



Beim Käse sind Geschmack und emotionaler Mehrwert gefragt. Biomilch liefert dazu die besten Voraussetzungen.

Bild: Marion Nitsch

## Knospe-Käse muss noch mehr Geschmack zurückbringen

Beim Käse besteht noch ein gewisses Wachstumspotenzial, da ist man sich in der Branche einig. Doch die Bäume wachsen nicht in den Himmel. Gefragt sind vor allem Spezialitäten im höheren Qualitätssegment. Die Biokäser sind gefordert, vermehrt solche zu entwickeln.

**R**und 40 Prozent der gesamten Schweizer Biomilch werden verkäst. 75 Prozent dieses Käses werden über Coop und Migros abgesetzt. Sie bestimmen die Musik auf dem Biokäsemarkt. So wirkte sich zum Beispiel das Naturaplan-Jubiläum von Coop 2013 direkt auf den Biokäseumsatz aus – in dem Jahr war ein Zuwachs von 13,6 Prozent zu verzeichnen. 2014 wird das Wachstum wohl weit hinter dieser Zahl zurückbleiben. Marc Muntwyler, Category Manager für Milchprodukte bei Coop, spricht beim Biokäse dennoch

von einem wachsenden Markt mit Potenzial. Die grösste Herausforderung sieht er darin, dass für die Supermarktkunden und -kundinnen beim Käse Bio eine untergeordnete Rolle spielt. «Entweder decken sie sich in der Selbstbedienung mit eher mildem industriell hergestelltem Käse ein. Dann ist der Preis wichtig. Bei den Spezialitäten an der Käsetheke wiederum sind der Geschmack und die Vielfalt entscheidend.» Dennoch sieht Muntwyler in beiden Segmenten Wachstumsmöglichkeiten für den Bio-

käse. «Allgemein muss dazu die Qualität stärker ins Zentrum treten.» Ein Biokäse dürfe sich nicht nur durch das Label von der konventionellen Konkurrenz abheben, er müsse auch vom Typ her differenzierter und geschmacklich hochwertiger sein. «Wir sind deshalb laufend auf der Suche nach Biospezialitäten für die Käsetheke. In der Selbstbedienung sieht er etwas weniger Potenzial. «Insbesondere bei den grossen Sortenkäsen sind wir an den Biokunden gebunden, welche aus Überzeugung den Preisunterschied in Kauf

nehmen.» Aber auch hier gebe es bei gewissen Sorten und Reifegraden saisonal noch Wachstumsmöglichkeiten.

## Gesundes Wachstum beim Frischkäse

Bei den Biokäseproduzenten ist man mitunter skeptisch, wie weit es mit dem Interesse der Grossverteiler an Biokäse wirklich her ist. «Brauchen sie Bio nicht einfach nur als PR-Mäntelchen?», fragt sich etwa einer.

Daniel Erni hingegen von der Neuen Napfmilch AG ist zufrieden. Erni hat an den Swiss Cheese Awards mit seinem «Frischkäse Bio Nature» in der Kategorie Frischkäse den ersten Platz geholt. Rund 1,6 Millionen Liter Biomilch verarbeitet sein Unternehmen zu Pastmilch, Frischkäse und Joghurt. «Wir haben stabile Preise und unser Absatz wächst – zwar in relativ kleinen Schritten, aber dafür stetig.» Rund 90 Prozent von ihren Bioprodukten liefert die Neue Napfmilch an die Grossverteiler Coop und Manor. Die Bioprodukten seien damals der Türöffner gewesen um mit diesen ins Geschäft zu kommen. «Klar fördern sie die Bioprodukte aus Prestige Gründen, aber die einzelnen Produkte müssen sich trotzdem verkaufen, sonst sind sie schnell wieder aus dem Sortiment gestrichen.»

Der Erlös stimme, sodass man bezüglich Beschaffungskosten nicht unter



Daniel Erni.



Thomas Stadelmann.



Ueli Moser.

Bilder: zVg

Druck stehe, so Erni. «Wir können unseren Bioproduzenten 86 Rappen pro Liter bezahlen plus einen saisonalen Zuschlag von 3 Rappen.» Das sind 14 Rappen mehr als die Neue Napfmilch für die konventionelle Milch bezahlt.

Entwicklungspotenzial sieht Erni beispielsweise bei Halbfabrikaten für die Weiterverarbeitung, zum Beispiel Quark für gefüllte Teigwaren. «Hier bestehen im Vergleich zum konventionellen Segment noch Lücken.» Zudem stellt er fest, dass sich vermehrt auch kleinere Distributoren für Bioprodukte interessieren. Auch bezüglich der lactosefreien Milchprodukte rechnet Erni in der nächsten Zukunft noch mit Wachstum. Fraglich ist für ihn, welche Auswirkungen der Markteintritt von Al-

di und Lidl haben wird. «Preislich werden die sich wohl in einem anderen Bereich bewegen, mit unseren Strukturen haben wir da keine grossen Möglichkeiten.» Bei Coop sieht man dem Markteintritt von Aldi und Lidl relativ gelassen entgegen. «Der Preisdruck wird sicher steigen, vor allem bei den grossen Sortenkäsen», sagt Marc Muntwyler. «Umso mehr müssen wir beim Biokäse vermehrt auf Spezialitäten setzen und ein differenziertes Angebot haben.»

## Direktvermarkter als Multiplikatoren unterstützen

Nahe am Endkonsumenten ist Thomas Stadelmann von der Käserei Stofel in Unterwasser SG. Mit seinem «Bloderkäse Bio/AOP» hat er es an den Swiss

## Biokäse an den Swiss Cheese Awards

An den diesjährigen Swiss Cheese Awards schafften es Biokäser in drei von 28 Kategorien auf den ersten Platz.



Kategorie Bündner Bergkäse:  
Bündner Bergkäse Rahmkäse  
von Severin Caratsch, Chascharia Val  
Müstair, Müstair GR.



Kategorie Sauerkäse:  
Bloderkäse Bio /AOP  
von Thomas Stadelmann, Käserei Stofel,  
Unterwasser SG.



Kategorie Frischkäse:  
Frischkäse Bio Nature von Daniel Erni,  
Neue Napfmilch AG, Hergiswil LU.

Bilder: zVg

Cheese Awards in der Kategorie Sauerkäse auf den ersten Platz geschafft. Stadelmann sieht viele Vorteile im Bio-sektor. «Der Markt ist etwas geschützter als im konventionellen Bereich, es gibt weniger Preisdumping.» Dennoch setzt er das Knospe Logo eher zurückhaltend ein, und auch in den Käsenamen verwendet er das Wort Bio kaum noch. «Meine Stammkunden wissen, dass ich Biomilch verwende.» Zudem könne Bio bei der Vermarktung in ländlichen Regionen auch kontraproduktiv sein. «Es gibt Leute, die wegen Vorurteilen aus Prinzip keine Bioprodukte essen. Wenn ich denselben Käse dann aber nicht mehr auslobe, kaufen sie ihn plötzlich...» Diese Leute von Bio zu überzeugen, sei so gut wie unmöglich. Im Allgemeinen bringe Massenwerbung für Biokäse in seinem Kundensegment nicht viel, schätzt Stadelmann. Viel wichtiger sei es, die Multiplikatoren, die in direktem Kontakt mit den Konsumentinnen stehen, besser zu unterstützen: Marktfahrer und Direktvermarkter.

Grosses Potenzial zur Ausdehnung der Biokäsereimilchmenge sieht Stadelmann nicht. Sonst entstehe sofort Druck auf den Preis. Auch mit Exportprojekten müsse man vorsichtig sein. «Man hat im konventionellen Sektor gesehen, dass Marktentlastungen über Exporte im Ausland nicht wirklich den Gesamtumsatz erhöht, sondern nur aufgrund des tieferen Preises den bisherigen Exportkäse konkurrenziert haben.»

### Chancen im Export vor allem für Weichkäse

Gerade im Export sieht aber Ueli Moser von der Boncas AG in Dotzigen BE noch am meisten Möglichkeiten für Biokäse. Moser hat an den diesjährigen Swiss Cheese Awards in zwei Kategorien den ersten Platz geholt, allerdings mit Käsen aus konventioneller Milch. Seine «Fette Berta» gewann in der Kategorie Innovationen und sein «Riesling x Sylvaner» in der Kategorie Weichkäse / Weisseschimmel.

Beim Export sei aber in erster Linie auch die Käsequalität entscheidend. «Bio

ist dann noch ein zusätzliches Verkaufsargument, vorausgesetzt der Preisunterschied ist nicht zu gross.» Aus dem Grund sind die Exportmöglichkeiten beim Weichkäse besser als bei den industriellen Halbhartkäsen. Dort ist der Preisunterschied zwischen Bio und nicht Bio viel grösser, weil der Rohstoff einen grösseren Anteil an den Produktionskosten ausmacht. «Ein Betrieb von unserer Milchmengenkapazität würde im Emmentalerbereich mit zwei Angestellten geführt, wir haben zwanzig.»

Eine gewisse Produktionsmenge und Priorisierung von Weichkäse im Betrieb sei Voraussetzung für den Export, sagt Ueli Moser. Einerseits, um die Qualität auf dem nötigen Level zu halten und andererseits, weil die Händler keine Risiken mit kleinen Zulieferern eingehen wollen. Der grösste Exportmarkt ist Deutschland. Die direkte Konkurrenz sind hier die französischen Weichkäse. «Preislich können wir da aber durchaus mithalten.»

Markus Spuhler

## Bio Suisse will die Zusammenarbeit im Käsemarkt fördern

Im Oktober lud Bio Suisse die Biokäser und Vertreter des Handels zu einem runden Tisch und Workshop auf den Burgrain in Alberswil LU ein. Das Ziel war, sich auszutauschen und die Zukunft des Schweizer Biokäses zu diskutieren. Als Referenten traten Ueli Moser von der bonCas AG in Dotzigen BE, sowie Willi Schmid von der Städtlichäsi Lichtensteig SG auf. Die beiden haben gemeinsam, dass sie in der Vergangenheit viel Mut zum Ausprobieren zeigten und keine Scheu hatten, eigene Wege zu gehen. Der Erfolg für die einzigartigen Käse, die dabei entstanden, blieb nicht aus. Nicht immer bedarf es dafür grosser Finanzbeträge. Willi Schmid etwa hat bis zum heutigen Tag kaum Geld für Werbung investiert. Diese übernahm schlicht sein hervorragender Käse.

Marc Muntwyler, Category Manager für Milchprodukte bei Coop, erläuterte die Sicht des Grossverteilers über das Kaufverhalten der typischen Biokonsumenten. Für diese seien vor allem der Geschmack und die Lust, etwas Neues zu probieren, entscheidende Kriterien für den Kauf. Unter den Biokäsen vermisse der Detailhandel vor allem rezente Sorten sowie eine grössere Vielfalt an Weichkäsen, so Muntwyler.

Anschliessend wurden im Workshop-Teil verschiedene Fragestellungen zum Biokäse diskutiert. Das Potenzial des Schweizer Biokäses sei noch längst nicht ausgeschöpft, lautete dabei eines der Fazite. Möglichkeiten böten sich vor allem bei regionalen Produkten, Nischenmärkten sowie im Bereich Convenience und Gastronomie. Entscheidend seien Innovationen, die auch aus traditionellen Produkten entstehen können, indem diese neu interpretiert werden. Die Qualitätsgarantie durch die Knospe bringt einen wichtigen Mehrwert. Allerdings entscheidet letztendlich gerade beim Käse der Geschmack. Er muss den Konsumenten überzeugen. Eldrid Funck, Bio Suisse

## MÄRITSTAND ■

### Suche

Gesucht **Nachfolge auf Bio-Teilerwerbsbetrieb** im Centovalli, auf 800 - 900 m ü. M. 4 ha Wiesland, 4 a Gartenkulturen, 70 Fruchtbäume. Geeignet für Kräuter- oder Beerenkulturen, Samenproduktion o.Ä. Möglichkeit für weitere 2 ha Pachtland. Weitere Informationen: monteselna@bluewin.ch, Tel. 079 765 62 28

Landwirtin (48), zurzeit selbstständig im Gemüsebau tätig, sucht **kleine Gärtnerei** mit Freiland oder Betrieb bis 1 ha zum Aufbau oder Weiterführen eines Gemüsebaubetriebs mit Direktvermarktung. Region: Langetental (Oberaargau BE) und angrenzende Regionen. Esther Hofer, Kleindietwil, Tel. 062 965 01 36 oder 077 462 42 52, kaeserhof@bluewin.ch

Ferme de Cerniéwillers sucht ab 2015 ein bis zwei **neue Mitarbeitende**. Gerne mit landwirtschaftlicher Erfahrung. Tel. 032 952 19 19.

Suche günstigen Transporter oder **kleineren Traktor** sowie einen Motormäher. Tel. 062 299 04 36.

### Angebote

**Indianerbananen!** Cremige, herb-süsse Früchte mit einem Mix aus exotischen Aromen (Banane, Vanille, Ananas, Mango). Der pflegeleichte, winterharte Baum (bis -25°C) gedeiht absolut ohne Pflanzenschutz! Interessante Frucht für Bio-Direktvermarkter. Infos und Pflanzenbezug bei Andreas Hess, Obstbau & Baumschule, Tel. 052 741 58 50

Biete **Kombi-Gabel 3** in 1 für Hydraulik bis 1500 kg, mit Siloballen-Rohren, Ballenspitze und Pallettengabeln. Neu Fr. 980.-. Tel. 062 299 04 36.