



Hauptausgabe

Schweizer Agrarmedien GmbH  
8408 Winterthur  
052/ 222 77 27  
www.bauernzeitung.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Fachpresse  
Auflage: 7'871  
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 540.003  
Abo-Nr.: 1088177  
Seite: 9  
Fläche: 48'819 mm<sup>2</sup>

## Für Strickhof-Ehemalige gings um den Käse

### Heinz Wälti, Verwaltungsratspräsident der Emmentaler Käse Schweiz, informierte über den internationalen Käsemarkt.



Vorstandsmitglied Hedi Hofmann (Mitte) überreicht Referent Heinz Wälti (links) ein Geschenk, rechts im Bild Vereinspräsident Hans-Heinrich Rast. (Bild Roland Müller)

LINDAU ■ «Meine Mission gilt nicht ausschliesslich dem Emmentaler, denn ohne die Schweizer Milchproduzenten gäbe es kein Schweizer Käse. Sie gilt allen Käsesorten vom Appenzeller, den Gruyère übrt den Tête de Moine, Tilsiter, Sbrinz und Vacherin bis hin zum Ziger», machte Heinz Wälti gleich einleitend deutlich.

#### Ein hartes Käsegeschäft für Emmentaler...

Heinz Wälti ist seit seinem Abgang bei der Fenaco, wo er erfolgreich das Konzept der Landiläden auf- und ausgebaut hat, Verwaltungsratspräsident der Emmentaler Käse Schweiz und kennt somit das globale Käsegeschäft.

Dieses ist sehr hart geworden. Der starke Franken und der grosse Konkurrenzdruck setzen dem Absatz zu. «Wir müssen rund 70 Prozent oder rund 20 000 Tonnen Emmentaler exportieren», rief Wälti in Erinnerung. Dabei ist ge-

rade diese Sorte nebst Mozzarella jener Käse, welcher global am meisten Plagiate kennt. Weltweit werden entsprechend rund 600 000 Tonnen vielfach industriemässig Emmentaler hergestellt, welcher in direkter Konkurrenz mit dem inländischen AOP-Emmentaler steht.

#### ... aber auch für alle anderen Käseereien

«Wir haben weltweit die besten ausgebildeten Bauern und sehr guten Käse. Dies bietet uns grundsätzlich die beste Ausgangslage weltweit», so eine weitere Botschaft Wältis. Doch mit Blick auf die Entwicklung ist es in den letzten Jahren bei den Käseereien zu einem markanten Aderlass gekommen. Von über 1000 Käseereien haben bis heute gerade einmal 132 überlebt. Deshalb ist Heinz Wälti sich bewusst, dass nur ein guter Milchpreis und ein entsprechender Erlös für die Käser einen weiteren Aderlass beim handwerklichen Käsen verhin-

dern kann.

#### Stärken der Schweiz können ausgespielt werden

«Unsere Differenz zum Ausland liegt mit Blick auf den Käse darin, dass die Käseproduktion ein Handwerk ist. Unsere Käser fertigen mit dem sehr wertvollen Nahrungsmittel Milch damit eigentliche Kunstwerke an. Zugleich müssen sie die global strengsten Auflagen erfüllen», so Wälti weiter. Gerade der letzte Punkt sorgt aber für ungleiche Spiesse.

Heinz Wälti zeigte sich überzeugt, dass Lebensmittel und insbesondere Käse ihren Wert haben. Sehr kurze Transportwege und die Verarbeitung wenige Stunden nach dem Melken sind dabei die Stärken. Mit Billigprodukten hat die Schweiz auf dem globalen Markt kaum Chancen.

«Wir können die Milch noch gratis liefern und wären immer noch teurer als unsere Konkurrenz»,



Hauptausgabe

Schweizer Agrarmedien GmbH  
8408 Winterthur  
052/ 222 77 27  
www.bauernzeitung.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Fachpresse  
Auflage: 7'871  
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 540.003  
Abo-Nr.: 1088177  
Seite: 9  
Fläche: 48'819 mm<sup>2</sup>

so eine weitere Botschaft von Wälti.

Deshalb ist für ihn wichtig, dass man die äusseren Werte des Käses hervorhebt. Nebst dem Umweltschutz stehen für ihn speziell für den Emmentaler die kulturellen Werte im Vordergrund. Dazu gehören das traditionelle Handwerk, welches seit dem 12. Jahrhundert betrieben wird, die Reifedauer von mindestens 120 Tagen oder gar mehr als zwei Jahren.

### Auf nach Russland, China und Südamerika

Aktuell werden schweizweit an die 70 000 Tonnen Käse für 610 Mio. Franken exportiert. Je Kilogramm werden acht bis

zwölf Liter Milch verarbeitet. Heinz Wälti sprach sich mit aller Deutlichkeit gegen weitere Preissenkungen aus. «Vor sechs Jahren wurde der Exportpreis um 2 auf 5,50 Franken je Kilogramm gesenkt. Damit fehlten den Bauern und Käsern 200 Mio Franken. Hingegen stieg der Absatz gerade einmal um 1600 Kilogramm an», so Wälti.

Was der Schweiz mit den Uhren oder der Schokolade auf dem globalen Markt gelingt, sollte für Wälti auch für Käse möglich sein: Ihn als Markenartikel zu einem guten Preis absetzen. Entsprechend sieht Wälti die Märkte der Zukunft in Russland, in Südamerika und im fernen Osten. China

und Vietnam stehen für ihn im Vordergrund. Aktuell isst der Chinese pro Kopf und Jahr rund 100 Gramm Käse. Im Land mit 1,4 Mrd Einwohnern und 80 Mio Millionären liege noch viel Potenzial. Steigt der Pro-Kopf-Konsum um 10 Gramm an, so entspricht dies beachtlichen 14 000 Tonnen Käse. «Es geht für uns um Sein oder Nicht-mehr-Sein. Einen gerechten und höheren Milchpreis für Produzenten sowie für die Verarbeitung zu erlangen ist ein Kampf, der sich lohnt. Wir haben qualitativ hochwertigere Produkte als unsere Konkurrenten. Genau dies gilt es zu bewahren», so das Fazit von Wälti.

*Roland Müller*