

Die mobilen Käsemacher

Für stabile Preise suchen viele Milcherzeuger neue Absatzwege für die Milch. Mit einer mobilen Käserei können sie vom Boom bei der Direktvermarktung profitieren.

Heute ist Käsertag auf dem Betrieb Hartl in Türkenfeld im Landkreis Fürstentfeldbruck (Bayern). Pünktlich um 13 Uhr fährt Christian Merk mit seinem gelben „Käsemobil“ vor die Milchammer. Der Dienstleister aus dem 100 km entfernten Kimratshofen im Allgäu kommt seit zwei Jahren dreimal im Jahr auf den Hof von Tanja und Florian Hartl, auf dem es 85 Fleckviehkühe mit Nachzucht gibt.



Landwirtin Tanja Hartl vermarktet Bergkäse.



Landwirtin Maike Hinsch hat selbst eine kleine Meierei.

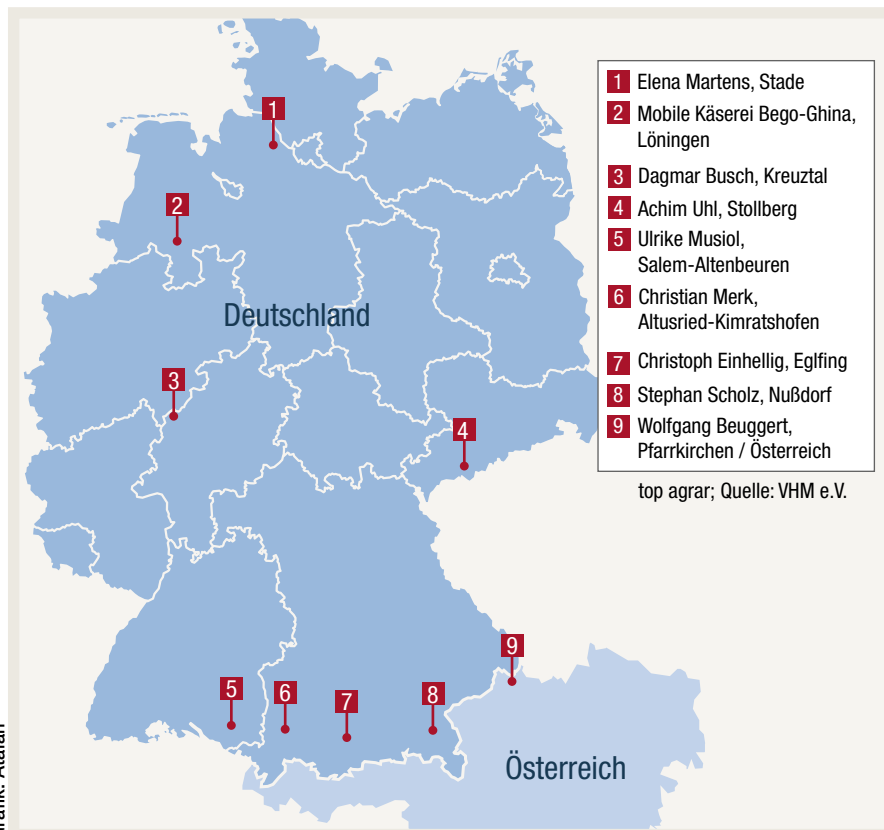
Starke Nachfrage: In wenigen Minuten ist das Käsemobil mit Strom- und Wasseranschluss verbunden. 800 l Milch fließen direkt aus dem Milchtank in den Käsekessel und Merk beginnt seine Arbeit (s. Kasten Seite R37).

Wie andere mobile Käsereien hat auch er in den letzten zwei Jahren eine starke Nachfrage erlebt. Viele Betriebe

suchen nach der Milchpreiskrise eine stabile Vermarktungsalternative. Andere wollen mit der Direktvermarktung wieder stärker in Kontakt mit Kunden treten und das Image der Landwirtschaft verbessern, so auch Familie Hartl. „Wir vermarkten schon länger

Eier und Milch ab Hof. Da ist der Käse eine tolle Ergänzung“, sagt Tanja Hartl, die im Betrieb für die Direktvermarktung zuständig ist. Sie hat festgestellt, dass sie mit dem Angebot von Käse auch neue Kunden bekommt. Sie schätzen, dass der Käse aus eigener Milch auf dem Hof hergestellt wird und damit kein anonymes Produkt ist. Neben festen Käufern nehmen auch Wanderer oder andere Besucher gern mal ein Stück mit, wenn sie am Betrieb vorbeikommen.

Mobile Käsereien für Deutschland



Bergkäse ist beliebt: Merk produziert auf dem Betrieb aus Rohmilch reinen Bergkäse. „Wir haben auch mal Chili-Bergkäse probiert, aber das nehmen die Leute hier nicht so an“, hat die Betriebsleiterin festgestellt.

Für die Verarbeitung von 800 l Milch braucht Merk zwischen vier und fünf Stunden. Er schafft damit am Tag zwei Betriebe oder auf einem Betrieb zwei bis drei Durchgänge. Jeweils montags, mittwochs und freitags macht er Käse, den Rest der Woche arbeitet er im Reifelager, um den Käse u.a. mit Salzlake zu bestreichen.

In der Regel ist er alle vier bis sechs Wochen auf den Betrieben. Bei Familie Hartl ist der Abstand größer. „Wir schaffen es, rund 240 kg Käse im Jahr zu vermarkten, mehr geht im Moment nicht“, erklärt Hartl. Den fertigen Käse holt sie aus dem Reifelager selbst ab und schneidet ihn in der Gewerbeküche einer Gastwirtschaft auf, die ein Verwandter besitzt. Hier gibt es auch einen großen Kühlraum zur Lagerung. Über die Gastwirtschaft wird auch ein Teil

Aktuell gibt es neun beim Verband für handwerkliche Milchverarbeitung registrierte, mobile Käsereien in Deutschland. Weitere Infos: www.milchhandwerk.info



Fotos: Neumann

Käser Christian Merk hängt die „Harfe“ ein, die eingedickte Masse (Galerte) schneidet. Dabei entsteht der „Bruch“.

So arbeitet eine mobile Käserei

des Käses verkauft bzw. verarbeitet. Hartl erlöst damit 18 €/kg.

Merk produziert neben Bergkäse für andere Kunden auch Tilsiter, den er je nach Wunsch der Kunden mit Bockshornklee, Kräutern, Pfeffer oder Chili versetzt. Er hat Kunden, die mit dem Käse im Jahr eher einen kleinen Zusatz-erlös erwirtschaften, andere lassen dreimal im Monat käsen und kommen auf über 50000 € Umsatz im Jahr. Pro Termin nimmt Merk 480 € inkl. MwSt. bei mittlerer Entfernung bis 100 km. Das entspricht Kosten von 6 €/kg Käse.

Sollte es mal Probleme mit der Käsequalität geben, sodass dieser nicht zu vermarkten wäre, würde er die Kosten für die Milch übernehmen, wenn es erkennbare technische Probleme gegeben hat. „Das ist aber seit meinem Einstieg im Jahr 2011 noch nicht vorgekommen“, sagt er.

Es kann aber auch mal Probleme geben, wenn die Milchqualität nicht stimmt, z. B. bei hohen Zell- und Keimgehalten oder schlechter Futterqualität. Das kann gerade bei Nachgärungen des Futters im Sommer passieren. „Es gibt auch Betriebe, bei denen die Käsepro-

Die Dienstleister setzen meist speziell ausgestattete Pkw-Anhänger ein. Der Landwirt stellt Wasser- und Starkstromanschluss bereit. In dem Mobil steht ein Kessel mit 800 bis 1000 l Volumen, in den die frische Milch gepumpt wird. Darin wird die Milch verarbeitet. Im Laufe des Prozesses gibt der Käser Zusätze wie Enzymkulturen, Lab, Calcium, Kräutermischungen oder anderes hinzu. Mit der Temperatur, der Kulturart, unterschiedlichem Druck durch aufgelegte Gewichte und anderen Feinheiten steuert er, ob Bergkäse oder Schnittkäse nach Gouda- und Tilsiterart oder sogar Camembert entsteht. Ein Käseprozess dauert in der Regel 4 bis 5 Stunden auf dem Hof.

Bei der Käseproduktion lassen sich aus 1 l Milch 100 g Käse erzeugen. Der Rest fällt als wässrige „Molke“ an. Diese wird abgepumpt, der nasse Rohkäse (Bruch) wird in perforierte Formen gegeben und mit Gewichten beschwert, damit noch enthaltene Molke austreten kann. Den Rohkäse nimmt der Dienstleister mit in den Reiferaum, wo er zunächst ins Salzbad kommt und später rund sechs Wochen lang alle zwei Tage mit Salzlake bepinselt wird. Dadurch entsteht die Rotschmiere als essbare Rinde. Es gibt auch künstliche Überzüge, in denen der Käse reift. Die Landwirte holen den fertigen Käse ab oder der Käser bringt ihn beim nächsten Hofbesuch mit.

duktion nicht klappt, denen sage ich dann schließlich ab“, berichtet Merk.

Käse im Lieferservice: Seit Frühjahr 2017 vermarkten auch Maiké und Dirk Hirsch unter der Marke „Seefelder Landmilch“ Käse aus eigener Milch. Hierfür nimmt der Betrieb aus der Nähe

von Bad Oldesloe (Schleswig-Holstein) die Dienstleistung von Elena und Eduard Martens aus Stade in Anspruch, die seit zwei Jahren mit einer mobilen Käserei in Norddeutschland unterwegs sind. Das Käsemobil verarbeitet 1000 l Milch pro Termin und ist im Rhythmus von sechs Wochen auf dem Betrieb

Chance auf neuen Betriebszweig

Tipps für die Käseherstellung und -vermarktung gibt Nicole Rollwage von der Vereinigung Norddeutscher Direktvermarkter.



Nicole Rollwage, Vereinigung Norddeutscher Direktvermarkter

Warum interessieren sich so viele Landwirte für die Käseherstellung?

Rollwage: Fast alle Einsteiger wollen sich unabhängiger machen vom Milchpreis. Einige finden mit Käse den Einstieg in die Direktvermarktung. Andere erweitern damit ihr bestehendes Sortiment. Neueinsteiger sollten sich aber bewusst machen, dass die Käsevermarktung Zeit und Geschick erfordert. Sie müssen für ihr Produkt einen Preis festlegen und mit Kunden oder Wiederverkäufern verhandeln. Auch muss man bereit sein, unter Umständen Fütterung oder Milchqualität anzupassen.

Welche Vorteile bringt die mobile Käserei gegenüber einer Hofkäserei?

Rollwage: Für eine Hofkäserei fallen nicht nur Investitionskosten an. Auch kostet die Käsepflege sehr viel Zeit. Hierfür ist u.a. ein richtig temperiertes Käselager nötig. Auch gehört zur Käseherstellung viel Erfahrung. Das Lehrgeld können die Spezialisten vielen Betrieben ersparen.

Was muss der Betrieb bei der Milchqualität beachten?

Rollwage: Der Hygienestandard sollte sehr hoch sein. Heufütterung wäre besser, weil Clostridien oder Buttersäure in der Silage zu Spätblähungen im Käse und damit zu Löchern führen können. Mit der Zugabe des aus Hühnereiweiß gewonnenen Enzyms Lysozym lässt sich das aber umgehen. Ein höherer Milchfettgehalt ist nicht unbedingt nötig und wirkt sich genau wie die Weidefütterung eher auf den Geschmack aus, aber nicht auf die Käsequalität.

Welche Vorschriften gibt es für die Vermarktung?

Rollwage: Zunächst muss der Betrieb einen Reinraum einrichten, in dem der Käse hygienisch einwandfrei geschnitten und vakuumverpackt wird. Dann lagert der Käse im Kühlschrank. Ganze Käselaike hal-

ten sich länger als geschnittene Ware. Je nach Vermarktung sind Vorschriften nach dem deutschen und dem EU-Hygienerecht zu beachten. Dazu kommen Vorschriften zum Produktrecht für die Kennzeichnung usw.

Welche Vermarktungswege gibt es?

Rollwage: Hier ist vieles möglich wie ein Verkaufsautomat neben einer Milchtankstelle, ein eigener oder befreundete Hofläden, Wochenmärkte oder inhabergeführte Supermärkte, die regionale Produkte wünschen.

Lässt sich die Molke auch vermarkten?

Rollwage: Theoretisch schon. Aber es fallen alle sechs bis acht Wochen große Mengen von 800 bis 900 l auf einmal an. Die Molke lässt sich verfüttern oder in Biogasanlagen verwerten. Mit Glück lässt sich ein Abnehmer wie ein Hotel finden, aber auch die nehmen keine großen Mengen auf einmal ab.

Welche Erlöse und Margen sind möglich?

Rollwage: Die Dienstleistung der mobilen Käserei kostet zwischen 6 und 7 €/kg Käse einschließlich Mehrwertsteuer und Anfahrt. Dazu kommen die Kosten für die Milch von etwa 35 ct/l, also rund 3,50 €/kg Käse. Für Verpackung, Marketing, Vertrieb und Transport muss der Betrieb weitere 2 bis 3 € rechnen. Am Ende stehen also 12 bis

15 €/kg Produktionskosten einem Erlös von 18 bis 24 €/kg gegenüber. Der Erlös hängt ab von der Region, der Art der Verarbeitung usw. Wie hoch der Jahresumsatz ist, hängt dann von der Menge ab, die der Betrieb im Jahr vermarktet. Man muss aber bedenken, dass sich selbst bei großen Käsemengen im Schnitt maximal 3 bis 4 % der Jahresmilchmenge über die mobile Käserei verarbeiten lassen.

Viele Betriebe finden keine mobile Käserei in ihrer Region oder sie sind ausgelastet. Was kann man tun?

Rollwage: Das Problem kennen wir auch. In der Region Göttingen wollen jetzt sieben Landwirte eine mobile Käserei anschaffen, um gemeinsam in die Käseproduktion einzusteigen. Jeder Betrieb will seinen Käse selbst vermarkten. Über ein gemeinsames Käselager mit Reinraum für das Käseschneiden könnten die Betriebe Kosten sparen. Wenn das Modell erfolgreich ist, könnte das auch für andere Regionen interessant werden. Ansonsten bleibt nur zu hoffen, dass weitere Dienstleister einsteigen. Hierzu gibt es verschiedene Aus- und Weiterbildungsangebote, z.B. beim Verband für handwerkliche Milchverarbeitung. *-neu-*



Viele Betriebe wollen sich mit der mobilen Käserei unabhängiger vom Milchpreis machen. Die Milchmenge, die sich verarbeiten lässt, ist aber begrenzt.

Mastitis- behandlung mit Enzymen



**Enzyme
verringern
Antibiotika-
einsatz!**

→ **Fördern
die Durchblutung**

→ **Bahnen
Antibiotika den Weg**

→ **Verkürzen die
Behandlungsdauer**

Fragen Sie Ihre Tierärztin
oder Ihren Tierarzt nach der
Mastitissalbe mit Enzymen.



Veyx-Pharma GmbH
Söhreweg 6 · 34639 Schwarzenborn
Tel. 05686 9986-0 · Fax 05686 1489
E-Mail zentrale@veyx.de
www.veyx.de



Fotos: Neumann

**Elena Martens
verbringt viel Zeit
im Reiferaum, in
dem bis zu 6000 kg
Käse lagern.
Vom Rohkäse bis
zur Vermarktung
dauert es rund
sechs Wochen.**

Hinsch. Die mobile Käserei stellt hier Käse nach Gouda- und Tilsiter-Art her. Es gibt einen Grundkäse ohne Zusätze sowie einen mit mediterranen Kräutern. Hierfür entnimmt Martens bei der Herstellung erst die Hälfte des Bruchs aus dem Kessel und füllt ihn in die Formen. Dann wird die Kräutermischung in den Rest untergerührt. „Wir stellen mit Bergkäse und Schnittkäse zwei Grundsorten her und können dann verschiedene Varianten anbieten“, erklärt Elena Martens. Beliebte Zusätze sind neben der Kräutermischung auch Bockshornklee, Bärlauch, Kümmel, Knoblauch, Brennessel, Walnüsse oder Kürbiskerne.

Vermarktung kostet Zeit: Theoretisch könnte Maïke Hinsch den Käse auch selbst herstellen. Denn für den Einstieg in die Direktvermarktung hat sie mit ihrem Mann im Jahr 2015 ein neues Gebäude errichtet, um Milch zu pasteurisieren und Joghurt mit neun verschiedenen Fruchtarten herzustellen. Doch sie ist froh, die Käseproduktion auslagern zu können. „Dafür ist Spezialwissen erforderlich. Auch hätten wir nicht die Zeit für die Käsepflege“, begründet sie das. Denn der Aufwand für die Vermarktung der Produkte ist nicht zu unterschätzen, hat sie feststellen müssen.

Zur Vermarktung hat der Betrieb einen Lieferservice aufgebaut. „Wir liegen sehr weit außerhalb, mit Laufkunden hätten wir viel zu wenig Absatz“, begründet sie das. Die heute rund 200 Kunden können die Produkte über ein Online-Portal bestellen. Gut ein Drittel der Menge liefert Hinsch an etwa 15 Hofläden sowie kleine Bäckereien in der Umgebung sowie an einen Delikatessensladen in Bad Oldesloe.

Zusammen mit einem benachbarten Hühner- und einem Schweinehalter hat sie eine Marketingkooperation abgeschlossen. Jetzt bietet sie neben den Milchprodukten auch Honig, Eier und Wurst an. Käse ergänzt das Sortiment hervorragend.

Die rund 100 kg Käse, die pro Käsetermin hergestellt werden, vermarktet der Betrieb heute in rund sechs Wochen. Hierfür erlöst Hinsch 24,90 €/kg inkl. MwSt. bei den Endkunden. Wiederverkäufer erhalten einen Rabatt. Sie schneidet den Käse in Portionen von 250 bis 300 g und vakuumiert sie im Reinraum der eigenen Hofmeierei.

Hinsch hat die Milchverarbeitung nach EU-Hygienerichtlinien zertifizieren lassen. „Das war relativ viel Aufwand, aber jetzt haben wir damit die Option, Milchprodukte auch an Wiederverkäufer, Kindergärten, Schulen und andere Einrichtungen liefern zu können“, sagt sie.

Hinrich Neumann

Schnell gelesen

- Mobile Käsereien verarbeiten auf dem Hof 800 bis 1 000 l Milch zu 80 bis 100 kg Käse.
- Dieser wird nach ca. sechs Wochen Reifezeit vermarktet.
- Der Käse eignet sich ideal zur Direktvermarktung.
- Die Produktionskosten liegen bei ca. 11 bis 15 €/kg, die Erlöse bei ca. 20 €/kg Käse.
- Derzeit gibt es etwa neun mobile Käsereien in Deutschland, die Nachfrage ist sehr hoch.