

Hans Aschwanden



**Hans Aschwanden setzt als Käsespezialist auf traditionelles Handwerk und vertraut seinen eigenen Prinzipien. Von industrieller Massenproduktion hält er nichts.**

## Ein Käser mit «Laib» und Seele

Bergkäserei Seelisberg. Im «Hoflädeli» riecht es nach roher Milch und Arbeitseifer. «Rahmigä», «Miudä», «Wirzigä» duften im Kühlregal um die Wette. Hans Aschwanden marschiert herein, eine Urner Käseinstanz, kräftiger Händedruck, schnurstracks gehts in die Wohnung. Der 46-Jährige führt seit 20 Jahren die Bergkäserei Aschwanden, ein Familienbetrieb der dritten Generation mit zehn Mitarbeitern. Jahresproduktion: 150 Tonnen. Er verkörpert vieles in Personalunion: Käser, Unternehmer, vierfacher Familienvater, politisch engagierter Präsident des Dachverbandes der Schweizer Käsespezialisten.

1996 übernahm Hans Aschwanden die Käserei von seinem Vater, in der er als Jugendlicher mitgearbeitet hatte. In seine Rolle habe er hineinwachsen müssen. «Ich wusste nicht richtig, was mich als Unternehmer erwartet», schildert er seine Zweifel. Diese waren berechtigt: Die Zahl der Käsereien ist in den vergangenen 15 Jahren von 1600 auf 500 geschrumpft. Anfang der 1990er-Jahre korrigierte sich der Schweizer Käsemarkt – weil die Milchproduktion nicht mehr staatlich subventioniert wurde, fanden viele Betriebe keine Abnehmer mehr. «In Seelisberg waren wir nie vom Staat abhängig und haben unseren Kundenstamm gepflegt», erklärt Hans Aschwanden. Er fokussierte sich auf Käsespezialitäten und gab den Futter- und Getränkehandel auf.

Sein Erfolgsrezept: Käse traditionell und naturnah herstellen. Die Bergkäserei produziert mit Sonnenkollektoren und Wasserstrom. Zentrale Zutat: die Milch, das «weisse Gold», wie Hans Aschwanden sie nennt. Wichtigster Rohstoff: das Futter einheimischer Weiden und Alpen mit reichhaltiger Flora. Ein agrikulturelles Schlaraffenland. «Eine Kuh im Flachland frisst Pommes frites dagegen.» Die Heumilch wird täglich bei lokalen Bergbauern abgeholt und innerhalb von 18 Stunden verarbeitet. Das beeinflusst das Käsearoma. Nationale und internationale Aus-

zeichnungen bezeugen dies. Hans Aschwanden beobachtet die fortschreitende Industrialisierung der Landwirtschaft und aromatisierte Käsesorten skeptisch. Viehausstellungen besucht er nicht. «Diese Zuchttiere sind eine Fehlentwicklung!» Er deutet zum Zeitungsstapel auf dem Tisch. Wütende Reaktionen gebe es immer wieder wegen seiner Haltung. Doch die Idee der regionalen Produkte funktioniere, wenn alle in der Produktionskette profitieren. «Ich zum Beispiel kann höhere Preise an Milchlieferanten zahlen», sagt Hans Aschwanden. Das ist Wertschöpfung. Der Trend zeigt einen Wandel des Käses vom Grundnahrungs- zum Genussmittel. Und mit diesem werden Emotionen und Schweizer Werte verkauft: hohe Qualität, solides Handwerk. Hans Aschwanden wittert Potenzial: Im Jahr 2020 will er einen Fünftel des Umsatzes über den Onlineshop generieren – das Zehnfache von heute.

Armin Stalder