

Im Ranking der heimischen Foodbetriebe rangiert Berglandmilch auf Platz 1 – die Molkereigenossenschaft verarbeitet pro Jahr 1,3 Mrd. kg Milch, rund 1.500 Mitarbeiter inklusive der Tochterunternehmen sind beschäftigt. Marken wie Schäringer, Tirol Milch, Stainzer oder Lattella erfreuen sich bei den Konsumenten sehr großer Beliebtheit und werden über die Landesgrenzen hinaus ausgezeichnet. 60 Mal wurden die Erzeugnisse der über 10.000 Genossenschafter zuletzt in Deutschland ausgezeichnet. Geschäftsführer Josef Braunshofer blickt im Gespräch mit medianet auf das letzte Jahr zurück und benennt auch die Herausforderungen der Branche.

Allgemein sagt Josef Braunshofer zur Situation: „2020 hatten wir eine leichte Umsatzsteigerung. Die Rückgänge in der Gastronomie konnten wir noch kompensieren. Der Wintertourismus war anfangs 2020 ja schon vorbei, durch den Sommer kamen wir mit einem blauen Auge. Aber 2021 findet kein Wintertourismus statt. Es wird sich weisen, wann wir wieder in eine Situation kommen, die der Normalität nahekommt. Es ist aktuell ein Fahren auf Sicht.“

Schwankungen

Die Molkereigenossenschaft registrierte darüber hinaus unterschiedlichste, interessante Nachfragespitzen. „H-Milch war letztes Jahr sehr gefragt, in Deutschland mehr als in Österreich. Nach vier Wochen Lockdown ist man draufgekommen, dass die Welt sich weiterdreht, dann mussten wir wieder weniger produzieren“, erklärt der Geschäftsführer.

Dass es in den letzten Monaten im Gegensatz zu 2020 eben keinen Wintertourismus gab, war etwa dadurch bemerkbar,

dass im Großhandel weniger verkauft wurde. Umgekehrt gab es auch Produkte, die sich besser verkauften: „Trinkmilch war gefragt, das war vorher nicht so. Ich denke, das Frühstück hat wieder mehr Bedeutung bekommen. Auch Reibkäse ging besser, ich vermute wegen mehr Zeit daheim und mehr Kochen von Spaghetti oder Aufläufen.“ Vieles ist erklärbar, aber nicht alles: „Schlagobers wurde weniger gekauft, aber das kann ich mir nicht erklären.“ Schwankend



Eine runde Sache Milch ist ein toller Rohstoff. In Form von Käse braucht er wenig: „Er bringt Calcium, Eiweiß, es braucht keine Stabilisatoren!“

waren auch die Exporte. Diese machen 36% des Umsatzes aus, das wichtigste Land ist Deutschland; den durch Corona unsteten Welthandel registrierte das Unternehmen bei Exporten nach China, klassische Urlaubsländer wie Griechenland oder Italien brauchten logischerweise ebenfalls weniger: „Es ist spannend oder fordernd, aber es hilft nichts. Man muss sich drauf einstellen.“

Herausforderungen

Die Gesamtsituation ist also herausfordernd. Im Gegensatz zu anderen Ländern setzt die Berglandmilch aber schon lange auf Produkte, die nicht jedes Land

bieten kann, mit eigenen Grundsätzen: „Unsere Sonderprodukte können nur von unseren Bauern produziert werden. In Holland kann man keine Bergbauern- oder Heumilch herstellen, weil sich das für die dort anzutreffenden Größenordnungen nicht rechnet.“ Diese besonderen Produkte kämen den Bauern zugute, man sei qualitativ überdurchschnittlich unterwegs. Das helfe dem Image der Milch. Die in Österreich im Vergleich zu anderen Ländern kleinen Milch-

bauern bekämen so auch mehr Wertschöpfung. Dass hierzulande seit Jahren auch mehr Käse gegessen wird, ist positiv: „Wir haben versucht, unsere Käsereien zu spezialisieren: Eine macht Mozzarella, eine weitere Hartkäse, wieder eine andere Frischkäse – die Palette ist breit.“

Eine besondere Herausforderung sei es auch, dass das Weiterführen der Höfe schwieriger werde – es gehe um die nächste Generation. Man verliere pro Jahr in ganz Europa vier Prozent der Betriebe: „Es ist unsere Aufgabe, Attraktivität schaffen, dass es mehr Hofübernehmer gibt.“ Fest steht: Es schmeckt. Ein gutes Argument dafür.



Man muss an Bio auch glauben

Josef Braunshofer
Berglandmilch
Geschäftsführer

Wir gehen beim Thema Tierwohl den Weg von Bonusprogrammen, weil das besser ist als Verbote. Alles, was wir tun, muss Freude machen. Ich bin davon überzeugt, dass man die kleinen heimischen Herden in unserer Produktqualität spüren kann. Woanders hat die Kuh eine Nummer, bei unseren Milchbauern hat jede Kuh einen Namen. Das Positive kann man nicht direkt schmecken. Man muss bei Bio auch daran glauben, dass das Produkt besser ist, weil mir auch wichtig ist, dass die Produktionsweise besser ist. Und bei diesem tollen Rohstoff kann man sehr viel machen. Es ist noch dazu ein österreichischer Rohstoff, wir produzieren überdurchschnittlich gut. Wir füttern seit mehr als zehn Jahren Gentechnik-frei, haben keine Futtermittel aus Übersee, verwenden kein Pflanzenfett. Das ist ein schlüssiges Paket.