

Zwei Ziegen waren der Anfang für Martin Buhls Ziegenkäserei.

DIE KÄSE VOM MONTE ZIEGO

Bio-manufaktur Schwarzwald-Bodensee

Mit Frisch- und Weichkäse in Bioqualität hat sich die Käserei Monte Ziego bei Handel und Verbrauchern einen Namen gemacht.

Auf den Weiden des Schwarzwaldes erwartet man in der Regel Kuhherden, die das saftige Gras genießen. Da ist es für den Beobachter schon außergewöhnlich, wenn er auch auf eine Ziegenherde trifft. Zwar ist Frankreich – das als Ziegenkäseation bekannt ist – nicht weit, doch in der Region rund um Freiburg dominiert normalerweise die Kuh. Sollte man meinen. Denn in Teningen, etwa 20 km nördlich von Freiburg hat eine kleine, aber inzwischen überaus erfolgreiche Käserei, die sich der Verarbeitung von Ziegenmilch widmet, ihre Heimat gefunden. Ihr Name: Die Käserei Monte Ziego.

Der gelernte Maler Martin Buhl war Ende der 1990-er Jahre in Berlin als selbstständiger Designer und Dekorateur tätig und entwarf Möbel für Diskotheken, als es ihn für einen Auftrag in den Schwarzwald führte. Hier traf er auf seine damalige Lebensgefährtin, die einen eigenen Bauernhof hatte. Mit zwei Ziegen und vier Hektar Weidefläche begann er dort im Jahr 2000 den Aufbau seiner Herde. Beim Verband für handwerkliche Milchverarbeitung (VhM) erlernte Martin Buhl die Grundlagen des KäSENS. Mit zahlreichen Besuchen bei anderen Ziegenkäse-Herstellern vertiefte er zudem seine Käserfähigkeiten. So entstand auf dem Geisberg im Schuttertal, der im Volksmund auch Monte Ziego genannt wird, eine kleine Hofkäserei und die ersten Ziegenfrischkäse in den Sorten Natur, mit Kräutern, mit Knoblauch und eine Kräuterrolle. „Die Fettstruktur der Ziegenmilch eignet sich besser für die Herstellung eines Frischkäses, statt für einen Hartkäse“, begründet Buhl seinen Sortimentsaufbau. Was lag jetzt noch näher, als deren Herkunft auch als Marke zu nutzen? Die Käse von Monte Ziego waren damit geboren. Von Anfang an stand für Martin Buhl fest, dass seine Produkte eine Wertschöpfungskette haben sollen, die transparent ist und für alle Beteiligten faire Bedingungen bieten sollen. Daher gehört die Verankerung in der Region sowie die Herstellungskriterien nach Demeter-Vorgaben von Beginn an fest zur Firmenphilosophie.

Das Wachstum

Sein Ein-Mann-Unternehmen wuchs schnell heran. Aus zwei Ziegen wurde eine Herde von 40 Tieren und Hofläden sowie Einzelhändler der Region nahmen die Ziegenfrischkäse in ihr Sortiment auf. Darüber hinaus



21 Käsesorten umfasst inzwischen das Monte Ziego-Sortiment.



fuhr Martin Buhl auf Wochenmärkte im Umkreis, um seine Produkte zu vermarkten. Auch der Naturkostfachhandel wurde recht schnell auf die Ziegenkäse aufmerksam. Trotz Bio-Zertifizierung hatte das Unternehmen von Anfang an keine Berührungängste mit dem selbstständigen Lebensmittel Einzelhandel (SEH). Die Resonanz auf seine Käse war so groß, dass er zeitweise gar nicht mehr alle Aufträge annehmen konnte, weil er zu wenig Ziegenmilch hatte, erinnert er sich. Hinzu kam, dass sein junges Unternehmen bereits eine Größenordnung erreicht hatte, und sein Tag vollkommen mit Arbeit ausgefüllt war: Ziegen melken, Stallarbeit, käsen, Produkte vermarkten, Büroarbeit und Ziegen füttern. Ihm wurde schnell klar, dass bei einem weiteren Wachstum der Nachfrage, sein Unternehmen eine Struktur erhalten muss, um es für die Zukunft breiter und stabiler aufzustellen. Immer mehr Nachfrage heißt auch immer mehr Milch produzieren zu müssen. So wuchs die eigene Ziegenherde auf 100 Tiere an. Doch dann wurde dem Jungunternehmer klar, dass diese nicht noch weiter wachsen kann. Denn mehr Ziegen hieß noch mehr Stall- und Melkarbeit sowie Investitionen in weitere Ställe und Weiden. So entschied er sich Kooperationspartner im Umkreis zu suchen, die bereit waren Ziegenmilch für Monte Ziego zu produzieren. Ebenso kamen die ersten Mitarbeiter hinzu, und die Arbeit konnte auf mehrere Schultern verteilt werden. Sowohl der erste Milchlieferant, als auch einige der Mitarbeiter sind noch heute im Unternehmen, worauf Martin Buhl besonders stolz ist.

Die neue Käserei

Auch in den darauf folgenden Jahren hielt das Nachfragewachstum nach Monte Ziego-Käsen an, so dass 2009 die Entscheidung fiel, eine neue Käserei zu bauen. In Teningen, an der A5 zwischen Freiburg und Karlsruhe, fand Martin Buhl den geeigneten Standort. Hier ließ sich die neue Käserei nieder. Rund 850 qm stehen nun für Produktion, Lager und Verwaltung zur Verfügung. „Zudem bietet der Standort eine perfekte Anbindung für die Logistik“, so Buhl. Die Strukturveränderung des Unternehmens brachte auch mit sich, das Martin Buhl seine Ziegenherde an eine Landwirtin verkaufte, die sie inzwischen auf 150 Tiere ausgeweitet hat und eine der fünf Ziegenmilchlieferanten der Käserei ist. Aus rund 700.000 l Milch, der etwa 1.100 Ziegen stellt die Käserei 21 Sorten her. Die Milch wird alle zwei Tage vom Käserei-eigenen Milchsammelwagen in einem Umkreis von nicht mehr als 30 km abgeholt. „Produziert wird sieben Tage in der Woche. Unsere Milch wird nicht gelagert, sondern sofort verarbeitet, weil die Ziegenrohmilch sehr empfindlich ist“, so Buhl. Der als Ein-Mann-Unternehmen gestartete Martin Buhl beschäftigt inzwischen 20

Mitarbeiter. Der durch die saisonale Laktationsphase – in der die Ziegen nur Milch geben – bedingte, natürliche Milchengpass, den eine Ziegenkäserei hat, wird bei Monte Ziego durch zwei Varianten überbrückt. Zum Einen versuchen die Landwirte die Milchgebenden Zeiten der Ziegen zu steuern. Des Weiteren hat die Käserei ein kleines Bio-Kuhmilch-Sortiment entwickelt. Dieses entstand schon in den Anfangsjahren der Käserei, als zu wenig Ziegenmilch verfügbar war und „entwickelte sich zum konstanten Lückenfüller“, erklärt Buhl das zweite Sortimentsstandbein. Die dafür notwendige Bio-Milch stammt von einer nahegelegenen Molkerei. Unter der Marke Mona Liesl entstehen daraus fünf Frisch- und Weichkäse nach Bioland-Kriterien. „Jedoch macht das kleine Kuhmilch-Sortiment lediglich sieben bis acht Prozent des Umsatzes aus“, berichtet Martin Buhl.

Rund 130.000 t Käse aus Ziegen- und Kuhmilch wurden im vergangenen Jahr hergestellt und vermarktet. Und das Unternehmen kann nicht über mangelnde Nachfrage klagen. Nach rund 50 Prozent Wachstum im Vorjahr, steuert es 2012 auf ein weiteres Plus von 50 Prozent zu. Zahlreiche Auszeichnungen, wie die zum „Demeter-Produkt des Jahres 2012“ oder zum „2011 Cheese of the year“ bei der Käse-WM, unterstreichen die hohe Qualität der Produkte. Doch mit den Erfolgen der Marken Monte Ziego und Mona Liesl möchte sich die Käserei noch nicht zufrieden geben. Auf der Suche nach neuen Produkten stellt sich Martin Buhl die Frage „wie kann ich meinen Rohstoff am Besten veredeln?“. Mit der Schweizer Antipasti-Manufaktur Ceposa von Yvonne und Hanspeter Baer hat er dafür einen passenden Partner gefunden. Ihr Unternehmen kann auf eine ähnliche Entwicklung wie die Monte Ziego-Käserei zurückblicken. Von einem kleinen und experimentierfreudigen Pionierbetrieb haben sie innerhalb von rund zehn Jahren ihre Ceposa AG zum größten Schweizer Hersteller für frische Antipasti gemacht. Gemeinsam produzieren die beiden Unternehmen im Ceposa-Betrieb in Welsching am Bodensee Antipasti in Bio-Qualität, die mit Ziegenfrischkäse von Monte Ziego gefüllt werden. Dabei umfasst das Sortiment zehn Produkte wie gefüllte getrocknete Tomaten bestrichen mit Basilikumpesto, gegrillte, gefüllte Paprika oder Spieße mit gegrillter Zucchini, getrocknete Tomate, grünen Oliven und Ziegenkäse.

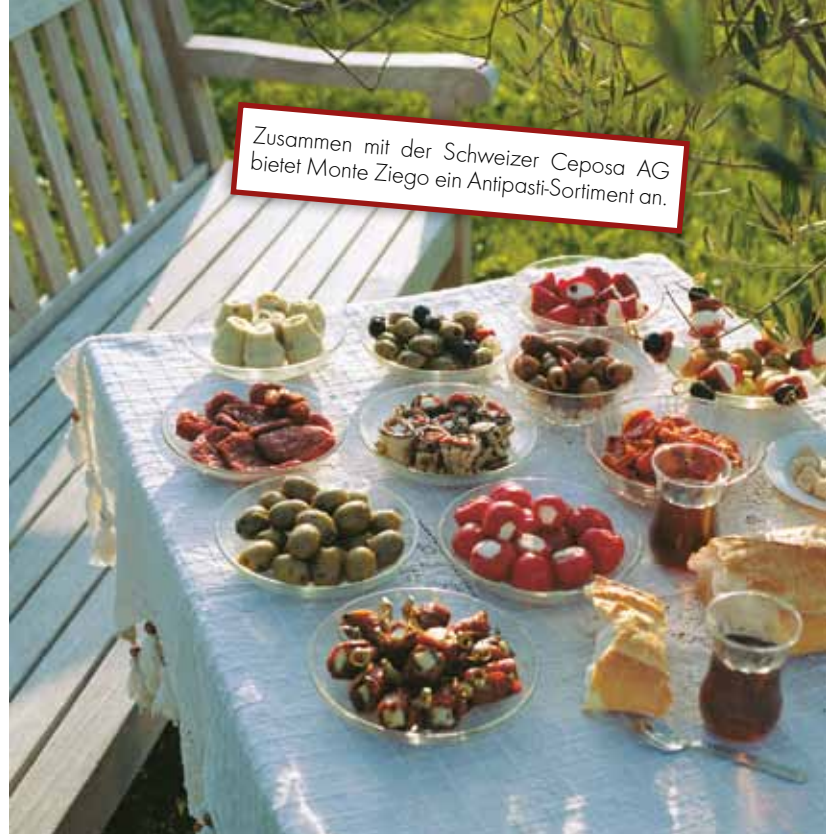
Ziegenkäse erleben

Bei vielen Kunden, hauptsächlich bei den älteren, bestehen immer noch Vorbehalte gegenüber dem Ziegenkäse. Das Gerücht, der Käse schmeckt „bockig“ hält sich hartnäckig. Hinzu kommt, dass die Bio-Ziegenkäse ein relativ hohes Preisniveau haben, die manchen Kunden vom Kauf zusätz-

lich abhalten. Um die Zielgruppe von den geschmacklichen Vorzügen und den Besonderheiten moderner Ziegenmilchprodukte zu überzeugen, lädt Martin Buhl regelmäßig Gruppen nach Teningen ein. Hier können sie einen Blick durch Glasscheiben in die Käseerei werfen, die Produkte von Monte Ziege probieren und einen der Ziegenmilchhöfe besuchen. Diese Veranstaltungen haben sich so gut etabliert, dass fast wöchentlich Besucher kommen. „Diese Zielgruppe ist ein nicht zu unterschätzender Multiplikator. Wenn ich sie hier vom Geschmack der Käse überzeugen kann, erzählen sie das Erlebte auch in ihrem Umfeld weiter“, begründet Martin Buhl die Initiative. Doch auch damit soll es noch nicht genug sein. In Planung ist, das Käsemuseum im nahegelegenen Eendingen zu übernehmen und weiterzuführen. Dort soll eine Ziegenmilchbar mit Laden entstehen und Käseschulungen für Endverbraucher angeboten werden.

Null-Energie-Käseerei

Martin Buhl und sein Team arbeiten an einem weiteren Zukunftsprojekt: Die Null-Energie-Käseerei. Die Käse-Herstellung benötigt viel Wasser zum Reinigen der Anlagen und noch mehr Energie für das Kühlen und Erwärmen der Milch. Schon jetzt ist eine Fotovoltaikanlage auf dem gesamten Käseerdach und ein Blockheizkraftwerk, das zur Zeit noch mit Erdgas betrieben wird, installiert und liefern Strom und Abwärme. In naher Zukunft soll mit dem Bau einer Biomolkevergasungsanlage begonnen werden, in der die Molke der Käseerei in Gas umgewandelt und mit dem Blockheizkraftwerk zur Stromgewinnung genutzt wird. Auch die dabei entstehende Abwärme soll als Prozessenergie weiter genutzt werden. Für dieses Energiekonzept wurde dem Unternehmen bereits der Innovationspreis der Badenova und dem Land Baden-Württemberg verliehen. „Unser



Ziel ist es, so ökologisch wie möglich in Zeiten der Energiewende zu produzieren“, begründet Martin Buhl das Energiekonzept.

Weitere Informationen: Biomanufaktur Schwarzwald-Bodensee; Vertriebsgesellschaft für Regionalwaren mbH; Gottlieb-Daimler-Str. 5, 79331 Teningen; www.monteziege.de



Pustertaler

Südtirols volles Aroma.

Dieser außergewöhnliche Schnittkäse wird noch nach guter alter Tradition hergestellt, ausschließlich aus naturbelassener Frischmilch von Südtiroler Bergbauernhöfen. Er schmeckt herrlich aromatisch, leicht würzig und hat eine geschmeidige Konsistenz.



www.mila.it

Der Pustertaler Käse ist bei folgenden Partnern erhältlich



www.ruwischzuck.de



www.kaesescheer.de



www.heiderbeck.com