

## Tiroler Almkäse - Produktionsbedingungen und Vermarktung (Teil 2)

von Dipl.-Ing. Josef Gitterle

Im Sommer 1996 wurde auf zwei Gemeinschaftsalmen, welche typisch für das Tiroler Oberland sind, eine Befragung der Almbauern durchgeführt. Das Ziel dabei war, einen detaillierten Überblick über die Verwertung und Vermarktung des Almkäses durch den einzelnen Bauern zu bekommen. Die Vermarktung des Almkäses wurde erhoben, um darauf aufbauend die Notwendigkeit alternativer Vermarktungsformen festzulegen. Zudem war es von Interesse, das Preis- und Qualitätsbewußtsein der Bauern bezüglich ihres Almkäses zu erkunden.



Die ausgewählten Almen waren einerseits die Kaisersalm, Bezirk Reutte, andererseits die Komperdell-Alm, Bezirk Landeck. Die Kaisersalm ist im Besitz der Gemeinde Pians und wird von der Alpinteressentschaft Pians bewirtschaftet. Im Jahr der Erhebung trieben 31 Bauern 68 laktierende Kühe auf. Es wurden -3.500 kg halbfester Schnittkäse mit einem Fettgehalt von 25 - 30 % F.i.T. und -500 kg mit einem Fettgehalt von 45 - 50 % F.i.T. erzeugt.

Die Komperdell-Alm ist im Besitz der Gemeinde Serfaus und wird von der Alpinteressentschaft Komperdell bewirtschaftet. Auf die größte Kuhalm des Bezirkes Landeck trieben 56 Bauern 161 laktierende Kühe auf. Der Großteil der Almmilch wurde zu ca. 6.000 kg halbfestem Schnittkäse mit einem Fettge-

halt von 25 - 30 % F.i.T. verarbeitet.

### Projekt „Komperdellkäserei“

In der Tourismusgemeinde Serfaus wurde im Zuge der Leitbilddiskussion zur Verbesserung der derzeitigen Situation der Landwirtschaft, das Projekt „Komperdellkäserei“ erarbeitet. Dabei wird die Milch im Ort, welche nach der Wintersaison bis zum Almauftrieb anfallt, auf der Komperdell-Alm zu Käse verarbeitet. Dieses Projekt wurde im Frühjahr 1996 erstmals durchgeführt.

Anstatt im Dorf eine Sennelei zu errichten, entschied man sich, die bestehende Sennelei der Alm zu nutzen, wodurch ein Vielfaches der Investitionskosten eingespart werden konnte. Es waren lediglich die Errichtung eines

zweiten Käsekellers, die Anschaffung eines Fahrzeuges für den Milchtransport sowie einige Kleininvestitionen notwendig. Die anfallenden Kosten wurden zum größten Teil von der öffentlichen Hand getragen (EU Ziel 5b-Projekt). Einmal pro Tag wurde aus durchschnittlich 800 kg Rohmilch ein halbfester Schnittkäse mit einem Fettgehalt von - 50 % F.i.T. hergestellt. Im Verkauf ist allerdings zu beachten, daß dieser Käse nicht als Almkäse deklariert werden darf, da die Milch aus dem Tal angeliefert wurde und nicht auf Basis der Futtergrundlage der Alm gewonnen wurde.

Dieses Projekt dient den Serfauser Bauern als wirtschaftliche Hilfestellung und bedeutet gleichzeitig eine neue Form der Zusammenarbeit zwischen Landwirtschaft und Tourismus. Seitens der Serfaus- ➤

*Almboden der Kaisersalm; rechts das Almbäude*



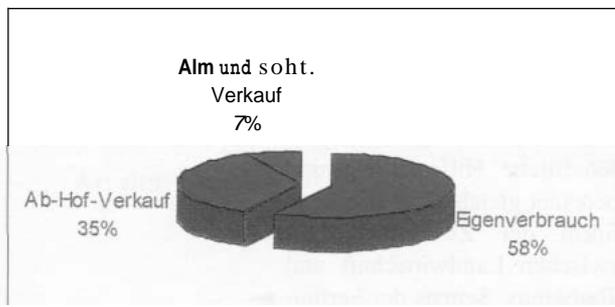
*Almgebäude der Komperdell-Alm, Staller beim Waschen des Milchlieferautos*

ser Gastronomie gab es fixe Abnahmezusagen für rund ein Drittel des erzeugten Käses. Zudem haben zwei Lebensmittelgeschäfte und eine Metzgerei den Käse in ihr Sortiment aufgenommen. Für die Vermarktung des Käses ist aber jeder einzelne Bauer selber verantwortlich. Es erfolgt kein gemeinsamer Verkauf, Jedoch wird bereits an einer verbesserten, gemeinsamen Vermarktungs- und Werbelinie für die nächsten Jahre gearbeitet.

**Eigenverbrauch und Ab-Hof-Verkauf**

Die Daten, die aus der Erhebung herangezogen werden konnten, stammen von 41 Personen. Die befragten Landwirte sind ausschließlich im Zu- und Nebenerwerb tätig. Ihre landwirtschaftliche Nutzfläche beträgt im Durchschnitt 7,5 ha

*Verwertung und Vermarktung des Almkäses*



und der mittlere Bestand an Kühen liegt bei 3,6. Pro Landwirt wurden im Schnitt 2,7 laktierende Kühe gealpt.

Im Tiroler Oberland ist es üblich, daß die Bauern für die Alpfung

ihrer Kühe bezahlen. Der Preis (ÖS 1.500,- bis öS 2.500,- pro Kuh) ist üblicherweise bei allen Kühen gleich, kann aber auch je nach verarbeiteter Milchmenge in der Höhe schwanken. Die Landwirte beziehen den gesamten Käse und Butter, welcher aus der Milch ihrer Kühe hergestellt wird. Zweimal pro Almsommer wird der Käse „abgetragen“, das heißt von der Alm geholt und entsprechend der Milchleistung ihrer Kühe aufgeteilt. Im Durchschnitt konnten die befragten Landwirte zirka 100 kg Käse abtragen.

Aufgrund dieser relativ geringen Menge spielte der Eigenverbrauch eine bedeutende Rolle. Die Befragten benötigten 58 % des Almkäses für den Eigenverzehr. Rund 42 % des Almkäses wird von den Bauern vermarktet. Der Großteil davon, nämlich 83 %, wird im Ab-Hof-Verkauf abgesetzt. In der Menge des Ab-Hof-Verkaufs ist auch der Verkauf bei der Käseteilung enthalten.

Der vollfette Käse spielt in der Ab-Hof-Vermarktung eine unbedeutende Rolle. Lediglich fünf Bauern verkauften Vollfettkäse. Primär wird er im Ei-

genverbrauch benötigt. Es ist allerdings zu berücksichtigen, daß nur auf der Kaisers-Alm vollfetter Almkäse hergestellt wurde. Eine bedeutendere Rolle spielt der Halbfette. Käsemenngen von 20 bis 190 kg werden von der Hälfte der befragten Bauern im Ab-Hof-Verkauf abgesetzt.

**Verkauf auf der Alm und durch sonstige Absatzwege**

Der Käseverkauf auf der Alm spielt bei beiden Almen eine untergeordnete Rolle. In etwas größerem Ausmaß wird dieser auf der Kaisers-Alm betrieben, da dort eine konzessionierte Jausenstation geführt wird. Eine Intensivierung des Käseverkaufes auf der Alm wäre empfehlenswert. Vor allem in Serfaus würde durch die Verkäsung der Talmilch bereits zu Beginn des Almsommers ein einigermaßen reifer Käse zur Verfügung stehen. Er dürfte allerdings im Verkauf nicht als Almkäse deklariert werden. Gerade dort wird jedoch vom Almpersonal aufgrund des Zeitmangels der Käse lediglich in ganzen Laiben verkauft. Der Verkauf an Touristen und an jene Einheimischen, welche nur geringe Mengen wünschen, unterbleibt dadurch fast zur Gänze. Der Verkauf des Käses auf der Alm wäre besonders für jene Bauern von Vorteil, welche ihren Käse sonst nur schwer absetzen können.

Die Nutzung „sonstiger Absatzwege“ spielte im Käseverkauf ebenfalls eine unterge-

ordnete Rolle. Lediglich acht Prozent der Bauern nützten alternative Absatzwege, um im Schnitt 50 kg halbfetten Käse zu verkaufen. Ein genannter Absatzweg war der Lebensmittelhandel.

### Erlössituation

Vielfach wird hochqualitativer Almkäse zu einem zu niederen Preis verkauft. Almkäse ist eine regionale und meist auch saisonale Spezialität. Deshalb ist es mehr als berechtigt, daß dieses Produkt nicht in einen preislichen Topf mit billiger Massenware geworfen wird, unabhängig davon, ob der Almkäse direkt vermarktet wird und auch unabhängig davon, wie hoch die Fettgehaltsstufe ist. Freilich ist eine gewisse Preisdifferenzierung nach der Fettgehaltsstufe berechtigt, primär sollte man sich aber an der Qualität orientieren.

Der Preis, den die befragten Landwirte für ihren Almkäse verlangen, liegt in recht unterschiedlicher Höhe. In der Folge wird ein Mischpreis für „gewogenen“ bzw. „ungewogenen“ Käse angegeben, da eine Differenzierung letztlich nicht möglich war. Die Gewichtsreduktion beträgt bei Käse gewogener Qualität ca. 2 - 3 %, bei mehrmonatiger Lagerung kann sich diese entsprechend erhöhen. Der durchschnittliche Ab-Hof-Verkaufspreis, den die Landwirte für ihren halbfetten Almkäse verlangen, beträgt öS 92,-/kg, der des vollfetten öS 103,-/kg.

Die Verkaufspreise auf der Alm bzw. durch Nutzung sonstiger Absatzwege liegen in ähnlicher Höhe.

Der Preis, den die Bauern für ihren Almkäse fordern, ist relativ niedriger.

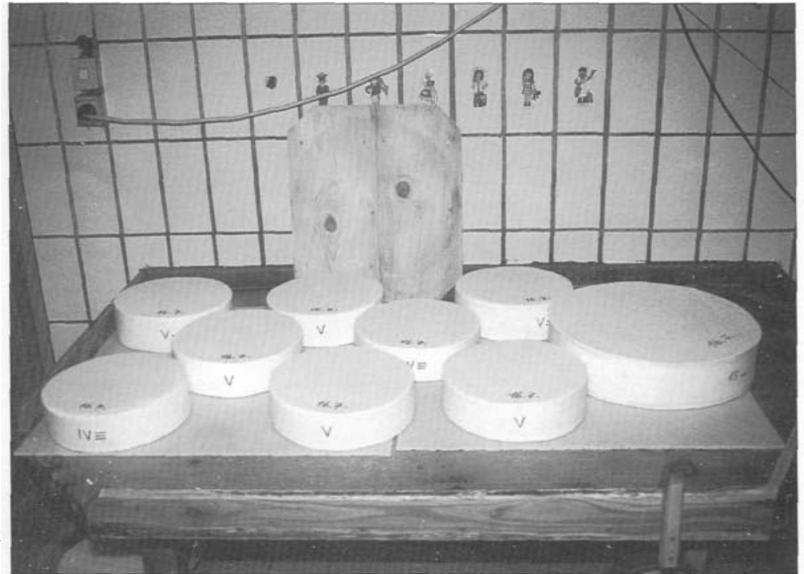
Es wäre durchaus gerechtfertigt, für dieses hochqualitative Produkt mehr zu verlangen. Zudem scheint es, daß die Befragten derzeit kaum allzu große Absatzprobleme haben. Genaueres dazu wird im folgenden Punkt erörtert.

### Problematik des Käseverkaufes

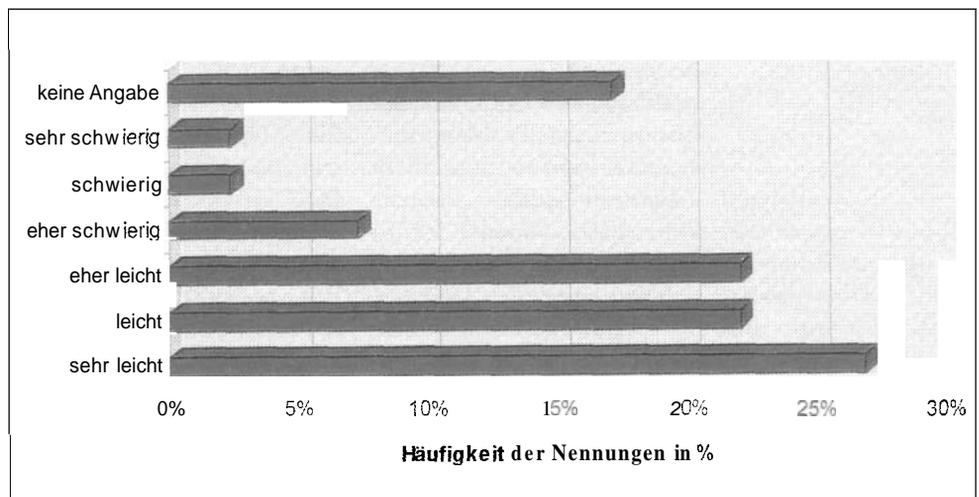
Um die Problematik des Verkaufs von Almkäse zu erheben, wurde der einzelne Landwirt gefragt, wie schwierig es wäre, zusätzlichen Almkäse zu verkaufen. Eine Tendenz der Antworten ist eindeutig feststellbar (siehe

untenstehende Abbildung). 71 % der Befragten geben an, daß es für sie sehr bis eher leicht wäre, zusätzlichen Käse zu verkaufen. Lediglich 12 % der befragten Landwirte bezeichnen es als relativ schwierig, zusätzlichen Käse zu verkaufen. 17 % gaben keine Antwort. Das Ergebnis ist ziemlich eindeutig und schließt große Probleme im Verkauf des Almkäses nahezu aus. Der Grund liegt primär darin, daß der einzelne Landwirt keine allzu großen Mengen zu verkaufen hat, der Preis nicht allzu hoch liegt und der Käse beider Almen

*Frischer Käse im Sennraum*



**Ausmaß der Schwierigkeit zusätzlichen Käse zu verkaufen**





*Qualität auf dem Prüfstand - Jury bei der Käseolympiade in Galtür (1996)*

einen guten Ruf genießt. Für den guten Ruf des Käses der Kaisers-Alm trägt der Senner bei, der auf eine mehr als zwanzigjährige Berufserfahrung als Käser verweisen kann. Auf der Komperdell-Alm ist ein junger, nicht so erfahrener Senner tätig, trotzdem konnte er 1996 bei der „Käseolympiade“ in Galtür in der Kategorie der halbfetten Käse eine Silbermedaille erringen. Laut mündlichen Berichten von anderen Almbauern, scheint der Verkauf des Almkäses nicht immer derart einfach zu sein. Das größte Hindernis stellt häufig eine mangelnde Qualität dar.

Der Verkauf des Almkäses stellt für den Großteil der Bauern kein Problem dar, dennoch dürfen jene nicht übersehen werden, welche Mühe haben, ihren Käse zu veräußern. Hinzu kommt, daß sich der Absatz des Almkäses in Serfaus seit dem letzten Sommer sicherlich erschwert hat. Durch die Verkäsung der Talmilch wurden zusätzlich größere Mengen an Käse erzeugt.

### **Qualitätsbewußtsein der Landwirte**

Um die Einstellung der Landwirte zur Qualität ihres Almkäses zu erfahren, wurden sie gebeten, die Qualität zu beurteilen. Dabei stuften 40 von 41 Befragten ihren Almkäse als qualitativ hochwertig ein. Lediglich ein Landwirt schätzte den Käse als eher geringwertig ein. Weiters wurden die Landwirte befragt, ob für sie der Almkäse nichts Besonderes oder aber eine Spezialität darstellt. Die Antwort war eindeutig. 97,6 % der Befragten betrachten ihren Almkäse als eine Spezialität. Die Gründe dafür wurden in einer offenen Frage erhoben. Die häufigsten Nennungen waren folgende: Futter (spezielle Gräser, Kräuter), biologisches, natürliches Produkt, einzigartiger Geschmack, besondere Milch als Rohstoff, nur saisonal erhältlich, besondere Qualität und besonders geeignet für die bäuerliche Küche. Außerdem stuften 88 % der befragten Landwirte ihren Almkäse gegenüber Molkereikäse als qualitativ höherwertig ein, keiner jedoch

als geringwertiger. 12 % der Befragten beurteilten ihn als qualitativ gleichwertig.

Bei einem derart ausgeprägten Qualitätsbewußtsein seitens der Almbauern bliebe nur mehr zu wünschen übrig, daß die Konsumenten den Almkäse ebenfalls entsprechend hochwertig betrachten. Als Frage stellte sich nun, ob sich die Bauern auch beim Verkauf der Qualität und Spezialität ihres Almkäses bewußt sind und einen dementsprechend hohen, gerechtfertigten Preis verlangen.

### **Preisbewußtsein der Landwirte**

Die Preisbestimmung erfolgt üblicherweise nach kosten-, konkurrenz- und nachfrageorientierten Prinzipien. Um zu erfahren, inwieweit diese Prinzipien beachtet werden, und wie ausgeprägt das Preisbewußtsein der Landwirte bezüglich ihres Almkäses ist, wurden mehrere Fragen zu diesem Thema formuliert. Von 26 Landwirten welche Almkäse verkaufen, zeigten sich 17 mit dem erzielten Verkaufspreis sehr zufrieden bzw. zufrieden. Eher zufrieden zeigten sich immerhin noch 8 Bauern, nicht zufrieden ist lediglich einer. Obwohl die Preise für den Almkäse relativ nieder liegen, zeigen die Bauern eine hohe Zufriedenheit.

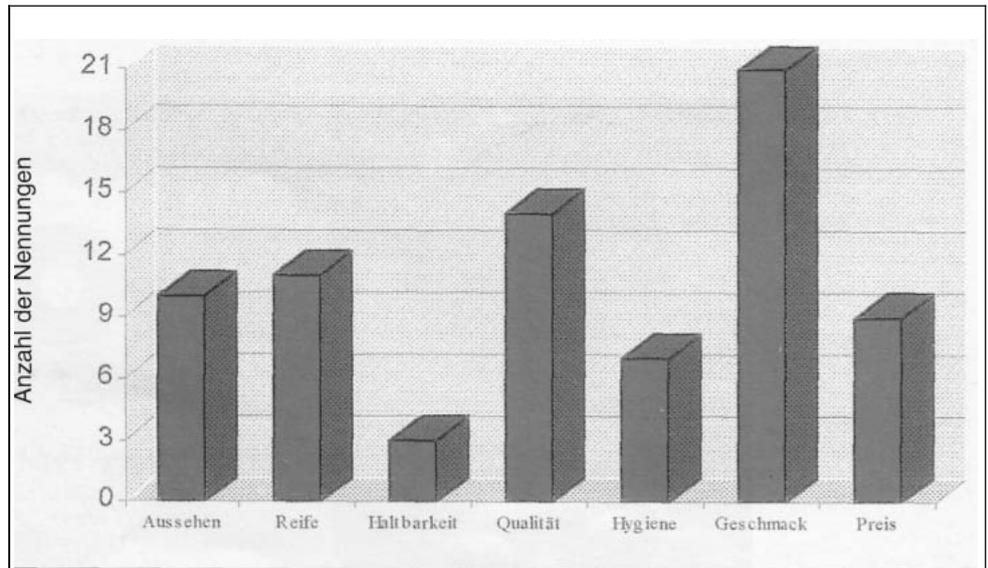
Zusätzlich wurde gefragt, welchen Verkaufspreis sie für ihren Almkäse als berechtigt erachten. Interessant war es, zu erfahren, ob der vom Landwirt

als berechtigt erachtete Verkaufspreis, mit dem tatsächlich erzielten, übereinstimmt. Die Vorstellungen, welcher Erlös aus dem Verkauf des Almkäses erzielt werden sollte, schwanken zwischen öS 70,-/kg und öS 130,-/kg. Der durchschnittlich geforderte Verkaufspreis des halbfetten Käses liegt bei öS 103,-/kg, der des vollfetten bei öS 124,-/kg. Das Ergebnis ist sehr interessant, liegt doch der als berechtigt angesehene Preis deutlich über dem tatsächlich geforderten. Beim Halbfetten beträgt die Differenz öS 11,-/kg, beim Vollfetten sogar öS 21,-/kg.

### Bedeutung des Preises

Der vom Landwirt als gerechtfertigt erachtete Verkaufspreis liegt deutlich über dem tatsächlich geforderten. Was sind jedoch die Gründe für diese Diskrepanz? Ist es dem Landwirt nicht möglich, seinen Almkäse auch bei einem höher veranschlagten Preis abzusetzen? Steht beim Konsumenten der Preis des Käses im Vordergrund? Um auf diese Fragen eine Antwort geben zu können, wurden die Landwirte befragt, auf welche Kriterien der Konsument beim Kauf des Almkäses am meisten achtet (siehe nebenstehende Abbildung).

Aus der Sicht der Landwirte ist der Preis erstaunlicherweise ein relativ unbedeutendes Kriterium für den Käufer. Er liegt nur an fünfter Stelle. Außerordentlich wichtig scheint den Konsumenten der besondere Geschmack des



Almkäses zu sein. Natürlich legen sie auch großen Wert auf eine hoch qualitative, fehlerfreie Ware. Der Reifezustand und das Aussehen spielen ebenfalls eine gewichtige Rolle bei der Kaufentscheidung des Konsumenten.

### Resümee

Schlußfolgernd läßt sich sagen, daß das Preisbewußtsein der Landwirte nur schwach ausgeprägt ist, obwohl sie sich der Besonderheit und hohen Qualität ihres Almkäses sehr wohl bewußt sind. Einerseits sind sie größtenteils mit den erzielten Preisen zufrieden, andererseits liegt der von ihnen als berechtigt angesehene Preis deutlich darüber. Obwohl sie selber größtenteils der Meinung sind, daß für den Konsumenten der Preis nur eine untergeordnete Rolle spielt, messen sie ihm im tatsächlichen Verkauf eine zu große Rolle bei.

Die Landwirte müssen sich bewußt werden, daß sie eine regionale und saisonale Spezialität verkaufen, welche im Hochpreissegment anzusiedeln ist. Dies sollte sich bei

herrscht, zusätzlich bestärkt.

In der nächsten Ausgabe der Fachzeitschrift „Der Alm- und Bergbauer werden alternative Vermarktungsformen für Almkäse behandelt. Zudem wird die Bereitschaft der befragten Bauern für Vermarktungsalternativen analysiert. ■

Fortsetzung folgt

#### Zum Autor:

Der Beitrag ist eine Zusammenfassung der Diplomarbeit von Dipl.-Ing. Josef Gitterle, die er im Jahre 1996 am Institut für Nutztierwissenschaften an der Universität für Bodenkultur Wien eingereicht hatte.