

Michael Scheer führt in fünfter Generation das Familienunternehmen Carl Fr. Scheer.



Vom Markthändler zum Dienstleister

In der 130-jährigen Firmengeschichte hat sich der Fachgroßhandel Carl Friedrich Scheer vom Markthandel zum Import- und Großhandelsunternehmen für Käsespezialitäten entwickelt.

Carl Friedrich Scheer gründete 1893 in Stuttgart das Käse-Spezialgeschäft und setzte bereits damals auf den Import mit Käse aus der Schweiz, Italien und Frankreich. Mit einigen Lieferanten der ersten Stunde arbeitet der Käsespezialist aus Willstätt-Sand noch heute erfolgreich zusammen. Seit 2011 führt Michael Scheer in fünfter Generation das Familienunternehmen, das viele europäische Käsemarken exklusiv in Deutschland vertreibt. Darüber hinaus exportiert man selbst in verschiedene Länder Europas. **Milch-Marketing**

hat mit Michael Scheer über die Firmengeschichte und das Leistungsspektrum des Fachgroßhändlers gesprochen.

Milch-Marketing: Käse Scheer feiert in diesem Jahr ein großes Jubiläum und steht für 130 Jahre internationale Käsekompetenz. Wie kam es dazu?

Michael Scheer: Mein Urgroßvater hatte 1893 auf dem Wochenmarkt in Stuttgart begonnen Käse zu verkaufen. Wenige Jahre später wurde

daraus ein Ladengeschäft und dann ein regionales Großhandelsunternehmen für Käse. Ende der fünfziger Jahre startete Scheer mit den Einfuhren internationaler Käse und wurde damit zu einem Importhaus für Käsespezialitäten aus europäischen Ländern.

Was hat die Entwicklung zu einem Käsefachgroßhandel besonders geprägt?

Das war relativ einfach, denn parallel zu dem Käsefachgeschäft, damals noch in Stutt-

gart, wurde ein kleiner regionaler Großhandel aufgebaut. Dieser wurde zunehmend größer, auch durch die Spezialisierung auf Käsesorten aus dem Ausland. Mein Großvater konzentrierte sich schließlich ganz auf den Käsegroßhandel.

Sie führen Käsesorten von 180 verschiedenen Herstellern, worauf liegt der Fokus?

Wir führen etwa 2.500 Artikel, wovon sich 1.000 in direktem Zugriff befinden. Unser Ziel ist es, unseren Kunden sowohl eine internationale Käseauswahl als auch eine breite Auswahl regionaler Käsesorten anzubieten.

Wie hat sich das Käseangebot in den letzten 30 Jahren verändert?

Es sind zunächst die Ausweitung der Sortimente zu nennen. Das Käse-Angebot ist in den letzten Jahren enorm gewachsen. Die Sortimente wuchsen unter anderem durch Artikelergänzungen mit wechselnden Saisonprodukten wie Bärlauchkäse im Frühjahr und Trüffelspezialitäten im Winter. Hinzugekommen sind unterschiedliche Reifestufen einzelner Käsesorten und dementsprechend Geschmacksstufen. Darüber hinaus bereichern viele europäische Käse-Spezialitäten das Angebot. Das Ergebnis dieser stetigen Entwicklung ist deutlich am steigenden Pro-Kopf-Jahresverbrauch von Käse zu erkennen.

Wie würden Sie die aktuelle Situation im Käsefachhandel bezeichnen?

Der heutige Käsefachgroßhandel ist vor allem zu einem Dienstleister für die Lebensmitteleinzelhändler (LEH) geworden. Zudem arbeiten wir mit Cateringunternehmen, der Gastronomie und den Fachmärkten sowie dem nach wie vor existierenden Markthandel zusammen.

Die Kunden sind anspruchsvoller und kritischer geworden. Wie hat sich der Verkauf von Käse im LEH gewandelt?

Die klare Tendenz seitens der Kunden zu SB-Produkten lässt sich unschwer aus den aktuellen Marktzahlen entnehmen. Alle Argumente für die Selbstbedienung sind hinlänglich bekannt. Dafür hat meiner Meinung

nach auch der Wegfall vieler Bedienungstheken gesorgt. Hinzu kommt das ergänzende SB-Angebot der Cabrio-Theken, die diesen Trend noch verstärken.

Führen Sie vegane Käsealternativen? Haben Alternativprodukte eine Berechtigung im Käsefachhandel?

Wir führen diverse vegane Käse-Alternativen im SB-Bereich. Für den Thekenbereich steht nur eine kleine Anzahl zur Verfügung. Aktuell erleben wir eine Veränderung im Konsum und die Hinwendung zu pflanzenbasierten Produkten deren Qualität sich ständig verbessert. An dieser Entwicklung, die kein Trend mehr ist, kann man nicht vorbeigehen. Vegane Produkte werden von unseren Kunden nachgefragt. Es ist für uns eine Selbstverständlichkeit entsprechend zu reagieren.

Derzeit läuft es beim Verkauf von Käse an den Theken nicht gerade rund. Mehr denn je bekommen sie die anhaltende Inflation und die damit einhergehende Konsumflaute zu spüren. Das Schließen von Theken hat jedoch nicht erst seit dem vergangenen Jahr an Fahrt aufgenommen. Wie könnte man entgegenwirken?

Ja, die momentane Entwicklung ist keine Steilvorlage für die Bedienungstheke. Die Preisentwicklungen durch Inflation und Preisänderungen führen zu entsprechenden Listenverkaufspreisen und dem zur Folge zu geringeren Beträgen auf den Kassenbons. Preiswerte Standardkäsesorten werden bevorzugt, höherpreisige Käsesorten werden aktuell nicht sehr stark nachgefragt. Hinzu kommt noch, dass es momentan schwer ist, geschultes Personal zu finden. Daher fasse ich wichtige Aspekte zur Zukunftsfähigkeit der Theke wie folgt zusammen: „Standort, entsprechendes Sortiment, Warenfrische, geschultes Personal, attraktive Sonderofferten und eine ausgewogene Preisstellung“ sind die Basics für die positive Fortführung des wichtigen Frischebereichs Käsetheke in den Märkten. Hier versuchen wir mit unserem Import- und Großhandelsunternehmen für Käsespezialitäten einen Beitrag im Sortimentsbereich zu leisten.

US
ANZEIGE