



Das Spielfeld richtig bemessen



Kanton Zürich Baudirektion

Die Grüne  
3000 Bern 25  
031/ 958 33 11  
www.diegruene.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Fachpresse  
Auflage: 11'900  
Erscheinungsweise: 25x jährlich

Themen-Nr.: 540.003  
Abo-Nr.: 1088177  
Seite: 38  
Fläche: 76'816 mm<sup>2</sup>

# Das Spielfeld richtig bemessen

Mit der Milchmanufaktur Einsiedeln haben die Landwirte in der Region neue Möglichkeiten für die Milchvermarktung. Mit einer speziellen Verarbeitung möchte Geschäftsführer René Schönbächler die Milch veredeln und die Märkte der Region Zürich erobern.



Bilder: zVg

René Schönbächler ist Geschäftsführer der Milchmanufaktur in Einsiedeln. «Im Berggebiet müssen wir uns mit unseren Produkten im richtigen Segment positionieren und entsprechend näher an die Konsumenten gelangen», sagt der Agronom.



Das Spielfeld  
richtig bemessen



Die Grüne  
3000 Bern 25  
031/ 958 33 11  
www.diegruene.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Fachpresse  
Auflage: 11'900  
Erscheinungsweise: 25x jährlich

Themen-Nr.: 540.003  
Abo-Nr.: 1088177  
Seite: 38  
Fläche: 76'816 mm<sup>2</sup>

### René Schönbächler, wann haben Sie zum ersten Mal daran gedacht, die Milch aus der Region Einsiedeln speziell zu vermarkten?

Das war im Rahmen meines Studiums an der Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften (HAFL) im Jahr 2008. Mit diversen Arbeiten und Projekten setzte ich mich damals mit der Zukunft meines elterlichen Betriebs auseinander. Mir war klar, dass wir uns im Berggebiet mit unseren Produkten im richtigen Segment positionieren und entsprechend näher an die Konsumenten gelangen müssen.

### Wie haben Sie diesen Gedanken weiterentwickelt?

Ein Jahr später konnte ich diese Ideen in einer Projektgruppe der regionalen Bauernvereinigung einbringen. Dabei wurde schnell klar, dass wir etwas für die gesamte Region unternehmen müssen, wenn wir in Zukunft in der Bergregion Einsiedeln noch Milch produzieren wollen.

### Welche Produktpalette der Milch ist heute vom Detailhandel hauptsächlich nachgefragt?

Es ist unsere Aufgabe als Nischenplayer, einen Platz im Verkaufsregal zu finden. Dafür muss man sich die Regale anschauen und sich fragen, welches Produkt beim jeweiligen Detaillisten im Regal fehlt. Dann ist es meiner Meinung nach wichtig, die «Grösse des Spielfelds» richtig zu bemessen, damit dann auch relevante Mengen vermarktet werden können. Am Beispiel Pastmilch und Trinkmilch sehen wir, dass der Konsum in den letzten Jahren von über 80 Litern auf fast 60 Liter pro Person und Jahr gesunken ist. Entsprechend ist es schwieriger eine Nische zu finden, als in einem wachsenden Markt wie zum Beispiel beim Käse.

### Was zeichnet den idealen Lieferanten aus?

Die Qualität der Produkte steht im Vordergrund. Es gibt keine Nachfrage nach durchschnittlichen Produkten. Das ist für uns auch im Restaurant und im Regio-Shop zentral. Der Preis ist zweitrangig, denn für schlechte Milch sind auch 10 Rappen pro Liter noch zu viel.

### Wie sieht die landwirtschaftliche Region in Einsiedeln in zehn Jahren aus?

Auf fast tausend Metern über Meer

haben wir keine Alternative zur Graswirtschaft. Wenn es uns nicht gelingt, die Milch vor Ort zu wertschöpfungsstarken Spezialitäten zu verarbeiten, werden mittelfristig Mutterkuhbetriebe die Norm sein, die zu 90 Prozent vom Nebenerwerb leben.

### Wie werden sich die Milchproduktionsbetriebe in der Hügel- und Bergzone entwickeln? Sind auch hier spezialisierte Betriebe mit 60 bis 200 Milchkühen zu erwarten?

Das ist aufgrund der topografischen, klimatischen und rechtlichen Voraussetzungen nicht zu erwarten. Meiner Erfahrung nach kann man

auch nicht gleichzeitig Qualität und Menge der Milch ausdehnen. Die Entwicklung der weltweiten Landwirtschaft der letzten sechzig Jahre zeigt auf, dass mit jedem Produktionsfortschritt auch die Preise fallen. Wenn in zehn Jahren Betriebe mit hundert Kühen die Norm sind, dann sind auch Milchpreise von 30 bis 35 Rappen pro Liter die logische Folge davon.

| Claude Gerwig

*Der Autor ist Leiter der Höheren  
Berufsbildung am Strickhof und  
Organisator des DLG-Unternehmertags.*



Das Spielfeld  
richtig bemessen



Die Grüne  
3000 Bern 25  
031/ 958 33 11  
www.diegruene.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Fachpresse  
Auflage: 11'900  
Erscheinungsweise: 25x jährlich

Themen-Nr.: 540.003  
Abo-Nr.: 1088177  
Seite: 38  
Fläche: 76'816 mm<sup>2</sup>



Aus Einsiedler Heumilch entstehen schonend und langsam Bergkäse und feine Bergmutschli. Über 60 Bauernfamilien sind mit ihrer Milch an der Käserei beteiligt.



Mit einem solchen Joghurt nimmt der Konsument die Bergwelt mit nach Hause.

Datum: 26.11.2015

die grüne



Das Spielfeld  
richtig bemessen



Die Grüne  
3000 Bern 25  
031/ 958 33 11  
www.diegruene.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Fachpresse  
Auflage: 11'900  
Erscheinungsweise: 25x jährlich

Themen-Nr.: 540.003  
Abo-Nr.: 1088177  
Seite: 38  
Fläche: 76'816 mm<sup>2</sup>

## DLG-Unternehmertag: «Ist mein Betrieb trendy?»

Am 9. Dezember 2015 findet am Strickhof in Wülflingen der DLG-Unternehmertag statt. Unter dem Motto «Ist mein Betrieb trendy?» bietet er eine Diskussionsplattform für die Themen rund um Zukunftstrends und Märkte. Praktikerbeispiele zeigen, wie Marktausrichtung und Liquiditätsplanung erfolgen können. Einer dieser Praktiker ist René Schönbächler, Geschäftsführer der Milchmanufaktur Einsiedeln. Weitere Referenten werden sein:

- Stefan Teepker, Junge DLG,
- Erwin Büsser, Migros,
- Patrick Hubmann, Zürcher Kantonalbank,
- Hannes Wildhaber, Schweineproduzent,
- Team Grab, Trauben-, Wein- und Beerenproduktion.

Anmeldung bis am 2. Dezember 2015 unter:

[www.dlg.org/schweiz](http://www.dlg.org/schweiz) oder  
[www.strickhof.ch](http://www.strickhof.ch),  
Tel. 058 105 98 12  
Tagungsbeitrag: Fr. 50.–