



Vom 1.722 m hohen Wallberg eröffnet sich ein wunderbarer Blick über das Tegernseer Tal. Die neue Naturkäserei liegt knapp außerhalb der linken unteren Bildecke

Bernd NEUMANN, Leverkusen

Heumilch-Spezialitäten vom Tegernsee

Es gibt Einheimische, die behaupten, dass das Tegernseer Tal mit seinen rund 25.000 Einwohnern ein eigener Kosmos ist. Dies mag ein wenig hochgegriffen sein, aber wenn es in diesem Universum eine Milchstraße gäbe, dann wäre es die Verbindungsstraße von Rottach-Egern nach Kreuth. Denn dort ist die auf die Verarbeitung von Heumilch spezialisierte Naturkäserei TegernseerLand eG beheimatet, die sich nach dem ersten Jahr ihrer Geschäftstätigkeit als „blitzsaubere“ Unternehmung etabliert hat.

Das Konzept ist so transparent und homogen, dass es von der Rohstoffbeschaffung bis zur Vermarktung ohne Weiteres in jedem betriebswirtschaftlichen Lehrbuch als Musterbeispiel für eine wohl durchdachte Gründung einer rentablen Firma dienen könnte. Ins Leben gerufen wurde

die Genossenschaft 2007 auf Initiative des in Rottach-Egern ansässigen Gastronomen Josef Bogner, der in einem engen Dialog mit einheimischen Landwirten das Projekt nicht nur zur Steigerung der Milchwertschöpfung startete. Es galt auch, die oberbayerische Region durch eine „Schaukäserei“ um eine weitere touri-

Derzeit beliefern 21 regionale Heumilch-Bauern die Naturkäserei





Die Naturkäserei TegernseeLand eG in Kreuth

sche Attraktion zu bereichern. Nachdem die Standortfrage geklärt war, wurde am Rande von Kreuth an der Grenze zu Rottach im Juni 2009 mit der Bebauung einer rund 750 m² großen Betriebsfläche und exakt ein Jahr später mit der Produktion begonnen. Die offizielle Eröffnung der Naturkäserei erfolgte am 18. September 2010. Bereits im Gründungsjahr der Genossenschaft hatten die ersten der mittlerweile 21 zuliefernden Milchbauern ihre Produktion auf Heumilch umgestellt. Es handelt sich ausschließlich um Landwirte aus Kreuth, Bad Wiessee, Rottach-Egern und Gmund. In der Stadt Tegernsee selbst gibt es keinen Milcherzeuger mehr. Die Familienbetriebe besitzen im Durchschnitt 20 Kühe und 25 ha Bewirtschaftungsfläche. Zusätzlich haben viele eine eigene Alm.

■ Gesunde Kapitalbasis

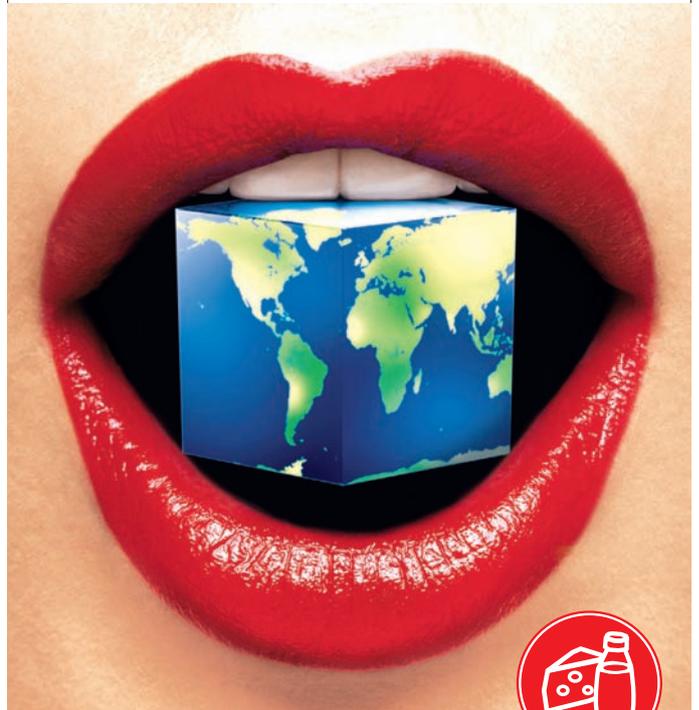
Die Anshubfinanzierung stellten seinerzeit 300 Bürger der Region sicher, die Anteile zu je 1.000 Euro zeichneten. Mittlerweile hat die Genossenschaft über 1.200 Mitglieder aus dem ganzen Bundesgebiet, die insgesamt ein Kapital von 3,5 Mio. Euro einbrachten; ein klares Glaubensbekenntnis an den Erfolg der Geschäftsidee. Neben Josef Bogner setzt sich der Vorstand aus zwei einheimischen Landwirten zusammen: Hans Leo als Vorsitzenden und Geschäftsführer

Sind erkennbar mit Freude bei der Arbeit: Hans Leo, Vorstandsvorsitzender und Geschäftsführer der Naturkäserei TegernseeLand eG, die im gastronomischen Service tätigen Cousinen Karin und Veronika Hatzl sowie Georg Eberhardt, als stellvertretender Geschäftsführer für den Vertrieb zuständig und gleichfalls im Aufsichtsrat der Genossenschaft (von rechts)



10 Fachmessen unter einem Dach
Köln, 8. – 12. 10. 2011 | www.anuga.de

TASTE THE FUTURE



ANUGA DAIRY

Mehr

Mopro-Innovationen als Kühe Milch geben können.

Rund 350 Aussteller präsentieren das gesamte weltweit verfügbare Angebot an Milch und Molkereiprodukten. Mehr Inspirationen, Business-Ideen und Networking bietet Ihnen keine andere Messe.

Jetzt Eintrittskarten online kaufen und bis zu 42 % sparen!

Koelnmesse GmbH | Messeplatz 1 | 50679 Köln
Telefon +49 180 5 20 4220* | Fax +49 221 821-99 1010
anuga@visitor.koelnmesse.de
* 0,14 EUR/Min. aus dem dt. Festnetz, max. 0,42 EUR/Min. aus dem Mobilfunknetz





Über eine Direktleitung werden der Käsebruch und die Molke in die Formen gepumpt



Je nach Schnittkäsesorte werden 30 cm oder 40 cm durchmessende Käseformen eingesetzt. Im Bild die erste Variante zur Herstellung von 5,5-kg-Laiben

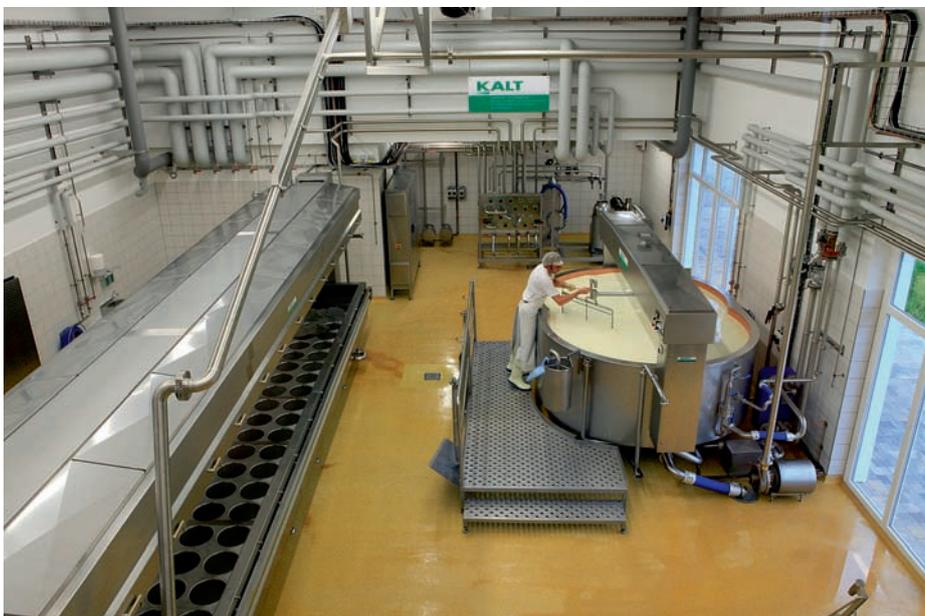


Zum optimalen Reifeprozess gehört die – zum Teil tägliche – Schmirung mit Salzlauge

sowie Josef Schreier. Der aktuelle Personalstand der Käserei inklusive des angeschlossenen Verkaufsraumes und der gastronomischen Bereiche beträgt 35, wobei zwölf Mitarbeiter in der Produktion, sechs im Vertrieb, drei in der Verwaltung und die restlichen im Service bzw. in der Küche beschäftigt sind.

Hans Leo bringt die Firmenphilosophie auf den Punkt: „Das vorrangige Ziel war, die Wertschätzung für unsere Milch zu erhöhen. Mit dem Heumilch-Angebot glauben wir uns ein gewisses Alleinstellungsmerkmal geschaffen zu haben, zumal wir einer der ersten Betriebe dieser Art nicht nur in Oberbayern, sondern in ganz Deutschland sind.“

Blick in die Produktion: der Kupferkessel des Käsefertigers fasst 5.000 Liter



Nur mit Heumilch ist die Herstellung von naturreifendem Rohmilchkäse ohne Fehlgärungsrisiko möglich. Die hohe Qualität rechtfertigt den ungleich höheren Aufwand hinsichtlich der Futtergewinnung.“

■ Effiziente Produktion

Die Ausbringungslleistung der die gesamte Woche über produzierenden Käserei liegt bei 500 kg täglich. Dementsprechend werden jeden Morgen 6.000 Liter Rohmilch angeliefert. Aufgrund der technischen Ausstattung, die im Wesentlichen von der schweizerischen Kalt

Maschinenbau AG, Lütisburg, stammt, ist die Kapazität auf die doppelte Verarbeitungsmenge ausgelegt. Dieses Maximum soll aber zunächst ganz bewusst nicht ausgeschöpft werden, da dann im Zwei-Schicht-Betrieb gearbeitet werden müsste.

Der kupferne 5.000-Liter-Hartkäsefertiger wird aus zwei Molketanks gespeist, die ein Fassungsvermögen von 15.000 bzw. 8.000 Liter haben. Die Einschwemmpresse wird – je nach Käsevariante – mit bis zu 96 Formen mit jeweils 30 cm Durchmesser oder mit 39 größeren, 40-cm-Sieben bestückt, in denen die Laibe zwischen vier und 24 Stunden mit einem maximalen Druck von 160 kg gepresst werden und die Molke abgepumpt wird.

Zur Herstellung des Weichkäses und der Frischmilch steht ein Pasteur zur Verfügung, der 1.000 Liter pro Tag verarbeiten kann.

Ein weiterer zentraler Bereich ist der Reifekeller, der von der Mikroklima AG, Matzingen, konzipiert wurde. Der gleichfalls in der Schweiz beheimateten Firma oblag auch die gesamte technische Projektierung der Käserei. Es gibt zwei Reifekammern, von denen eine maximal 3.100 Laibe à 16 Kilogramm aufnehmen kann. Der andere Raum fasst bis zu 4.100 Schnittkäse mit einem Gewicht von jeweils 5,5 kg.

■ Jetzt auch alter Bergkäse

Unter der Ägide der Käsemeister Hans Schmaus und Franz Stuffer werden als Hauptprodukte sieben Hart- und drei Weichkäsevarietäten hergestellt. Darüber hinaus werden Natur- und Fruchtjoghurts und Butter produziert sowie

frische Heumilch in 0,5- und 1-Liter-Kunststoffflaschen abgefüllt. Ein Nischenangebot ist Quark bzw. Topfen, von dem zweiwöchentlich 120 kg zur Verfügung stehen und der nicht nur wegen der limitierten Menge von der Kundschaft regelmäßig sehnsüchtig erwartet wird. Ebenso begehrt ist junger und mittelalter Tegernseer Bergkas, der – aufgrund einer Reifezeit von einem Jahr – seit Kurzem erstmals auch als alter Bergkäse offeriert wird. Auch er dürfte ein echter Verkaufsschlager werden, zumal bereits im Vorfeld der Markteinführung ein sehr großes Interesse an diesem besonderen Hartkäse registriert wurde.

Weitere naturgereifte Schnittkäse-Spezialitäten aus Rohmilch sind der Tegernseer Weinkas mit einer dezenten Weinnote, der halbfeste, handgeschmierte Hirschberger sowie die herzhaften Wallberger Natur und Kräuter. Das Weichkäse-Sortiment umfasst einen Camembert, den nussigen Riedersteiner mit Weißschimmel und den pikanten Wildschütz Jennerwein mit Weißschimmel und grünen Pfefferkörnern.

Es versteht sich von selbst, dass die ausschließlich aus der aufwendig gärfutterfrei produzierten Heumilch hergestellten Erzeugnisse



Eine der beiden Reifekammern, hier die für den Bergkäse reservierte

ihren Preis haben. So wurden – per Stand Anfang Juni dieses Jahres – ab Haus Butter zu 9,50 Euro/kg, der Natur- und Fruchtjoghurt

zu 3,20 Euro/kg respektive 4,80 Euro/kg sowie die Frischmilch zu 2,40 Euro pro Liter verkauft. Der junge und mittelalte Bergkäse ist für 18,50 Euro/kg bzw. 21,90 Euro/kg zu haben. Die übrigen Käsesorten liegen in der gleichen Preisspanne.

■ Clevere Vermarktung

Die Direktvermarktung über die hauseigene Verkaufstheke hat sich als clevere Idee erwiesen, trägt doch der „Kas-Laden“ bereits zu einem Drittel zu den Erlösen bei. Täglich werden über ihn ca. 180 kg Käse abgesetzt. Auch die Entscheidung zur regelmäßigen Präsenz auf Wochenmärkten in Gmund, Miesbach, Holzkirchen und Rosenheim brachte Erfolg.

Der durchschnittliche monatliche Gesamtumsatz der Naturkäserei TegernseerLand eG erreichte im ersten Geschäftsjahr beachtliche 250.000 Euro. Um ihn zu erreichen, hat sich das Management eine Reihe weiterer effizienter Absatzkanäle erschlossen. „Wir mussten hinsichtlich der optimalen Verkaufsstrategien noch eine Menge lernen“ betont Aufsichts-



POWTECH 2011

11.–13. Oktober in Nürnberg, Germany

Internationale Fachmesse für
Mechanische Verfahrenstechnik und Analytik



Mitglied im

www.powderbulknetwork.com



Ihre erste Adresse für die Nahrungsmittelindustrie!

www.powtech.de/food

Ideeller Träger



Veranstalter

NürnbergMesse GmbH

Tel +49 (0) 9 11.86 06-49 44

besucherservice@nuernbergmesse.de

NÜRNBERG MESSE



Die Außengastronomie verbreitet eine bayerisch-gemütliche Atmosphäre



In den Verkaufsraum integriert ist ein Brotzeitstüberl (Fotos: Kimberly Wittlieb)

ratsmitglied Georg „Schorsch“ Eberhardt. Der engagierte Landwirt hatte nicht nur die Bauleitung des Betriebes übernommen und erfolgreich abgeschlossen, sondern er ist als stellvertretender Geschäftsführer auch für den Vertrieb zuständig. „Die staatliche Ausbildung ist doch recht produktionslastig und vermittelt viel technisches Wissen“, merkt er an. Der kaufmännische Bereich trete etwas zu sehr in der Hintergrund.

Rasch fand man ergänzend zum Direktverkauf eine ständig wachsende Zahl von derzeit rund 250 Vertriebspartnern, zum Beispiel Feinkostläden und ausgewählte Lebensmitteleinzelhändler. Interessanterweise stellen Metzgereien eine starke Absatzschiene dar, da der Fleischwaren- und Käseverkauf in Bayern nicht selten kombiniert sind. Ferner zählen Hotels und Gaststätten, aber auch Kaffeeröstereien zur Klientel. Das Vertriebsgebiet erstreckt sich im Umkreis von ca. 60 km bis nach München.

■ Kontrolliertes Marketing

Auf Wunsch werden die Produkte auch per Post verschickt. Ein Vertrieb per Internet wird



Eine der Schnittkäse-Spezialitäten ist die Sorte Wallberger Kräuter

indes nicht forciert. Aus verständlichen Gründen, denn die zu erwartende Nachfrage wäre mengenmäßig wohl nicht zu befriedigen. Bereits die Entwicklung im ersten Geschäftsjahr zeigt eine solch stark und ständig steigende Tendenz, dass sich die Geschäftsführung vom eigenen Erfolg durchaus überrascht zeigt und „kontrollierte“ Marketingmaßnahmen bevorzugt.

Außer der Teilnahme an kleineren, regionalen Messen liegt der Schwerpunkt hierbei auf der Schaukäserei, die sich großer Beliebtheit erfreut und zu einem attraktiven Ziel auch für

Busgesellschaften geworden ist. Allein im Juni dieses Jahres gab es 70 Betriebsführungen. Es werden zudem spezielle Rundgänge für Schulen oder Kindergärten angeboten.

Zur wachsenden Popularität trägt in entscheidendem Maß auch die Innen- und Außengastronomie bei, denen man eine bayerisch-gemütliche Biergarten- oder Stubn'-Atmosphäre nicht abstreiten kann.

Zudem befindet sich im ersten Stock ein großzügig dimensionierter, mit viel Holz anheimelnd gestalteter Festsaal, der – mit einer Schanktheke und moderner Technik ausgestattet – für Familien- oder Firmenfeiern, Seminare und sonstige Veranstaltungen gebucht werden kann.

Der aufmerksame Besucher wird einige weitere Besonderheiten registrieren, die auch in ökologischer Hinsicht interessant sind. Zur Erzeugung des Reinigungswassers steht eine Hackschnitzelheizung mit einer Leistung von 400 kW zur Verfügung, die täglich zwei Kubikmeter Material verbraucht.

Eine zusätzliche Gasheizung dient lediglich als Reserve. Der Kühlwasserbedarf wird zu einem Großteil aus Grundwasser gedeckt. Zu diesem Zweck wurden zwei Brunnen gebohrt, die 35.000 Liter pro Stunde 7 °C kaltes Wasser liefern.

Das Serviceangebot der Naturkäserei TegernseerLand eG wird durch die „Kaserei-Zeitung“ abgerundet, die im Selbstverlag zweimal jährlich in einer Auflage von 10.000 Stück erscheint und die allgemeinverständlich viele Hintergrundinformationen zur Heumilcherzeugung und -verarbeitung sowie zu den einzelnen Produkten gibt. Und wem die einsam an der Frontseite des Betriebsgebäudes stehende Milchkanne auffällt, der wird erfahren, dass diese regelmäßig mit Molke für eine bekannte Rottacher Beauty Farm befüllt wird. So dient die Heumilch nicht nur der Gesundheit, sondern auch der Schönheit. □



Der „Kas-Laden“ erfreut sich sowohl bei der einheimischen Kundschaft als auch bei Touristen großer Beliebtheit