

NACHRICHTEN

Weniger Besucher, noch kein Direktor

HOFSTETTEN BE. Mit rund 240000 Besuchern rechnete das Freilichtmuseum Ballenberg im Jahr 2015. Die effektiven Zahlen liegen laut Stiftungsratspräsident Peter Flick «massiv darunter». Ebenso erfolglos war bisher die Suche nach einem Nachfolger für die im Sommer 2014 abgetretene Direktorin Katrin Rieder. Nun lägen aber zahlreiche Bewerbungen für die neue Führungsstruktur vor. Der Betriebsdirektor werde sich um die operative Führung des Betriebes kümmern. Der Stiftungsratspräsident dagegen sei für die politische und strategische Führung nach aussen verantwortlich. Ende Oktober ging die Saison zu Ende. Diese stand unter dem Motto «Ein gutes Gespinn – Landwirtschaft im Freilichtmuseum». *ral*

Ramseier gibt Standort Kiesen auf

KIESEN BE. Der Obstverarbeiter Ramseier baut seinen Standort in Sursee LU aus. Er gibt deshalb die Produktion von Weichpackungen in Kiesen auf Ende 2016 auf. Die Ramseier Suisse AG begründet in einer Mitteilung die Massnahme damit, dass PET-Flaschen und Dosen auf Kosten der Weichpackungen immer wichtiger würden. Entlassungen sollen bei der Schliessung vermieden werden. Für mehr als die Hälfte der 16 Mitarbeitenden sei bereits eine Lösung gefunden worden. Neben der Weichpackungsproduktion wird in der Herbstzeit in Kiesen auch eine Mosterei betrieben. «Ziel ist es, das Mostobst der Obstbauern aus der Region wie bisher anzunehmen», teilt das Unternehmen mit. *gr*

Äss-Bar gewinnt «seif Award»

BERN. Ende 2013 mit einem ersten Laden gestartet: Die Äss-Bar mit Standorten in Zürich, Bern und Winterthur wird für ihr Engagement ausgezeichnet. Die social entrepreneurship initiative & foundation (seif) würdigt gemeinsam mit der UBS die Arbeit der Äss-Bar. Statt graue Theorie walten zu lassen, habe es das Team der Äss-Bar mit viel Kreativität und einer ansteckenden unternehmerischen Einsatzbereitschaft geschafft, ein Geschäftskonzept auf die Beine zu stellen, das die Menschen auf anschauliche Weise für das Thema Lebensmittelverschwendung sensibilisiert. Das Konzept ist denkbar simpel: Backwaren und Patisserie, die von Partner-Bäckereien bis Ladenschluss nicht verkauft werden konnten, werden am Folgetag in der Äss-Bar unter dem Motto «frisch von gestern» zu einem reduzierten Preis angeboten (der «Schweizer Bauer» berichtete). Jene Lebensmittel, die wiederum bei der Äss-Bar innerhalb eines Tages nicht über den Ladentisch gehen, werden zu Tierfutter oder Biogas verarbeitet und bleiben somit in der Wertschöpfungskette. Die drei Verkaufsstellen sind gut vernetzt, der Transfer von Know-how und Erfahrung steht an erster Stelle. Sie hat sich damit gegen 170 Bewerber aus 35 Ländern durchgesetzt. Mitinhaberinnen der Äss-Bar Bern ist die Ökologische und Gemeinnützige Gesellschaft des Kantons Bern OGG, die sich seit über 250 Jahren für ein nachhaltiges Ernährungssystem einsetzt. *ral*

BERN UND WESTSCHWEIZ.

MÜHLETHURNEN BE: Mitgliederversammlung

Ein bewegtes Jahr

Der Förderverein Region Gantrisch rechnet heuer mit einem Defizit. Ebenfalls das Budget sieht rote Zahlen vor.

DANIELA NYDEGGER

Der Förderverein Region Gantrisch hat ein personell turbulentes Jahr hinter sich. Nach dem unerwarteten Hinschied des Geschäftsführers im Vorjahr musste in diesem Jahr der Verein mit Thomas Gurtner und Patrick Schmed wieder zwei Rücktritte zur Kenntnis nehmen. Die Geschäftsführung wurde ad interim durch den Leiter Marketing, Christoph Kauz, weitergeführt. Er übernimmt die Geschäftsführung nun definitiv und übergibt die Leitung Marketing ab dem 1. Januar 2016 neu an die Managementfachfrau Ramona Gloor, war an der Mitgliederversammlung in Mühlethurnen zu erfahren. Ausserdem wurde der langjährige Leiter Landschaft, Hansjürg Hubacher, und die ebenfalls langjährige Leiterin Regionale Produkte, «Mutter der Gantrisch-Frauen» Kathrin Streit, verabschiedet. Die Leitung der regionalen Produkte wird neu von Edith Bernhard aus Zimberwald übernommen.

Defizit erwartet

Das finanziell erfolgreiche Führen eines Naturparks ist ein schwieriges Unterfangen,



297 Naturpark-Produkte sind bereits zertifiziert. (Bild: zvg)

welches durch das Referat von Florian Knaus von der Unesco Biosphäre Entlebuch unterstrichen wurde. Wie viel regionale Wertschöpfung ein Park generieren kann, ist kaum zu berechnen und bewegt sich wohl lediglich im kleinen Prozent-Bereich. Auch die finanziellen Aufwendungen sind oft nur knapp zu tragen trotz Beiträgen von Bund und Kanton.

Der Förderverein Region Gantrisch erwartet in diesem Jahr ein Rechnungdefizit, und auch das Budget 2016 rechnet mit einem Defizit von über 31000 Franken. Zudem wird der Bund die Beiträge in den nächsten Jahren massiv kürzen. Die Mitgliederbeiträge wurden allerdings nicht erhöht, jedoch müssen laufende und neue Projekte noch akribischer geprüft,

berechnet und geplant werden.

Nichts desto trotz hat der Förderverein ein ausgeprägtes und umfangreiches Tätigkeitsprogramm für 2016 vorgestellt. Unter anderem war die erste, in Zusammenarbeit mit Coop durchgeführte Genusswanderung mit Posten mit regionalen Produkten ein voller Erfolg und soll auch im 2016 in einer ähnlichen Form stattfinden.

297 zertifizierte Produkte

Neu gehört zu den zertifizierten Parkprodukten auch der Bergkäse der Schwarzsee-Lac Noir GmbH. Somit konnte der 21. und zugleich auch erste Freiburger Betrieb sein Zertifikat in Empfang nehmen. Mittlerweile gibt es nicht weniger als 297 zertifizierte «Naturpark Gantrisch»-Produkte.

WYNIGEN BE: 125 Jahre Viehzuchtverein

Umbria und Verona holten die Misstitel

Familiär und traditionell feierten die Wyniger Viehzüchter das 125-Jahr-Jubiläum ihres Viehzuchtvereins.

ERICH SIEGENTHALER

Waren es in den besten Jahren 18 Betriebe, so sind es heute gerade noch 10, die zum Verein gehören. Um den Vergleich zu fördern, gibt es Einzelmitglieder von Swissherdbook oder solche, die keinen Schauplatz mehr haben, die ihre Tiere ebenfalls in Wynigen aufführen. Somit gab es am Samstag eine Auffuhr von 200 Kühen. Traditionell waren viele ehemalige Lehrlinge der Wyniger Züchter beim Vorbereiten der Kühe und auch beim Vorführen der Kühe anzutreffen.

Die Experten Werner Zurbügg, Andreas Hänni, Christi-

an Aegerter und Peter Salvisberg beurteilten die Kühe und kürten auch die beiden Missen. Diese mussten im VZV Wynigen eingetragene sein. Unter grossem Applaus wurde Larsson Umbria von Walter Jost, Thörishaus, erkoren. «Sie ist von Kopf bis Fuss eine perfekte Kuh», kommentierten die Experten. Eutermis wurde Savard Verona von Hans Christen.

Markus Gerber, Swissherdbook-Präsident, überreichte Inca Vana von Walter Jost die Glocke des SMP als Miss Proteine. Die Glocke von Swissherdbook bekam Stadel Sira von Hans Christen. Sie hat mit ihren 14 Jahren bereits 114057 kg Milch produziert. Beim Betriebscup siegte Familie Jost. Zum Abschluss marschierten die schönen Kühe mit Glocken und Treichelgäut durch das Dorf nach Hause.



Miss Wynigen: Larsson Umbria (r.) von Walter Jost und Eutermis Savard Verona von Hans Christen. (Bild: esi)

MOUDON VD: Die Rezeptur des Le Grand Pré hat sich seit 125 Jahren kaum verändert

Traditioneller Käse im neuen Kleid

Seit zwei Jahren werden unter der Marke Le Grand Pré Weichkäsespezialitäten vermarktet, deren Rezeptur bis ins Jahr 1889 zurückreicht. Eine Käseerei aus Moudon nimmt damit den Kampf gegen die französische Konkurrenz auf.

OLIVER METZLER

Es war der 7. April 2013, «und es war ein Sonntag» führt Benjamin Henchoz stolz hinzu, als der erste «Grand Pré» das Licht der Welt, bzw. der Reifekammer erblickte. Die Rezeptur hat sich über die 125 Jahre kaum verändert, doch mit dem neuen Kleid solle auch eine neue Ära anbrechen, präzisiert der Präsident der Firma Le Grand Pré SA. Im ersten Jahr haben 16 Tonnen dieser Weichkäsespezialitäten ihren Weg zum Konsumenten gefunden. 2014 hat die Käseerei in Moudon bereits 45 Tonnen produziert, und in diesem Jahr werden es über 60 Tonnen sein. Wenn diese Entwicklung anhält gelingt der Firma nächstes Jahr der sogenannte «Turnaround», also der Weg in die schwarzen Zahlen. Und dies nach nur drei Jahren.

Trotz der zollfreien Einfuhr von französischem Weichkäse schafft es ein Betrieb mit nur vier ständigen Mitarbeitern, der harten ausländischen Konkurrenz die Stirn zu bieten. Die Käseerei trumpft dabei mit einem auf die Regionalität ausgerichteten Marketing, mit handwerklicher Käsekunst und natürlich mit qualitativ hochwertigem Weichkäse.



Trotz moderner Technologie bleibt die Käseherstellung für Le Grand Pré überwiegend Handarbeit. (Bild: Oliver Metzler)

Wie ein Phönix hat sich die Käseerei aus der Asche erhoben, welche die Elsa hinterliess, als die Migros 2010 beschloss, den Produktionsstandort Moudon aufzugeben. Damit wäre eine langjährige Tradition einfach verschwunden. Diese geht auf

das Jahr 1889 zurück, als in Moudon die Schule für Käseerei und Industriemilch eröffnet wurde. Damals wurden an diesem Ort die Lehrlinge der Region ausgebildet. Dabei entstanden auch die Weichkäsespezialitäten, deren Rezeptur über die

Zeit verfeinert wurde. Als die Zahl der Auszubildenden immer kleiner wurde, schloss die Schule 2003 ihre Türen. Nach einigen Jahren, in denen der Schlüssel der Käseerei hin und her gereicht wurde, übernahm ihn 2011 die Prolait. Die Dachorganisation der Neuenburger, Freiburger und Waadtländer Milchproduzenten schuf die Firma Le Grand Pré SA und bewahrte somit eine lange Tradition vor dem Untergang.

Riskantes Projekt

Le Reblochon de Moudon, La Baronne de Jolimont oder Le Bourg-Mignon, um nur die Flaggschiffe der Käseerei zu nennen, werden heute in einem hochmodernen Betrieb hergestellt. 4 Millionen Franken waren nötig, um die Käseerei von einem unrentablen Ausbildungs- und Versuchslabor in ein effizientes und konkurrenzfähiges Unternehmen zu verwandeln. Neben der Unterstützung von Bund und Kanton haben die 1300 Milchproduzenten und Mitglieder der Prolait für ein halbes Jahr auch auf 0,5 Rappen pro Kilo Milch verzichtet. Sie speisten damit einen Fonds und finanzierten die Käseerei mit.

Diese Umstellung war ein riskantes Projekt angesichts der harten Konkurrenz aus dem Ausland, insbesondere aus Frankreich. Benjamin Henchoz nennt explizit zwei Gründe, die ihn und die Prolait dazu bewegen haben, dieses Risiko einzugehen. Einmal war es die Beobachtung, dass sich das Konsumentenverhalten geändert hat. «Die Konsumenten wollen heute vermehrt wissen, woher

ihr Käse kommt. Sie verlangen Transparenz bezüglich der Produkte» analysiert Henchoz. Der zweite Grund war der Mehrwert, den die Prolait für die Region erhalten wollte.

Mehrwert erhalten

Auch Henchoz erkennt die düsteren Zeichen auf dem Milchmarkt. Doch «wir müssen den Mehrwert erhalten» betont Henchoz kämpferisch. Mit ihrer Initiative will die Prolait dazu beitragen «wenigstens den Mehrwert in der Region zu erhalten». Der Mehrwert des Weichkäses ist dabei sogar noch grösser als jener des Greizerkäses, weiss der Spezialist. Davon profitieren aber nicht nur die Firma, sondern auch die Milchbauern der Region. Wie vor 100 Jahren wird auch heute die Milch aus einem Gebiet rund 20 Kilometer um die Käseerei herangeschafft. Bis vor 6 Monaten haben die Bauern 75 Rappen für ihre Milch bekommen. Heute sind es immer noch 70 Rappen. Ausserdem werden allfällige Gewinne an die Mitglieder der Prolait verteilt.

Entscheidend, dass solche Gewinne überhaupt erarbeitet werden können, ist die Zusammenarbeit mit den Grossverteilern. In der Migros der Region sind die Weichkäsespezialitäten gut verankert. Seit Januar sind einige der Produkte auch in den Coop-Filialen der Westschweiz verfügbar. In der Deutschschweiz sind die Käse bisher nur in den grossen Verkaufsstellen erhältlich. Einmal mehr sind also die Konsumenten gefordert, sich für regionale Produkte zu entscheiden.