

Alles begann *mit einem Käser*

Was mit einem Pionier begann, ist heute eine Genossenschaft mit 17 Mitgliedern. Die Biokäserei Prättigau beliefert Grossverteiler und Hofläden – weitere Abnehmer sind willkommen.

Still und konzentriert arbeitet der Käser am Milchtank – seit 18 Jahren. Markus Racine steht im hellen grossen Produktionsraum der neuen Käserei. Begonnen hat er aber in einer alten, engen Dorfkäserei. Eine Pioniertat, waren doch biologische Weisschimmelkäse aus Schaf- und Ziegenmilch damals weitgehend unbekannt – bis es ein Tomme auf die Käseplatte zum 10-Jahr-Jubiläum von Naturaplan schaffte. Er schmeckte der Coop-Chefetage derart gut, dass sie ihn spontan ins Sortiment aufnehmen. Fortan konnte der Einmannbetrieb die Nachfrage nicht mehr decken. So beschlossen der Käser und sein Schafmilchlieferant Martin Büchi ums Jahr 2005, dass grössere Räume nötig seien, um zwei Käser anzustellen.

Ein Neubau von und für die Bergbauern

Ein Neubau musste her. «Dabei waren die Coop-Patenschaft für Berggebiete sowie zwei private Stiftungen ein Glücksfall. Sie beteiligten sich namhaft an den Investitionen», erzählt Genossenschaftspräsident Martin Büchi. «Den Rest übernahmen die 17 Genossenschafterinnen und Genossenschafter, von denen zehn auch Milch liefern. Ihr Anteil ist zwar eher klein, dafür tragen sie das Hauptrisiko, sie haften für allfällige Verluste.» Es vergehen über zehn Jahre, in denen Markus Racine und Martin Büchi zahllose Stunden ihrer Freizeit in Abklärungen stecken. «Wir sind alles einfache Bauern. Plötz-

lich mussten wir die Verantwortung für grosse Investitionen übernehmen», so Martin Büchi. Wertvolle Unterstützung erhielten sie dabei von pensionierten Führungskräften (siehe Kasten). Im Jahr 2016 wird die neue «Biokäserei Prättigau» in Pragg-Jenaz gebaut und Jann Walder als zweiter Käser angestellt. Dass dieser bald das Amt des Geschäftsführers von Markus Racine übernahm, war kein einfacher, aber schlussendlich der richtige Entscheid. Markus Racine ist glücklich, sich wieder ganz dem Käse widmen zu können.

Der Ferrari nimmt Fahrt auf

«Im ersten Jahr hatten wir ein Defizit, das ist normal», sagt Jann Walder. «Im zweiten Jahr, also 2017, hatten wir bereits



Die Milch wird auf 65 Grad temperiert – der einzige Verarbeitungsschritt zwischen Melken und Käsen.

eine ausgeglichene Rechnung. Diese massive Steigerung ist toll, wir dürfen uns aber nicht zurücklehnen.» Mit der neuen Käserei habe man sich einen Ferrari geleistet, der müsse aus-

Pionier Markus Racine (oben) und Betriebsleiter Jann Walder in der Produktion.



Der grosse Moment: Geschmacksprobe im Käsekeller.



gelastet werden. Jedes Kilo mehr bedeute, dass man in die Gewinnzone komme. Dafür soll der Hofladen-Sektor schweizweit ausgebaut werden. Bereits hat die Käserei einen Obstbauern aus dem Thurgau, der mit den Prättigauer Käsespezialitäten sein Sortiment komplettiert. Damit kann auch der Verkaufstiefpunkt im Bündnerland abgedeckt werden, der mit dem



«Landschaft pflegen, Milch verarbeiten, Hofladen führen: Die Wertschöpfung bleibt bei den Produzenten.»

Martin Büchi, Genossenschaftspräsident

Wegzug der Wintergäste genau dann stattfindet, wenn die Milchmenge ansteigt. Grundsätzlich bezieht jeder Verkäufer den Käse zum gleichen Preis. Coop zahlt aber etwas mehr, da die Käsestücke fixfertig für die Filialen portioniert und etikettiert werden. «Wir hätten diese Arbeit auch auslagern können», sagt Jann Walder. «Aber wir wollen den Genossenschaftlerinnen zeitlich flexible Nebenjobs in der Verpackung anbieten und die Wertschöpfung in der Region behalten.»

Biobäuerin trifft Konsument

Die Konkurrenz schläft nicht, also leisten die Landwirte viel Frondienst im Marketing. Erstmals gab es einen Kundentag. «Beim Käseessen auf dem Hof erleben die Verkäufer die Bauernfamilie und ihr Engagement, dadurch entsteht eine Bindung», sagt Martin Büchi. «Unsere Milchproduzenten machen deshalb auch Degustationen in den Filialen», erklärt er. Eine Kundin, der ein Landwirt von seiner Ziege Glöggi erzählt, die Alpweiden pflegt und deren Milch er täglich ins Tal bringt, verstehe einen Kilopreis von 30 Franken.

Die Sache mit dem Milchpreis

Die Genossenschaftler zahlen sich selbst einen eher tiefen Milchpreis aus, denn sie wollen die Finanzen der Käserei im Griff haben. Mit allfälligen Gewinnen müssen zunächst Kredite abbezahlt werden. Der Basispreis liegt bei einem Kilopreis von 1.15 für Ziegen- und 2.90 für Schafmilch – inklusive Verkäsungszulage und Zuschläge für die silofreie Produktion. Dazu kommen individuelle Qualitätszuschläge von bis zu 800 Franken pro Monat. Der Preis ist fix für ein Jahr, es gibt keine saisonalen Zuschläge. Dafür gibt es aber eine Abnahmegarantie. Es werden zwar Jahresverträge mit monatlichen Milchmengen gemacht, man ist aber kulant, es wird keine Milch verschüttet. Die gelieferten Milchmengen können je nach Saison bei der Geissenmilch zwischen 200 und 1200, bei der Schafmilch zwischen 200 und 1000 Liter pro Tag schwanken. Das liegt daran, dass die Schafgeburten einfacher asaisonal zu gestalten sind als die der Ziegen, die zudem für die Alp oft trockengestellt werden. Die Schotte nimmt ein Bauer für seine Biogasanlage sowie momentan ein Produzent für die Alpschweine. Auch beim Fleisch arbeiten die Genossenschaftler an neuen Absatzkanälen. Franziska Hämmerli



Kostenlose Beratung von Profis

Da private Beratungsdienste zu teuer waren, wandten sich die Genossenschaftler an die Firma Innovage. Deren pensionierte Führungskräfte arbeiten bis auf die Spesen ehrenamtlich, wenn ein Unternehmen nicht rein gewinnorientiert ist. Das trifft auf die Käserei mit dem Ziel «Existenzsicherung für Bergbauernfamilien» zu. «Man kann keine branchenspezifische Beratung erwarten. Aber die Tipps zum systematischen Vorgehen bei Planung, Vorstandsarbeit und Marktbearbeitung waren enorm wertvoll», sagt Markus Büchi.

www.innovage.ch

Genossenschaftlerin Luzia Abderhalden schätzt die flexiblen Arbeitszeiten. Die Genossenschaft verarbeitet nur Biomilch. Bilder: Franziska Hämmerli

