



Für viele Verbraucher ist die regionale Erzeugung ausschlaggebend.

Raus aus der Nische

Neue Produkte bieten Chancen, bergen aber auch Risiken – Lösungsansätze aus schweizerischer Sicht



„Essen ist mehr als nur Aufnahme von Lebensmitteln“, meint Christine Brombach, Professorin für Angewandte Wissenschaften.

Foto:
Hochschule Zürich

Die Produktion selbst ist heutzutage oft die kleinere Herausforderung. Schwieriger und von größerer Tragweite ist die Entscheidung, was man produzieren soll. Für diesen Entschluss müssen Landwirte wissen, was die Verbraucher wollen, und Absatzkanäle suchen. Das schweizerische „Kompetenznetzwerk Ernährungswirtschaft“ lud Landwirte, Verarbeiter und Vermarkter kürzlich zu einem Informationsaustausch auf einen Hof mit Milchschaafen ein.

► Ernährungstrends beobachten

„Essen ist mehr als nur Aufnahme von Lebensmitteln“, meinte Christine Brombach, Professorin an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. Während man früher gegessen hat, was die einheimische Landwirtschaft als Grundnahrungsmittel lieferte, kann man heute unter einer Vielzahl von Lebensmitteln auswählen. Einerseits, weil die Verarbeiter ein großes Sortiment anbieten, andererseits auch, weil immer mehr Lebensmittel – vor allem Früchte und Gemüse – importiert werden.

Die Professorin stellte vier Trends beim Essen fest: Es gibt immer mehr Menschen, die sich ganz oder zeitweise vegetarisch ernähren. Der Anteil soll in

der Schweiz heute bei 5 % liegen. Convenience- oder vorgefertigte Produkte sind im Wachstum begriffen, da vor allem bei den berufstätigen Kunden die Zubereitung schnell gehen muss.

„Natürlichkeit und Nachhaltigkeit sind kaufbestimmend für Verbraucher“, hielt Brombach fest. Das Essen soll gesund und ethisch verantwortbar sein. Als vierten Trend sieht die Forscherin die Regionalität der Produkte. „Regionalität topt bio“, habe man festgestellt. Das Vertrauen in die regionalen Pro-



Käsereiladen im Bergdorf. Gekäst wird dort, wo die Milch herkommt.

Fotos: Dr. Michael Götz



Reto Rust kauft die Schlachttiere für seine Produkte direkt bei den Bauern.

dukte sei höher als in „bio“. Interessant ist auch, dass es gemäß Umfrage 75 % der Verbraucher wichtig ist, dass die Produkte aus der Schweiz kommen. „Das Vertrauen der Verbraucher in Schweizer Produkte und in Labels sehe ich eindeutig als Chance für die Schweizer Produzenten!“, so die Referentin. Risiken sah sie im Preisdruck von Produkten aus dem EU-Raum und darin, dass das Inlandsangebot je nach Jahreszeit oder Ernte nicht immer die Nachfrage deckt.

► Werte kommunizieren

Der Landwirt, der seine Produkte selbst vermarktet, muss verstehen, worauf es Verbrauchern ankommt. Diese stellen hohe Ansprüche, wollen Transparenz und sind teilweise sehr preissensibel. Manchmal wollen sie sogar Mitspracherechte. Ganz oben steht für Christine Brombach die Kommunikation. Es gelte, die Werte zum Kunden hinüberzubringen. Hier würden ihrer Ansicht nach die Potenziale noch nicht voll ausgeschöpft. „Qualität hat ihren Preis, das muss der Verbraucher nachvollziehen



Feinschmecker schätzen Joghurt aus Schafmilch.

können“, sagte die Marktforscherin auf dem Treffen.

► Ein schönes Praxisbeispiel

Josef Broger hat eine Nische in der Schafmilchproduktion gefunden. In Trogen auf 1 000 m ü. N.N. hat er einen modernen Schafstall mit viel Licht und guter Luft für die Schafe gebaut. „Die Milchschaftaltung ist zu meiner Passion geworden“, sagt der Nebenerwerbslandwirt, der hauptberuflich für ein landwirtschaftliches Architekturbüro arbeitet. Mit seinen 90 Milchschafern produziert er jährlich 40 000 kg Milch, die er an die Biomolkerei Biedermann in Bischofszell liefert. „Wir sind ein Familienbetrieb“, betont Broger. Seine Frau arbeitet teilweise auf dem Betrieb mit. Ziel der beiden ist es, dass der Nachfolger einmal ganz vom biologisch bewirtschafteten Betrieb, der zurzeit 13 ha umfasst, leben kann. Die Milchschafer auf dem Betrieb Broger geben durchschnittlich etwa 450 kg Milch pro

Jahr, also nur etwa ein Fünfzehntel einer Milchkuh. Allerdings ist der Preis der Schafmilch höher. Je nach Saison zahlt die Molkerei dem Landwirt zwischen 2,30 und 3,00 €/kg Schafmilch. Sie wird zu Frischmilch, Joghurt und Butter verarbeitet.

► Partnerschaften eingehen

Broger ist einer von 26 Landwirten, die Biedermann Schafmilch liefern. Für einen Landwirt, der einen neuen Stall baut oder den bisherigen Kuhstall zu einem Schafstall umbaut, ist es wichtig, dass er auf Jahre hinaus einen gesicherten Absatz hat. „Jeder fragt, wie es in Zukunft aussieht“, so Ernst Haffa, Leiter Einkauf bei Biedermann. Die Molkerei hat zusammen mit den Produzenten frühzeitig einen Weg gesucht, wie sie einer Überschussproduktion begegnen kann. Erstens nimmt sie nicht mehr Betriebe auf, als Nachfrage da ist. Kommt der Punkt, wo zu viel Milch da ist, friert die Molkerei einen Teil der Überschuss-

Schutz vor Überproduktion

Ähnlich wie bei der Schafmilch ließe sich auch die Produktion von Ziegenmilch im Appenzellerland während vieler Jahre ausdehnen. 2011 baute Mathias Koch in Gonten eine neue Käserei. Damals verarbeitete er 180 000 kg Ziegenmilch, heute sind es 350 000 kg. Auch hier vereinbarte der Käser mit seinen Milchlieferanten eine prozentuale Kontingentierung, um das Angebot und damit den Preis im Griff zu behalten. ◀



Josef Brogers Schafe werden Side-by-Side gemolken.

milch ein, das sind bis zu 400 000 kg Milch. Gleichzeitig wird die Milchmenge über alle Produzenten prozentual gekürzt. Ist zu wenig Milch vorhanden, dann werden die Partner angefragt, wer wie viel Milch mehr liefern kann, um den „Milchpool“ zu füllen. Die zusätzliche Milchmenge wird dann auf diese Partner verteilt. „Wir müssen in guten und schlechten Zeiten zusammenarbeiten“, fasste Haffa den Sinn der Partnerschaft zusammen. Dann ist auch der Sprung aus der kleinen Nische möglich. ◀

Dr. Michael Götz

NRW: Paradies für Käseliebhaber

Für Käse sind die Deutschen bereit, tief in die Tasche zu greifen. Im vergangenen Jahr gaben sie rund 4,5 Mrd. € dafür aus. Das ist eine Steigerung um etwa 7 % im Vergleich zum Vorjahr, wie das Marktforschungsunternehmen Nielsen in einer aktuellen Studie bekannt gab. Viele Käsespezialitäten werden in Nordrhein-Westfalen hergestellt. Die Käseroute NRW ist zwar keine Route im herkömmlichen Sinne, lässt aber Raum für individuelle Vorlieben und Streckenzusammenstellungen. 26 Hofkäsereien haben sich unter dem Namen zusammengeschlossen, um Käse aus Nordrhein-Westfalen bekannter zu machen und seinen Absatz zu fördern. Ihnen allen ist gemein, dass sie ihren Käse noch handwerklich herstellen, ob dies nun ein Ziegenkäse, ein höhlengereifter Klutert-Käse aus der Kluterthöhle oder ein Käse mit Möhrensaft ist. Folgende rheinische Bauernhofkäsereien sind Mitglieder der KäseRoute NRW:

- Bauernkäserei Straetmanshof, Kerken-Stenden
- Biolandbetrieb Rouenhof, Kevelaer-Kervendonk
- Böösch Ziegenkäse, Grefrath
- Ehrenberger Bauernkäserei, Wuppertal
- Hofmolkerei Speetenhof, Kranenburg-Mehr
- Jule's Käsekiste, Much
- Krewelshof, Lohmar
- Schäferhof, Marienheide
- Thomashof, Burscheid
- Witzheldener Bauernkäserei, Leichlingen

Alle Betriebe bieten Besichtigungen an. Weitere Informationen mit Links zu den Betrieben unter www.kaeseroute-nrw.de. ◀



Josef Broger liefert die Milch seiner Milchschafer an die Biomolkerei Biedermann.