



Auf den sattgrünen Wiesen des Geisbergs fühlen sich die Milchziegen von Martin Buhl wohl: Der Schwarzwald bietet beste Voraussetzungen für hochwertigen Ziegenkäse. Fotos: HakDesign

Zwei Fliegen mit einer Klappe: Milchziegen sind wirtschaftlich attraktiv und halten die Landschaft offen

Der Geiß gehört die Zukunft

Martin Buhl ist der größte Ziegenmilch-Verarbeiter Baden-Württembergs. Seine Produkte vertreibt er bundesweit unter dem Label »Monte-Ziege«.

VON MARIA BENZ

Als Martin Buhl 1999 die ersten Ziegen kaufte, hatte er große Pläne. Doch dass er aber innerhalb weniger Jahren zum größten Ziegenmilchverarbeiter Baden-Württembergs werden und seine Bio-Produkte bundesweit vermarkten würde, hätte selbst er nicht gedacht. »Es war eine reine Bauchentscheidung – ich war zu der Zeit völlig blauäugig«, erinnert er sich heute.

Der Absatz stimmt: Buhls Vision war es von Beginn an, mit der Käseerei ein Unternehmen aufzubauen, das Einnahmen erwirtschaftet – und das, obwohl der gelernte Maler mit Ziegenhaltung und Käseerei früher nichts am Hut hatte. »Es war mit Sicherheit Glück dabei, aber es hat gleich mit der Qualität gepasst: Der Absatz war immer da.« Anfangs setzte Buhl auf Direktvermarktung, heute liefert er vor allem an den Groß- und Einzelhandel.

Weil die Käseerei zu Beginn nicht ganz ausgelastet war, setzte Buhl auch auf Kuhmilch. Da ihm die Breisgaumilch Ende vergangenen Jahres den Liefervertrag für die Bio-Milch gekündigt hatte, sah er sich gezwungen, einen überregionalen Partner zu suchen: Ab kommendem Frühjahr stellt ein Bio-Milchbetrieb vom Bodensee die »Mona-Liesl«-Produkte her. Vertrieb und Vermarktung laufen weiterhin über den Geisberg

frage nach Ziegenkäse nicht mehr allein mit seinen eigenen 120 Ziegen nachkommen. Die Produktionsmengen haben sich seit Bestehen des Betriebs fast jährlich verdoppelt. Im Lauf der Zeit hat er sich deshalb mit anderen Betrieben zusammenschlossen, die ihn mit Ziegenmilch beliefern – weitere Partner stehen bereits in Aussicht.

Ein Problem bei der Ziegenkäse-Produktion sind die schwankenden Milchmengen. Anders als Kühe, werden Ziegen nicht das ganze Jahr über brünstig, sondern vor allem in den Sommermonaten. In der kalten Jahreszeit, wenn keine Jungen geboren werden, führt dies zu Engpässen bei der Milchproduktion. Buhl überbrückt diese Phasen mit haltbarem Ziegen-Feta und indem er im »Winterloch« einige Produkte aus dem Sortiment nimmt. Hormon- oder Lichtbehandlung seiner Tiere, wie es in anderen Ländern üblich ist, kommen für den Bio-Betrieb nicht in Frage.

Da bei der Käseproduktion viel Molke anfällt, die zum Wegschütten zu schade ist, hat Buhl im vergangenen Jahr eine weitere Marke entwickelt: Das »Schwarzwälder Molkeschwein«. Die Molke liefert Buhl nun an einen Partnerbetrieb zur Schweinemast. Da der in der Nähe eines seiner Milchlieferanten liegt, spart er sich unnötige Transportwege.

Schlechtes Image: Buhl ist sich sicher, dass die Zukunft im Schwarzwald den Ziegen gehört: »Ich bin absolut überzeugt, dass man um die Ziege nicht drumrum kommt, wenn man über die Offenhaltung der Landschaft diskutiert.« Die Milchproduktion mache die Ziegenhaltung auch wirtschaftlich attraktiv.

Dass bisher noch nicht mehr Landwirte auf die Ziege setzen, kann sich Buhl nur durch alte Vorurteile erklären: »Ziegen haben ein super schlechtes Image und waren früher ein Synonym für Armut.«

STICHWORT



Im Schwarzwald gewinnen Ziegen an Bedeutung.

Ziegen als Landschaftspfleger

Die Bedeutung von Ziegen in der Landschaftspflege nimmt zu, sagt Richard Bruskowski, Pressesprecher des Badischen Landwirtschaftlichen Hauptverbands. Auch wenn den rund 2600 Ziegen in der Ortenau derzeit noch etwa 20 000 Milchkühe entgegen stehen. Besonders in Steillagen kann Ziegenhaltung Handarbeit ersetzen und zur Offenhaltung der Schwarzwald-Täler beitragen. Noch gibt es nur wenige Landwirte, die Ziegenhaltung hauptberuflich betreiben. Den Hauptanteil stellen Hobbyhalter. Als Gründe nennt Bruskowski die hohen Qualitätsstandards und das nötige Know-how für die Käseproduktion sowie den personellen Aufwand bei der Selbstvermarktung. Kooperationsmodelle zwischen den einzelnen Betrieben hält er deshalb



Martin Buhl (vorne) und sein Team: Was als Ein-Mann-Betrieb