

124 Martin Richenhagen im Chefgespräch

Mehr Chancen als Sorgen

126 Wirtschaftliche Bullenmast

Top und günstig

132 Nebeneinkünfte Teil 3

Wie die Finanz auf
Direktvermarkter zugreift

136 Erbrecht

Neues beim Vererben

138 Marktspiegel

141 Milchpreisspiegel

142 Ausblick Braugerstenmarkt

Bisher gut versorgt

144 dlz-Intensivvermarkter


Strategien aufgegangen

146 Management aktuell

147 Geldgeschäfte

Ingo Metzler verarbeitet im
Bregenzer Wald, Österreich,
täglich rund 2.000 l Heumilch -
von Kühen und Ziegen.





„Besucherterrassen“ ermöglichen diesen Blick in den Ziegenstall. Wenn den Besuchern Schauen zu wenig ist, können sie auch beim Ziegenmelken mithelfen.

Molke macht schön

Profi mit Ideen Bei der Herstellung von Käse bleiben 90 Prozent der Milch als Molke übrig. Um die Wertschöpfung zu erhöhen, verarbeitet Ingo Metzler die Molke zu Essbarem, Trinkbarem und in der Hauptsache zu Kosmetik.

Als Chef habe er nur eines zu tun: darauf zu achten, „dass nicht noch ein anderer nichts tut“, erklärt Ingo Metzler mit einem Zwinkern. Anscheinend erfüllt er seine Aufgabe gut, denn in den modernen Gebäuden aus Glas und Beton, wo Sennerei und Molkeverarbeitung untergebracht sind, herrscht emsiges Treiben. Täglich entstehen dort aus 2.000 l Milch 20 unterschiedliche Käseerzeugnisse. Die anfallende Molke verarbeiten die Mitarbeiter zu 40 unterschiedlichen Kosmetika und Lebensmitteln.

Der Landwirt übernahm den Betrieb in den 90ern von seinen Eltern. Da er viel Geld in eine neue Sennerei investiert hatte, sah er sich gezwungen, die Wertschöpfung seiner Erzeugnisse zu erhöhen. Dies wollte er über die Weiterverarbeitung der

Molke erreichen, die ja täglich frisch zur Verfügung stand. Mit einem Schulfreund, der Drogist geworden war, verbrachte er die Abende in seinem Keller statt in der Disco. Dort kombinierten sie die Molke mit Heilkräutern aus der Gegend.

Wachsende Produktpalette

Das erste Produkt war ein Badezusatz. „Den haben wir an die Verwandtschaft verschenkt. Wir waren der Meinung, da ist der Schaden nicht so groß“, berichtet der Österreicher lachend. Es kam niemand zu Schaden. Im Gegenteil – die Verwandten wollten mehr. So wuchs die Produktpalette schnell. Zuerst produzierte Metzler im Haus. Danach entstand im Jahr 2001 eine Produktionsstätte, die mittlerweile auch zu klein ist. Ein Neubau mit zusätzlicher Lagerkapazität wird nächstes Jahr fertig-

gestellt sein. Die Zahl der Mitarbeiter will der 51-Jährige dann auch erhöhen. Derzeit sind es 24 in den verschiedenen Bereichen, darunter drei seiner vier Söhne. Zwei sind gelernte Käser: Manuel (28) ist verantwortlich für die Milchverarbeitung, Lukas (24) ist in der Molkeverarbeitung tätig. Elias (26) ist Landwirt; er leitet die Bereiche Tierhaltung, Flächenbewirtschaftung und Logistik. „Wir waren der Meinung, unsere Söhne sollen erst mal rausgehen, fremdes Brot essen. Wenn sie dann immer noch zurück wollen, dann wird man es richten.“ Aber keine Chance, die Söhne wollten gar nicht erst weg und blieben auf dem Betrieb.

Metzlers Frau Melitta kümmert sich um die Besucher, die auf den Hof kommen. Jedes Jahr sind es etwa 10.000, also im Schnitt über zwei Dutzend täglich. Sie können auf dem Hof Landwirtschaft



BETRIEBSSPIEGEL METZLER

Der Betrieb mit Sennerei, Kosmetikproduktion, Hofladen und kleiner Gastronomie liegt in Egg im Bregenzerwald.

Bewirtschaftungsfläche (ha)	30 Grünland
Anzahl Milchkühe (Milchleistung rund 8.500 l/Jahr)	16
Anzahl Milchziegen (Milchleistung rund 900 l/Jahr)	100
Zugekaufte Heumilch (l/Jahr)	220.000
Mitarbeiter in den verschiedenen Bereichen	24

„begreifen“, wie es in der Philosophie des Betriebs heißt. In einer kleinen Gastronomie werden die Gäste auch verköstigt – natürlich mit Käse und Molkegetränken aus eigener Erzeugung. Die Wurstwaren stellt ein Metzger aus Metzlers Tieren für ihn her. Weil Ziegenfleisch allein sich nicht gut dafür eignet, hält er auch noch zehn Duroc-Schweine, die mitverarbeitet werden. Selbst im Brot, das gereicht wird, ist Molke verarbeitet.

Mehr für die Milch

Die Milch, die verarbeitet wird, stammt von den 16 Milchkühen und 100 Milchziegen des Betriebs. Außerdem kauft Metzler Kuh- und Ziegenmilch von Landwirten aus der Region zu. Alles ist Heumilch. „Für den Liter Ziegenmilch zahle ich meinen Lieferanten gut 1 Euro“, berichtet der Unternehmer. Die Ziegenmilch würde in der Gegend sonst niemand abnehmen. Die Lieferanten produzieren nur unter der Voraussetzung, dass Metzler sie ihnen abnimmt. „Kuh-Heumilch hat bei uns

MEIN NUTZWERT

Bestmögliche Milchverwertung



Problem: Bei niedrigen Milchpreisen ist es nötig, die Verwertung der Milch zu verbessern. Bei der Käseherstellung bleibt ein großer Anteil übrig – die Molke.

Lösung: Die Wertschöpfung der Milch wird dadurch erhöht, dass die Molke gewinnbringend verarbeitet wird, zu Lebensmitteln und in der Hauptsache zu Kosmetik.

Potenzial: Die Verarbeitung von Molke ist eine gute Möglichkeit, die Wertschöpfung der Milch zu erhöhen. Ingo Metzler sieht noch Potenzial auf dem Kosmetikmarkt. Für Neueinsteiger hält er es für schwierig. Es sei ein Riesenaufwand, Genehmigungen für alles zu bekommen, mit mikrobiologischen Untersuchungen und ähnlichem. Zudem reicht es auch noch nicht, etwas herzustellen. Das Produkt muss auch vermarktet werden.

momentan einen Marktwert von etwa 40 Cent/l, wir zahlen rund 50 Cent/l.“ Dies funktioniert unter anderem deshalb, weil Ingo Metzler die Milch nicht sammelt, sondern sie liefern lässt, was mehr Wertschöpfung beim Bauern belässt.

Die Vermarktung der Erzeugnisse läuft über verschiedene Kanäle: im Hofladen, in der Gastronomie der Region, über Großhändler und über das Internet. Täglich verlassen rund 100 Pakete mit Metzlers Erzeugnissen den kleinen Ort in Vorarlberg.

Für die Vermarktungsstrategie in einem gesättigten Markt sieht der Unternehmer zwei Möglichkeiten, um seine Produkte an den Mann zu bringen: Erstens billiger sein – das kann und will Metzler nicht. Zweitens ein Produkt mit Zusatzwerten verkaufen, mit Emotionen, mit Geschichte, mit einem hohen Maß an Nachhaltigkeit. „Wenn uns das gelingt, haben wir eine Daseinsberechtigung. Deshalb möchten wir auch zeigen, was wir hier tun und wie wir es tun“, erklärt der Landwirt überzeugt.

Bisher sind die Kunden zufrieden gewesen, wenn sie gesehen haben, welche Pflänzchen und Extrakte in die Fläschchen und Tiegel kommen. Zunehmend wollen sie aber auch wissen, mit welcher Energie es in die Flasche kommt und wie hoch der Kohlendioxidausstoß ist. „Die Qualität eines Produkts hängt immer mehr auch davon ab, mit welcher Energie es produziert wurde“, fügt Metzler hinzu.

Rundes Energiekonzept

Auch für die Energieverwertung kann Metzler ein gutes Konzept vorweisen. 2011 nahm er ein maßgeschneidertes System für rund 300.000 Euro in Betrieb. Die Luftentfeuchtungsanlage, die auf dem Prinzip einer Luftwärmepumpe beruht, trocknet im Sommer das Heu – an sonnigen Tagen über eine Dachabsaugung; wenn keine Sonne scheint über einen Luftentfeuchter. Im Winter entsteht die gesamte Raumwärme in der Anlage.

Das ganze Jahr über wird das heiße Wasser hergestellt und zentral die benö-



1 In dieser Prozessanlage wird Basiscreme hergestellt, die zu verschiedenen Sorten weiterverarbeitet wird. Im Sortiment sind aber auch Rasierwasser, Lippenpflegestifte oder Flüssigseife – alles aus Molke.

2 Jährlich kommen rund 10.000 Besucher auf den Betrieb von Ingo Metzler. Hier erklärt er die Heutrocknungsanlage. Mit einem ausgeklügelten System wird Raumwärme, Heißwasser und Kälte produziert.

tigte Kälte produziert. Wenn man im Sommer viel Kälte produzieren muss, ist Wärme der Abfall. Diese geht sofort wieder ins System. Im Winter, wenn die Anlage Wärme produziert, ist Kälte der Abfall; die geht in die Milchkühlung. Durch die Rückgewinnung der Energie wird sowohl Kälte als auch Wärme, die gebraucht wird, eingesetzt: „So können wir nachweislich im Jahr 16.000 l Öl einsparen“, erklärt Ingo Metzler stolz. Der benötigte Strom kommt zum Teil aus der Fotovoltaikanlage. Metzlers Ziel ist es, bis in sechs Jahren so viel Strom aus Sonnenenergie zu produzieren, wie die Anlage braucht. Die Dachflächen auf seinem Betrieb reichen für die nötigen Fotovoltaikmodule aus.

Ingo Metzlers tut ganz offensichtlich doch mehr, als nur darauf zu achten, dass außer ihm „nicht noch einer nichts tut“. Sein Betrieb zeigt: Metzler arbeitet konsequent an einem stimmigen, zukunfts-trächtigen Konzept für die Vermarktung seiner Erzeugnisse mit Emotionen und Geschichte.

heu

SO URTEILT DIE DLZ



Landwirt und Unternehmer Ingo Metzler im Gespräch mit dlz-Mitarbeiterin Katja Heudorfer.

Einfach etwas zu essen oder etwas für die Körperpflege zu kaufen, das war gestern. Immer mehr suchen die Verbraucher nach Produkten mit Mehrwert. Ingo Metzler kann genau das bieten. Alles, was seinen Betrieb verlässt, ist nach einem runden Konzept hergestellt. Die Energiegewinnung ist auf weitestgehende Autarkie ausgelegt. Die Kräuter für die Kosmetik stammen zum großen Teil aus dem eigenen Garten. Die Ställe, die Sennerei und die neue Produktionsstätte sind mit „Besucherterrassen“ ausgestattet, sodass alle Prozesse für den Besucher transparent sind. Der Kunde hat das Gefühl, genau zu wissen, was in seinem Produkt steckt und wie es hergestellt wurde. Und Ingo Metzler weiß, wie er das verkaufen muss. Dank seiner Tatkraft und seiner immer neuen Ideen wird er seinen Söhnen einen Betrieb mit Zukunft übergeben können.

Katja Heudorfer, Redaktion, dlz agrarmagazin