

Wirtschaft: 30. Oktober 2010, 01:04

Züger will hoch hinaus



Mit Freude dabei: Christof (links) und Markus Züger sowie ein Mitarbeiter, der Mozzarella abpackt. Bild: Urs Bucher

Wachsende Geschäfte und ein Neubau belegen: Die Züger Frischkäse AG hat noch lange nicht genug. Als Bestätigung für ihr unternehmerisches Geschick werden die Inhaber mit dem Unternehmerpreis von Ernst & Young geehrt.

THOMAS GRIESSER KYM

Oberbüren. Das Geschäft läuft rund, das Unternehmen wächst. Sichtbarstes Zeichen dafür ist der Neubau, der das alte Firmengebäude L-förmig ummantelt und dieses auch noch überragt. 20 Mio. Fr. stecken die Gebrüder Christof und Markus Züger in die Erweiterung; im Sommer oder Herbst nächsten Jahres soll alles fertig sein. Doch schon jetzt, mitten in der Bauphase, hat die Züger Frischkäse Teile des Neubaus bezogen – denn: «Wir platzen im alten Gebäude aus allen Nähten», sagt Christof Züger.

Anzeige

Um 30% sind Absatz und Umsatz letztes Jahr gewachsen, dieses Jahr kommen weitere 22% hinzu. Für die kommenden Jahre setzt sich Züger jährlich 10% zum Ziel. Das Unternehmen, das von den Brüdern in fünfter Generation als Familiengesellschaft geleitet wird, ist der fünfgrößte Milchverarbeiter in der Schweiz hinter Emmi, Cremo, dem Migros-Betrieb Elsa und Hochdorf. Die Zahl der Mitarbeitenden ist kontinuierlich gewachsen, mittlerweile beschäftigt Züger 140 Angestellte und bildet neun Lehrlinge aus. Nun soll die Mitarbeiterzahl erst mal stabilisiert werden, im Neubau investiert man in die Automatisierung, was die Herstellung rationeller machen wird.

Alles in Butter

Seit 1984 ist Züger auf Frischkäse spezialisiert. Pro Jahr produziert das Unternehmen 10 000 Tonnen Käse und darüber hinaus 2500 Tonnen Butter. In dieses Geschäft war Züger kurz nach der Jahreswende 2006/07 eingestiegen, um gemeinsam mit Coop dem Butterkartell um die Branchenorganisation Butter (BOB), Emmi und Cremo den Kampf anzusagen. Karrte Züger früher den Rahm aus der Käseherstellung zur Cremo nach Freiburg, wird dieser seither zu Vorzugsbutter verbuttert. Mittlerweile kauft Züger gar Rahm zu, vom Hochdorf-Werk in Sulgen und von Käsereien, um die Nachfrage zu decken. Coop, Spar und Volg heissen die Butterkunden im Detailhandel, zudem beliefert Züger auch die Gastronomie sowie Industriekunden wie etwa die Jowa-Bäckereien.

Gewinner der Liberalisierung

Der Erfolg fällt freilich auch den Zügers nicht in den Schoss. Das Unternehmen weiss aber von der Mitte 2007 angepackten Liberalisierung des Käsemarktes zu profitieren. Zwar geriet man mit dem Mozzarella, von dem jährlich 7000 Tonnen hergestellt werden, im Inland unter Druck. «Heute findet sich in Schweizer Läden auch ausländischer, billigerer Mozzarella in den Kühlregalen», weiss Christof Züger. Der Importkonkurrenz begegnete Züger aber mit einer Offensive im Export: Was 2005/06 von Null auf begann, trägt heute bereits ein Viertel zum Umsatz bei. «Vom gesamten Käseexport der Schweiz entfallen 5 Prozent auf uns», sagt Christof Züger. Während im europäischen

Ausland vor allem Bioprodukte gefragt seien («Schweizer Bio wird von vielen Konsumenten als höherwertig angeschaut als europäisches Bio»), ist in Fernost, etwa in Südkorea, «Swissness» ein Renner. Die Milch – täglich 300 000 Liter – bezieht Züger von 700 Bauernhöfen aus der Region. Davon hat man 300 selber unter Vertrag, weitere 400 Bauern liefern ihre Milch via Organisationen wie die Nordostmilch AG an.

Ständig auf der Jagd

«Innovationen sind das A und O unseres Erfolg», sagt Markus Züger. Bio-Frischkäse, Mozzarella-Herzli, Bratkäse, Mozzarella aus Büffelmilch – den Tüftlern des Betriebs fällt immer wieder etwas Neues ein. Dazu zählen auch hauchdünn geschnittene Mozzarella-Scheiben für Pizza oder Sandwichs. Tiefgefroren sind sie zwölf Monate haltbar – ideal für den Export. Ferner ist Züger in Europa der einzige Hersteller von Laktose-freiem Mozzarella.

Appell an die Milchbauern

Punkto Büffelmilch-Mozzarella bereitet Christof Züger Sorgen, «dass wir viel zu wenig Lieferanten haben». Derzeit sind es fünf, davon einer aus der Romandie. «Wir könnten leicht doppelt so viele Lieferanten brauchen», sagt Züger. Er sieht die Büffelmilch auch als Beispiel, «wie Bauern eine Perspektive erhalten können.» Denn die Nachfrage nach Produkten aus Büffelmilch wachse. Was aber der Schweizer Markt nicht selber hergebe, werde vom Ausland bedient. «Leider gibt es immer noch Bauern, für die kommt Milch einzig und allein von der Kuh», seufzt Züger.

«Tagtäglich gute Arbeit»

Den Kunden «Mehrwert und Qualität» zu bieten, dieser Philosophie will sich das Familienunternehmen treu bleiben, wie Markus Züger sagt. Und was bedeutet den beiden Patrons der Unternehmerpreis von Ernst & Young? «Wir nehmen das als Unternehmenspreis», sagt Christof Züger. «Unsere Mitarbeitenden machen das Unternehmen aus. Sie sind es, die tagtäglich gute Arbeit abliefern.»

Copyright © St.Galler Tagblatt AG

Alle Rechte vorbehalten. Eine Weiterverarbeitung, Wiederveröffentlichung oder dauerhafte Speicherung zu gewerblichen oder anderen Zwecken ohne vorherige ausdrückliche Erlaubnis von www.tagblatt.ch ist nicht gestattet.