

Wissen über den Tellerrand

Käsetrainer Joachim Ahrend vom German Cheese Office will in diesem Jahr erstmals die Ausbildung zum Käsesommelier anbieten. Ein Sommelier (sprich: Bommeljeh) ist ein Weinfachmann. Er arbeitet in der Regel in guten Restaurants, wo er unter anderem den Weinkeller verantwortet und die Gäste berät. Wir wollten von Joachim Ahrend mehr über die Fortbildung wissen.

KÄSE-THEKE: Wie entstand die Idee zur Ausbildung zum Käsesommelier?

Joachim Ahrend: Das Konzept entstand aus meinen Erfahrungen als Käsetrainer und Feinkosthändler. Ich habe dabei festgestellt, dass im Bereich Fortbildung vieles auf der Stelle tritt. Wir müssten es schaffen, eine Art Käseelite aufzubauen.

Warum der Name Käsesommelier?

Der Name soll deutlich machen, mit welchen Fähigkeiten die Teilnehmer das Seminar beenden, er beschreibt die Wertigkeit und den Umfang der Fortbildung.

Wie ist die Fortbildung aufgebaut?

Geplant sind vier bis fünf Tage in zwei Blöcken. Dabei geht es unter anderem um Grundlagen, Verkaufspsychologie und Recht, aber auch um Käse in Europa, Käse und Speisen sowie Käse und Wein. Es handelt sich also sozusagen um eine Geschmacksschule mit Käse als Schwerpunkt. Dem Bereich Käse und Wein wollen wir einen ganzen Tag widmen mit einem renommierten Sommelier als Referenten.

Hinzu kommt ein großer Praxisteil. Zur praktischen Prüfung gehört unter anderem auch, eine Weinempfehlung zu einem Käse zu geben.

Wer ist die Zielgruppe?

Fachberater im Handel, Käsefachverkäuferinnen mit Verantwortung und Erfahrung, deren Vorgesetzte in ihre Förderung investieren wollen. Aber auch die Gastronomie, wo es häufig nur mäßige Käsekenntnisse gibt, ist eine Zielgruppe. Eine abgespeckte Version der Fortbildung könnte sich zudem an interessierte Endverbraucher richten.

Es wäre gut, wenn die Teilnehmer eine Ahnung von Käse hätten, aber wir vermitteln auch Grundlagen.

Warum sollte der Handel Mitarbeiter zum Käsesommelier ausbilden lassen?

Wenn jemand im Handel eine Schürze trägt, auf der "Käsesommelier" steht, dann ist das für den Markt imagefördernd. Es zeigt, dass man sich dort intensiv mit Käse beschäftigt. Der Handel könnte dieses Wissen seiner Käsefachkraft werbewirksam vermitteln.

Ein Weg könnte die Kooperation mit Handelspartnern sein und dann in die Fortbildung weitere Produkte, die diese anbieten, zu integrieren.

Es geht also beim Käsesommelier nicht nur um Käse?

Es geht darum, über den Tellerrand zu schauen. Für die Fortbildung stellen wir uns "Crossingprodukte" vor, zum Beispiel



„Imagefördernd für den Markt“: Trainer Joachim Ahrend über den Titel „Käsesommelier“

Wein, Bier, Olivenöl, Obst, Gemüse oder Brot. Es fehlt bislang noch, dass die Verkäuferin zum Kunden sagt: "Probieren Sie doch zu diesem Schafkäse einmal dieses Olivenöl".

Ich möchte die Zusammenführung von Produkten erreichen.. Das geht jedoch nur, wenn genügend Qualifikation vorhanden ist. Ich wünsche mir, dass das Produkt Käse durch das gesamte Umfeld stärker lebt. Derzeit sind die meisten Käsefachkräfte eher überfordert, wenn sie eine Weinempfehlung abgeben sollen.

Für mich sieht die Käsetheke der Zukunft so aus: Eine hoch spezialisierte Truppe, die sich nicht nur mit Gouda und Co. auskennt, sondern auch mit Wein oder Feinkost. Und der Handel kann das für sich nutzen.

Wie finanziert sich dieses Konzept?

Derzeit sind wir in Kontakt mit der Europäischen Union, um für diese Fortbildung, die sich ja auf europäischem Niveau abspielen soll, entsprechende Ausbildungsförderungen zu erhalten.