

# Im Sog des Ziegenkäses

## Demeter-Käser Monte Ziego wirbt Bauern für die Umstellung



Biomannufaktur

Vom Designer zum Landwirt zum Käsechef: Martin Buhl

Bio-Ziegenkäse ist „in“. Auch immer mehr Deutsche entdecken die schmackhaften Vorteile der Milchprodukte von Ziege und Schaf, zumal wenn sie frisch, mild oder originell zubereitet daherkommen. Mit diesem Mix aus Spezialität und Verfeinerung mit mediterranen Kräutern, Olivenöl etc. hat Martin Buhl binnen zehn Jahren den Sprung vom Einmann-Käser im Schwarzwälder Schuttertal zur kleinen Molkerei geschafft. Die ist inzwischen in Tenningen am Fuße des Schwarzwaldes und veredelt 130 Tonnen Ziegenkäse – Demeter, und 15 Tonnen Kuhmilchkäse – bioland. 1000 biodynamisch gehaltene Ziegen liefern ca. 700.000 Liter Milch für mehr als 21 Käseleckereien, neben Frisch- und Weichkäsen auch mal eingelegte oder in Sesam gerollte. Kreative Produktentwicklung gehört für den gelernten Designer Buhl und sein 20-köpfiges Team dazu. 2010 traf der Hofkäser die Entscheidung, neu zu bauen, nach zunehmendem Milch-

zukauf und stetigem Wachstum im Markt.

Und das geht weiter – Monte Ziego sucht weitere Ziegenhalter und wirbt dafür auch bei traditionellen Kuhbauern. 70 Cent pro Liter und nicht mehr als 60 km entfernt von der Molkerei, das sind die Konditionen, die die im Schwarzwald noch verbreiteten Höfe mit 20 bis 30

Kühen ansprechen.

Biodynamisch hat Martin Buhl bereits auf dem Geißberg gewirtschaftet und mit Demeter-Lebensmittel ist er aufgewachsen: so war die Wirtschaftsrichtung klar. Eine Ziege gibt im Jahr 7-800 Liter Milch, man braucht eine andere Stall- und Melkeinrichtung, und eine andere Futtergrundlage. Da Ziegen häufig Zwillinge gebären, geht der Herdenaufbau rascher. Der Schwerpunkt der Lammung liegt im Frühjahr – Melken ist somit Saisongeschäft, viel Milch im Sommer, wenig im Winter. Daher will Inhaber Buhl in die Milchpulverherstellung für Kleinkindnahrung einsteigen. Dazu hat er als Partner den Schweizer Demeter-Babykostspezialisten Holle gefunden. 2015 will Holle 800.000 Liter trocknen. So werden aktuell zehn bis 15 umstellungswillige Betriebe gesucht.

Auf Informationsveranstaltungen in der Region und mit Fachartikeln in

den Bauernzeitungen werden Umstellungsinteressierte geworben, aktuell sind zehn Höfe im Gespräch mit der Molkerei. Die bietet ein Umstellungspaket, zu dem dann auch Beratung durch den Öko-Beratungsdienst in Ulm oder Hilfe bei der Suche nach Jungziegen gehört und sie agiert in Kooperation mit der Baden-Württembergischen Marketinggesellschaft. Langfristigkeit und ein partnerschaftliches Verhältnis mit den Erzeugern zählt für die Käseerei.

Die Vermarktung hat sich über die Jahre gewandelt: In der Phase der Hofkäseerei betrieb Buhl Direktvermarktung, seit 2009 vor allem an Wiederverkäufer und zwar sowohl im Bio- wie im konventionellen Lebensmittelhandel. Besonders die Zusammenarbeit mit dem LEH, mit Edeka Südwest hat das dann ein rasches Wachstum ermöglicht. Das Augenmerk von Monte Ziego liegt dennoch auf der Regionalvermarktung. Den größten Teil setzt das Unternehmen im Südwesten

Deutschlands ab, seit 2012 werden die Käsespezialitäten auch in der Schweiz verkauft. Das nahe Elsaß haben die Käser schon im Visier.

Die Mischung aus handwerklicher Qualität und Originalität wird sicher auch dort ankommen. Hierzulande haben die Käser schon einige Preise gewonnen – erster auf der Käse-WM in Cremona 2009, Innovationspreis Cheese of the Year 2011 und 2012 Demeter-Produkt des Jahres. Dass „Siegen mit Ziegen“, wie es in der Presseinfo der Firma heißt, neben der positiven Wirkung auf die Regionalentwicklung auch eine Umwelt und Klima schützende Seite hat, zeigen die Aktivitäten zum Energiesparen: Monte Ziego strebt den Nullenergiestandard an: Blockheizkraftwerk, Wärmetauscher, energieeffiziente Kälteanlagen und Photovoltaik sind schon im Einsatz, in Planung ist eine mit der anfallenden Molke betriebene Biogasanlage. Kurzum: hier gibt es nichts zu meckern. ●

Michael Olbrich-Majer

### Unternehmenssteckbrief Molkerei Monte Ziego

- Gegründet 2000 als Hofkäseerei von Martin Buhl
- 20 Mitarbeiter
- Verarbeitete Milch 2013 ca. 750.000 Liter pro Jahr von 7 Lieferanten
- Zwei Marken, 26 Produkte, davon 21 Ziege (Demeter, Monte Ziego) und 5 Kuh (Bioland, Mona Liesl)
- 1,3 Mio. € Umsatz, davon Demeter ca. 95 %
- Ziel: Null-Energie-Käseerei, mit Photovoltaik-Anlage, Blockheizkraftwerk, Wärme-Rückgewinnung, zusätzlich geplant ist eine Molke-Biogasanlage.
- Vertrieb über Biomannufaktur Schwarzwald-Bodensee, regional über Naturkostfachhandel und Lebensmitteleinzelhandel, teils auch in die Schweiz

[www.monteziego.de](http://www.monteziego.de) / [www.ziegenmelken.de](http://www.ziegenmelken.de)

[www.facebook.com/MonteZiego](https://www.facebook.com/MonteZiego)