialien und Anwendungen)
- Max. Schalenabmessungen: 740 mm x 280 mm
- Max. Schalenhöhen: 80 mm (Erhöhung möglich)
- Gewicht der Maschine: 810 kg
- Luftdruck: 8 bar – 650L/Minute
- Anschlusswerte: 3 x 400/230V+N+E – max. 4,5 KW



Besonderheiten:

MAP-HTec Begasungssystem, über diverse Servomotoren angetriebener Schalen- und Folientransport; kompakte Bauweise; leichte Rundum-Bedienbarkeit; separat aufgehängte Siegelköpfe mit individueller Temperatursteuerung für jede Schale; Fern-Analyse und Programmierung über Modem möglich; pneumatisches Werkzeugschnellwechselsystem; schnelle und einfache Reinigungsmöglichkeiten; Schalt-schrank in VA Stahl, IP65 spritzwassergeschützt; angetriebenes Auslaufband

Pressekontakt:

Casa Blanca Communication GmbH & Co. KG

Rödingsmarkt 14

20459 Hamburg

Tel. 040 432 34-56

Fax 040 432 34-33

E-mail presse@casa-blanca-communication.de

Internet www.casa-blanca-communication.de

Abdruck frei, Beleg erbeten.