

Von innovativen Ideen und regionalem Flair

Viele Emmentaler Käsereien sind in den letzten Jahren von der Bildfläche verschwunden. Dieses Schicksal blühte 2003 auch der Fläcke-Chäsi. Petra und Franz Scheuber wollten sich damit nicht abfinden. Mit innovativen Ideen, konsequent regionaler Ausrichtung und verschiedenen Schafmilchprodukten punkten sie bei der Kundschaft.

(pbi.) Wir schreiben das Jahr 2003: Die Nachricht von den Verantwortlichen der Käsereigenossenschaft, die Käserei in Beromünster zu schliessen, traf Petra und Franz Scheuber hart. Seit 1998 hatten die beiden die Käserei als Betriebsleiter geführt, nun wurde ihr Arbeitsverhältnis gekündigt. Die Gründe, welche die Käsereigenossenschaft zum Schritt der Käserei-Schliessung bewegten, waren vielfältig. «Einige Bauern wollten aus der Milchwirtschaft aussteigen, bei anderen war die Nachfolge auf dem Hof ungeklärt und wieder andere wollten auf Silage setzen», beschreibt Franz Scheuber die Situation vor acht Jahren.

Den «Neuanfang» gewagt

Franz Scheuber und seine Frau Petra wollten die Fläcke-Chäsi aber nicht verlassen und stimmten einem Verkaufsangebot für das Käsereigebäude zu. Fortan hat sich rund um die Flä-



Franz Scheuber vor den verschiedenen im Käsekeller gelagerten Käsesorten.

cke-Chäsi so einiges verändert. 2005 wurde der bestehende Laden umgebaut und die Verkaufsfläche verdoppelt. Und erst im vergangenen Jahr wurde das ganze Obergeschoss des Chäsi-Gebäudes neu errichtet. Ein entscheidender Schritt vollzogen Petra und Franz Scheuber vor fünf Jahren. Auf Anfrage von Toni Habermacher aus Rickenbach entschlossen sich die beiden, in die Schafmilchverarbeitung einzusteigen. «2006 war das absolute Neuland für mich», erinnert sich Franz Scheuber. 10 000 Liter Schafmilch verarbeitete der Käsemeister im ersten Jahr. Heute veredeln Scheuber und seine Mitarbeiter nebst 680 000 Litern Kuhmilch auch 120 000 Liter Schafmilch von vier regionalen Lieferanten.

Zeitintensive Schafmilch-Produktion

Als bisher letzter Schafmilch-Lieferant für die Fläcke-Chäsi sind Bruno und Margrith Koller aus Witwil dazu gekommen. Jeden zweiten Tag bringen Kollers die Milch ihrer gegenwärtig 90 Schafe in die Fläcke-Chäsi. Ziel von Bruno und Margrith Koller ist eine Herdengrösse von rund 200 Tieren. Die infrastrukturellen Voraussetzungen dafür wurden auf ihrem Hof geschaffen. Aber der Aufbau einer Herde braucht Zeit. «Vor allem wegen der Ausbreitung von Krankheiten

kann man nicht einfach die gewünschte Anzahl Schafe zukaufen», erklärt Margrith Koller. Aus diesem Grund haben Kollers momentan zusätzlich 50 eigene Aufzuchttiere, um ihre Herde zu vergrössern. Mit 350 bis 500 Litern jährlich geben Schafe verglichen mit Kühen sehr wenig Milch. «Wer glaubt, deswegen mit Schafen weniger Arbeit zu haben, täuscht sich gewaltig», sagt Bruno Koller. Gerade die Zeit des «Lämmerns» – also die Geburt der Jungtiere – sei sehr intensiv. Zudem sind Fell- und Klauenpflege nicht zu vernachlässigen, auch das Zäunen erfordert mehr Aufwand als bei Kühen. Und dann wollen die Schafe auch täglich gemolkt sein.

Pastmilch, Joghurt, Glacé und 23 Käsesorten

Die Schafmilchprodukte der Fläcke-Chäsi kommen bei der Kundschaft sehr gut an. Im Sortiment der Fläcke-Chäsi findet man neben Pastmilch, Joghurt, Glacé und Käse hergestellt aus Kuhmilch dieselben Produkte auch mit Schafmilch. Aus insgesamt 23 verschiedenen Käsesorten kann man in der Fläcke-Chäsi wählen. Während die Weichkäsesorten nur rund 14 Tage im Käsekeller ruhen, beträgt die Lagerzeit des Emmentalers im Keller der Fläcke-Chäsi zwei

Jahre. Um seine Kundschaft immer wieder mit neuen Angeboten überraschen zu können, lässt sich Franz Scheuber gerne etwas einfallen. Die besten Ideen für neue Käsekreationen hat er bei der körperlich anstrengenden, geistig aber nicht sonderlich fordernden Arbeit des Käseschmierns. «Dort unten, allein im Keller kann ich meiner Kreativität freien Lauf lassen», sagt Scheuber. Seine Ideen setzt er zunächst in kleinen Mengen um. Die Neukreationen werden selbst degustiert, mit den Mitarbeitern besprochen und aufgrund des Meinungsaustausches stetig verfeinert. «Nach drei bis vier Produktionsgängen kommen neue Käsespezialitäten in den Laden», erklärt Scheuber. «Schliesslich entscheiden aber die Kunden, ob eine Käsesorte im Sortiment bleibt oder nicht.» Bei den Kunden besonders beliebt sind unter anderem der «Landessender» und die «Mittelwälle». Bei den Schafkäsen das «Schafträumli» und der «Pecorino». Mit einigen Schafmilchprodukten ist die Fläcke-Chäsi unter dem Label «Aus der Region – für die Region» auch in den Regalen der Migros vertreten.



Margrith und Bruno Koller beim täglichen Melken der Schafe.

(Bilder: Michelsämter)

Tag der offenen Tür

Am Samstag, 1. Oktober, von 13 bis 18 Uhr und am Sonntag, 2. Oktober, von 10 bis 17 Uhr findet auf dem Bauernhof der Familie Koller in Witwil ein Tag der offenen Tür statt. Auf dem Bauernhofmarkt besteht die Möglichkeit, verschiedene Produkte zu degustieren. Auch ein Streichelzoo wartet auf die Kinder. Am Samstag, um 18 Uhr startet die urchige Schafkilbi mit lüpfiger Unterhaltung.

Vermarktung wichtig aber schwierig

Gerade die Schafmilchprodukte könnten bei Grossabnehmern als eine Art «Türöffner» dienen, sagt Franz Scheuber. «Schafmilchprodukte sind immer noch Nischenprodukte.» Deshalb sei es einfacher, mit qualitativ hoch stehenden Schafmilchprodukten in die Regale der Grossverteiler zu kommen, als im hartumkämpften Bereich der Kuhmilchprodukte. «Aber auch für die Schafmilchprodukte gilt: Werden die Absatzziele nicht erreicht, fallen sie aus dem Sortiment der Grossverteiler», beschreibt Franz Scheuber das raue Marktklima.

Der Bekanntheitsgrad einzelner Milch- und Käsespezialitäten spielt eine wichtige Rolle für deren Absatz Erfolg. Petra und Franz Scheuber versuchen auch in dieser Beziehung innovativ zu sein. Neben ihrer Präsenz auf den traditionellen Plattformen wie Märkten und Ausstellungen werben sie mit Prospekten für die Produkte und Dienstleistungen der Fläcke-Chäsi. Trotzdem sei die Vermarktung ihrer Produkte sehr anspruchsvoll. «Wir haben nicht die gleichen Möglichkeiten wie beispielsweise die Käsereien im Entlebuch», sagt Franz Scheuber.

Angesichts der schwierigen überregionalen Vermarktung ihrer Produkte setzen Franz und Petra Scheuber dann auch konsequent auf die Regionalität ihrer Produkte. «Alle unsere Lieferanten sind aus der unmittelbaren Region», sagt Franz Scheuber. «Bei unseren Produkten sind die Wege kurz, sehr kurz sogar.»

Das ist sicher ein Fakt, den die Kundschaft der Fläcke-Chäsi gerne hört und entsprechend schätzt.



Petra Scheuber bedient die Kunden im Laden der Fläcke-Chäsi.