

Brimi Kurier



Klaus Faller, Obmann

Liebe Mitglieder,

kontrovers und intensiv wurde letzthin in ganz Europa das Auslaufen der Milchquoten diskutiert. Es gibt unterschiedliche Meinungen zu diesem Thema – welchen Einfluss diese Entscheidung auf uns hat, wird sich allerdings erst in Zukunft zeigen. Eines ist aber gewiss: Wir müssen uns noch mehr anstrengen, denn es wird nicht einfacher. Die Brimi muss den Markt stärker bearbeiten, Kosten einsparen und noch innovativer und einfallreicher sein. Wir stehen somit vor einer spannenden Zeit mit vielen neuen Herausforderungen. Ich bedanke mich für die zahlreiche Teilnahme bei der Voll- sowie bei den Fraktionsversammlungen, bei denen ein starkes Zeichen des Zusammenhaltes gesetzt wurde.

Ich wünsche viel Freude beim Lesen, vor allem aber eine gute Erntezeit.

Die Zukunft der Südtiroler Berglandwirtschaft

Die Berglandwirtschaft hat es derzeit nicht leicht: Besonders in Südtirol können die Strukturen allerdings viele Stärken vorweisen, auf ein gut ausgebautes Genossenschaftswesen setzen und durch gute produktionstechnische Kenntnisse sowie eine nachhaltigen Beratung trotzdem positiv in die Zukunft blicken.

Südtirol hat einen steten Rückgang vor allem bei den rinderhaltenden Betrieben zu verzeichnen: Zwischen 2000 und 2010 ist deren Anzahl um 12,3 sowie die Zahl der Rinder um 7,9 Prozent gesunken. Zu den Besonderheiten der Südtiroler Berglandwirtschaft gehört, dass viele Betriebe in kleinen Beständen (rund 70 Prozent im Nebenerwerb) bewirtschaftet werden. Ihnen kommt gleichzeitig eine überragende

„Es muss das gemeinsame Ziel aller Südtiroler sein, die Zukunft der Berglandwirtschaft zu sichern.“

Rolle für den Erhalt des Tourismus und damit der gesamten Wirtschaftskraft des Landes zu, indem sie Kulturlandschaftspflege betreiben und das Dorfbild prägen. Dabei hat die hiesige Berglandwirtschaft trotz – oder vielleicht gerade wegen – der kleinen Struktur eine ganze Reihe von Stärken vorzuweisen: Dazu gehören für die Milcherzeugung vor allem die lange Tradition der Betriebe, die gute Infrastruktur, das gut ausgebaute Genossenschaftswesen, die gut organisierten Milchhöfe und Hofkäsereien mit einer starken Marktposition, ein guter Milchauszahlungspreis



sowie die bereits erwähnte enge Verknüpfung mit dem Tourismus.

Dem stehen als Schwächen die knappe Flächenausstattung, die schwierige topographische Lage sowie teils weniger tiergerechte und wirtschaftliche Haltungsformen gegenüber.

Potentiale erkennen und nutzen

Viele der Nachteile werden durch die hochmotivierten Landwirte und ihre Familien ausgeglichen, die mit den im Nebenerwerb erwirtschafteten Mitteln ihre Betriebe stützen. Es kann aber nicht automatisch davon ausgegangen werden, dass vor allem jüngere Betriebsleiter weiterhin Viehwirtschaft betreiben, obwohl der wirtschaftliche Ertrag unbefriedigend ist. Aus diesem Grund müssen vorhandene Potentiale erkannt, bewertet und konsequent genutzt werden. Dazu bedarf es dringend der Forschung im Bereich der Berglandwirtschaft. Wo stünde der Obst- und Weinbau ohne die hervorragenden Arbeiten des Versuchszentrums Laimburg? Die Landesregierung hat mehrfach ihren Willen bekundet nun auch die Berglandwirtschaft in den Fokus zu rücken. In Kooperation mit der Laimburg, der Freien Universität Bozen, dem Beratungsring Berglandwirtschaft BRING sowie verschiedenen Verbänden (unter anderem dem Bauernbund) müssen die Arbeiten rasch begonnen werden.

Wo sind gegenwärtig Potentiale für Innovationen zu sehen und dementsprechend auch Forschungsschwerpunkte zu setzen?

Vor allem für Nebenerwerbsbetriebe könnte beispielsweise in überbetrieblichen Kooperationen eine echte Chance bestehen. Was gegenwärtig fehlt sind unter anderem die

Ausarbeitung rechtlicher Rahmenbedingungen sowie betriebsindividuelle Konzepte für die Beratung. Daran muss gearbeitet werden. Ebenso muss die Optimierung bestehender Viehhaltungen vorangetrieben werden. Dazu gehören das Testen verschiedener Produktionssysteme (inklusive Spezialmilchkonzepte), innovative stallbauliche Lösungen sowie eine optimierte Grundfuttererzeugung. In der Fleischerzeugung (Rind, Lamm, Schwein, Geflügel) sowie im Biobereich liegen ebenfalls erhebliche Potentiale. Dringend benötigt werden vertiefende Kenntnisse zu Produktionstechniken sowie die Analyse und Entwicklung der Märkte. Neben dem Bereich der tierischen Erzeugung stehen noch weitere Optionen für die Berglandwirtschaft zur Verfügung. Genannt seien hier nur die verschiedenen Ergänzungskulturen, die erhebliches Innovationspotential in sich bergen.

Zukunft sichern

Soll es auch in Zukunft in Südtirol noch eine gut aufgestellte Berglandwirtschaft geben, ist die Entwicklung von Marktstrategien, betriebswirtschaftlichen und produktionstechnischen Kenntnissen in den genannten Bereichen dringend erforderlich! Diese sowie die darauf aufgebauten Strukturen sind die Voraussetzung für eine praxisnahe, erfolgreiche und nachhaltige Beratung.

Südtirol hat mit dem bäuerlichen Familienbetrieb bereits heute das, was sich viele Verbraucher in Europa wünschen. Deren Leistungen können für das Land gar nicht hoch genug bewertet werden. Es ist kaum vorstellbar, welche Auswirkungen der Rückgang der Berglandwirtschaft auf das Kulturlandschaftsbild, die Dorfstrukturen und Traditionen und damit auf den Tourismus hätte. Es muss deshalb das gemeinsame Ziel aller Südtiroler sein, die Zukunft der Berglandwirtschaft zu sichern. Diese ist nicht in der Preisführerschaft zu sehen, sondern in einer nachhaltigen, umwelt- und tiergerechten Erzeugung hochqualitativer Produkte!



Autor:
Prof. Dr. Dr. Matthias Gaul
Professor für Agrarwissenschaften an der
Universität Bozen

„Behandlung für kranke Tiere“

Dr. Stefan Mittich ist Amtstierarzt des Betrieblichen Tierärztlichen Dienstes im Südtiroler Sanitätsbetrieb. Er erklärt die Vorgehensweisen, um Rückständen von Medikamenten in der abgelieferten Milch zu minimieren.

Herr Mittich, die Problematik zu antibiotikaresistenten Keimen ist aktueller denn je. Wie kann in der Milchwirtschaft vorgebeugt werden?

Die Diskussion um Rückstände von Antibiotika in Lebensmitteln wird immer intensiver. Dies ist eine ernstzunehmende Problematik, der sich auch die Milchwirtschaft stellen muss. Es steht außer Frage, dass kranke Tiere eine Behandlung brauchen. Der Bauer muss aber sicherstellen, dass durch angemessene Maßnahmen Rückstände von den Medikamenten in der abgelieferten Milch weitgehend vermieden werden. Um das Risiko einer Kontamination auf ein Minimum zu reduzieren, sind folgende Punkte zu beachten:

1. Die Behandlungen dürfen nur durch einen Tierarzt erfolgen.
2. Die erfolgten Behandlungen müssen im Behandlungsregister eingetragen werden.
3. Die angegebene Wartezeit muss eingehalten werden. Innerhalb dieser Wartezeit dürfen die Tiere weder an Schlachthöfe oder auf Versteigerungen noch an andere Betriebe verkauft werden. Nach Ablauf der Frist sollte eine Probe eingesendet werden. Sind Melkgeschirr oder Leitungen mit hemmstoffhaltiger Milch in Berührung gekommen, ist eine gründliche Reinigung durchzuführen.
4. Werden Medikamente (zum Beispiel Trockensteller) auf Rezept gekauft, müssen auf dem Rezept die Ohrmarkennummern der Tiere aufscheinen, an die die Medikamente verabreicht werden. Die Behandlungen der einzelnen Tie-



Die behandelten Tiere müssen eindeutig gekennzeichnet sein



Dr. Stefan Mittich

- re sind vom Bauer einzutragen.
5. Beim Einkauf von Mastitistuben auf Rezept ist zu berücksichtigen, dass diese nur im Fall eines konkreten Bedarfs (bei Diagnose von Mastitis) für eine oder mehrere genau identifizierte Kühe verschrieben werden dürfen. Enthält die Originalpackung mehr Tuben als benötigt, so können die restlichen Tuben bei anderen Tieren verwendet werden, vorausgesetzt, dass dies durch einen Tierarzt mittels Eintragung ins Register abgesegnet wird und die Lagerung der Medikamente wie im Beipackzettel angegeben erfolgt ist.
6. Die behandelten Tiere müssen klar ersichtlich gekennzeichnet sein (durch Fußschlaufen, Spray oder Markierstift).
7. Das Behandlungsregister sowie die Rezepte sind für fünf Jahre ab dem letzten Eintrag aufzubewahren.
8. Antibiotische Medikamente dürfen nur bei konkretem Bedarf und nicht vorbeugend eingesetzt werden.

Infos

- Jede Behandlung im Medikamentenregister eintragen (auch bei Trockenstellern)
- Behandelte Kühe klar kennzeichnen
- Verschleppung beim Melkvorgang vermeiden, behandelte Kühe immer zuletzt melken
- Wartefrist einhalten
- Nach Ablauf der Wartefrist vor der ersten Ablieferung Hemmstoffprobe an den Milchhof schicken

Weitere Infos beim Sennereiverband Südtirol (Tel. 0471 063900 oder beratung@sennereiverband.it).



Mathilde Winkler, Willi Tauber, Markus Fiechter und Sigrid Rabensteiner (nicht im Bild) sind für das Marketing der Brimi verantwortlich

Marketing macht den Unterschied

Damit ein Unternehmen am Markt bestehen kann, muss Marketing aktiv betrieben werden. Dazu gehört weit mehr als nur Werbeinserate zu schalten oder Werbegeschenke auszuteilen. Richtig eingesetzt sind die Marketinginstrumenten das A und O eines Unternehmens.

Auch die Brimi hat, wie heutzutage jeder größere Betrieb, eine Marketingabteilung; immerhin ist diese Abteilung wesentlich dafür mitverantwortlich, dass sich die Brimi-Produkte besser verkaufen und sich das Unternehmen weit über die Grenzen von Südtirol hinaus einen Namen macht. Zuständig dafür, dass dies alles funktioniert, ist Geschäftsführer Willi Tauber. Ihm stehen Mathilde Winkler, Markus Fiechter und Sigrid Rabensteiner zur Seite. Zudem arbeitet die Brimi mit einer freiberuflichen Marketingexpertin und mehreren Werbeagenturen zusammen.

In den letzten Ausgaben des Brimi-Kuriers wurde je eine Organisationseinheit des Unternehmens vorgestellt. Die beiden letzten noch ausständigen Bereiche Marketing und Sekretariat, werden auf den folgenden beiden Seiten genauer unter die Lupe genommen.

Wir sind Mozzarella aus Südtiroler Milch

Rund 900.000 Euro stehen der Marketingabteilung jährlich zur Verfügung. Mit diesem Budget werden die unterschiedlichen Marketing-Aktivitäten finanziert wie beispielsweise Verkaufsaktionen, Verkostungen, Werbegeschenke, Sponsoring oder Werbeinserate. „Es ist wichtig, dass die Brimi präsent ist: Auf Fußballfeldern, auf LKW's aber auch in Zeitschriften für den Endkonsumenten“, ist Willi Tauber überzeugt. Das Werbebudget wird im Herbst für das darauffolgende Jahr definiert, wie auch die einzelnen Aktionen, die an den Start gehen sollen. „Somit müssen wir unterm Jahr eigentlich nur noch die Aktionen umsetzen und dabei das Budget im Blick behalten“, so der Geschäftsführer. Im vergangenen Jahr wurde ein großer Teil des Budgets in Verkaufs- und Verkostungsaktionen sowie Produktsponsoring gesteckt. Beispielsweise wurde kürzlich ein großes Schaukochen in Mailand gesponsert, bei dem namhafte Köche mit Brimi-Produkten für Journalisten kochten. Aber auch im Rahmen der „Expo“ sind die Brimi-Produkte im Einsatz: Ein Pizzamehl-Hersteller verwendet bei einer Werbeaktion für seine rund hundert internationalen Kunden ausschließlich Brimi-Mozzarella.

Besonderen Wert legt die Brimi auch auf Printwerbung im italienischen Raum: In Endverbraucher- oder Frauenzeitschriften wird hauptsächlich die Brimi-Mozzarella beworben. „Die Brimi ist Mozzarella, und unsere Mozzarella stellen wir aus hundert Prozent Südtiroler Milch her – diesen

Claudia Vontavon, Ruth Leitner und Manuela Tisot sorgen tagtäglich für einen reibungslosen Ablauf und für ein freundliches „Grüß Gott“ in der Brimi



Eindruck wollen wir den Endverbrauchern in Italien vermitteln. Deshalb setzen wir gezielt auf dieses Produkt und immerhin sind wir in Italien mittlerweile auf Platz 3 mit unserer Mozzarella. Dies ist unseren zahlreichen und gut geplanten Marketingaktionen zu verdanken.“

Verschiedene Aktionen

Um den Mitbewerbern etwas Vorauf zu haben, muss die Brimi auch noch in weitere Aktionen investieren: Lokal setzt sie dabei auf Sportsponsoring. Dabei werden heimische Vereine wie beispielsweise der SSV Brixen, der FC Südtirol oder die Brixner Handballmannschaft unterstützt.

Da auch das Erscheinungsbild des Unternehmens eine wesentliche Rolle spielt, kommt die Gestaltung des Fuhrparks oder jene des Verpackungsmaterials nicht zu kurz. Um die Verkäufermannschaft optimal auszurüsten, wird auch Wert auf saubere Verkaufsunterlagen, Produkt- und Imagebroschüren sowie Werbeartikel gelegt. Der Brimi-Kurier hingegen soll Mitglieder und Meinungsbildner dreimal jährlich über die Geschehnisse im Unternehmen informieren. Brimi präsentiert sich auch einem nationalen und internationalem Publikum, hierfür ist die Präsenz auf den beiden wichtigsten Lebensmittelmesse, der „Cibus“ in Italien und der „Anuga“ in Deutschland, besonders wichtig.

Einen wichtigen Posten machen auch die Betriebsbesichtigungen aus. „Rund 50 Besichtigungen jährlich führen wir

in der Brimi durch. Dabei kommen Schulklassen, Vereine, Bauern, Pensionisten, Behörden und Kunden in das Unternehmen. Dies ist eine Art der Werbung für die Brimi, die mir besonders am Herzen liegt“, sagt Willi Tauber. „Bei Besichtigungen blicken die Besucher direkt in das Unternehmen hinein und können sich selbst ein Bild machen, wie die Brimi-Produkte hergestellt werden.“ Nach der Besichtigung können die Besucher noch die Produkte verkosten.

Fleißiges Sekretariat

Für genau diese Betriebsbesichtigungen sowie für die klassischen Sekretariatsaufgaben ist das Sekretariat der Brimi zuständig: Claudia Vontavon, Ruth Leitner und Manuela Tisot ziehen dabei die Stricke und sind die fleißigen Organisatorinnen der Besichtigungen, aber auch der Weihnachtsfeier und der Vollversammlung. Zudem empfangen die drei Damen jeden Besucher der Brimi, jedes Mitglied und jeden Kunden besonders freundlich und sind dafür zuständig, dass auch jeder das findet, was er sucht. Das Sekretariat kümmert sich ebenfalls um das Mahnwesen und setzt sich dort ein, wo gerade Not am Mann (beziehungsweise Frau) ist. Manuela Tisot widmet einen Großteil ihrer Zeit dem Personal- und Mitgliederwesen und greift der zuständigen Abteilung somit unter die Arme. Jeder hilft jedem – so wie es sich in einem Betrieb eben auch gehört.

Stabiler Umsatz

Die ersten Monate des neuen Jahres sind bereits Geschichte. Geschäftsführer Willi Tauber zieht eine kurze Zwischenbilanz.

Herr Tauber, was kann man über die Marktsituation der letzten Monate bereits sagen?

Generell ist der Markt – insbesondere der Mozzarellamarkt – in den letzten zwölf Monaten leicht rückläufig. Der Umsatz und der Absatz der Brimi sind bisher sehr stabil, einzig die Milchanlieferung ist in den letzten vier Monaten leicht rückläufig (minus 0,6 Prozent). Die Brimi muss, da viel billige Milch in Umlauf ist, vermehrt auf Aktionen setzen, um keine Marktanteile zu verlieren. Diese drücken leicht auf den Durchschnittspreis. Speziell bei den Handelsmarken ist derzeit ein Preisdruck vorhanden, bei den Eigenmarken konnten wir hingegen die Preisposition gut verteidigen. Im Bereich Energie, Verpackung und Personal konnten hingegen Kosten eingespart werden.

Wie behauptet sich die Brimi?

Sehr gut würde ich sagen: Wir haben unseren Marktanteil von 3,2 auf 3,6 Prozent ausgebaut. Allerdings müssen wir circa 50 Prozent unserer Produkte in Aktion verkaufen. Unsere Mitbewerber wie Galbani oder Granarolo hingegen zwischen 60 und 70 Prozent. Trotz Aktionen liegen unserer Ladenverkaufspreise über jenen unserer Mitbewerber. Die Preise der Handelsmarken (Coop oder Esselunga) sind allerdings leicht rückläufig.

Wie schätzen Sie die Preisschwankungen bis Ende des Jahres ein?

Aktuell wird viel mehr billige Milch angeboten als im Vorjahr. Im benachbarten Ausland ist der Rohstoffpreis zwischen 6 und 10 Cent pro Liter billiger als noch vor einem Jahr. Die Preise sind nach wie vor leicht rückläufig und stehen stark unter Druck. Ich bin überzeugt, dass sich das Preisniveau in den Sommermonaten stabilisieren wird – allerdings auf einem niedrigeren Niveau. Wenn die Produktion weiter ansteigt, ist mit einer weiteren Verbilligung der Milch in den Wintermonaten sowie im darauffolgenden Frühjahr zu rechnen.

Umweltzertifikat erhalten

Die Brimi ist seit Ende April offiziell nach dem Umweltmanagementsystem ISO 14001 zertifiziert; das heißt, das Unternehmen muss betriebliche Umweltpolitik, Umweltziele und ein Umweltprogramm festlegen. In diesen bestätigt die Brimi, dass sie Verantwortung gegenüber der Umwelt übernimmt, moderne Technologien einsetzt, die natürlichen Ressourcen wie Wasser, Luft und Lebensraum nicht gefährdet und zudem die gesetzlichen Bestimmungen einhält. Das aktive Umweltmanagement kann Kosten senken und die Produktivität steigern. Im Zuge dieser Zertifizierung war die Brimi imstande in den letzten drei Jahren den Reinigungs-

mittelverbrauch um 30, den Wasserverbrauch um 7 und die Müllmenge um 24 Prozent zu reduzieren. Zudem wurde der Kartonverbrauch bei steigender Verarbeitung verringert. Neben der bereits montierten Photovoltaikanlage und dem Blockheizkraftwerk, das die Brimi betreibt, werden zudem auch künftig noch weitere Maßnahmen ergriffen, um ressourcensparend zu wirtschaften. In Italien sind namhafte Firmen aus der Lebensmittelbranche, wie Ferrero, Barilla, Esselunga, Coop Italia, Aspiag zertifiziert; im Molkereisektor die Firmen Alival, Galbani, Granarolo, Trentinalatte, Goldsteig, sowie die Bergmilch Südtirol.

Egon Huber geht in Pension

Seit 1972, anfangs noch im alten Milchhof-Gebäude im Zentrum von Brixen, ist Egon Huber bereits bei der Brimi beschäftigt. „Früher gab es noch keine Abteilungen, jeder machte das, was gerade anfiel. Mein Hauptaufgabenbereich waren damals die allgemeinen Verwaltungstätigkeiten, später war ich dann für das Mitgliederwesen, dann für die Fakturierung, ITO und die Warenwirtschaft tätig. In den letzten Jahren beschäftigte ich mich hauptsächlich mit der Disposition Materialwirtschaft“, so der Neo-Pensionist, der eigentlich bereits seit Anfang des Jahres im Ruhestand wäre, aber noch einige Stunden pro Woche „ausgeholfen“ hat. „Besonders in Erinnerung ist mir der frühe Tod vom ehemaligen Geschäftsführer Alois Pichler geblieben – das hat mich damals sehr mitgenommen. Besonders positiv hingegen empfand ich den ersten Computer, den wir – ich glaube 1976 – erhalten haben. Der war so groß wie eine Waschmaschine“, lacht Huber. „Ich habe viele gute Jahre in der Brimi verbracht und ich bin

mir sicher, dass ich nicht nur meinen Beruf, sondern auch meine Arbeitskollegen vermissen werde, da wir ein tolles Arbeitsklima hatten.“



Mehr Milch und noch bessere Qualität



Die Brimi blickte am 16. April im Voitsberghaus in Vahrn bei der Mitgliederversammlung auf ein besonders erfolgrei-

ches Jahr zurück. 321 von den insgesamt 1.200 Mitgliedern der Brimi nahmen an der Versammlung ebenso teil, wie Landesrat Arnold Schuler, Generaldirektor der Raiffeisen Geldorganisation Paul Gasser sowie dem Obmann des Milchhofes Sterzing Adalbert Braunhofer. Allesamt konnten sich die Zahlen des durchaus positiven Jahres 2014 anhören und aufgrund dessen die Bilanz einstimmig genehmigen: 96,5 Millionen Kilogramm Milch wurden im letzten Jahr an die Brimi geliefert, somit wurde nicht nur die Verarbeitung sondern auch der Nettoumsatzerlös (um 7,5 Prozent) gesteigert. Besonders erfreulich ist der Anstieg der Milchqualität: Der Anteil der Superklasse erhöhte sich von 79 auf 82 Prozent. Die allerbeste Milchqualität lieferten 2014 die Kühe von Johann Rieder aus Rodeneck, der hierfür eine Auszeichnung entgegennahm. Anschließend verköstigte die Bäuerinnenorganisation aus Schalders die Teilnehmer bei einem kulinarischen Stehbuffet.



Hubert Schatzer bewirtschaftet zusammen mit seiner Frau Bernadette und den Kindern Julia und Tobi den Gfaderhof in Tötschling

Junge Familie in altem Gemäuer

Ein Hof, dessen Geschichte gute 400 Jahre in die Vergangenheit reicht, knorrige Kastanienbäume und der atemberaubende Blick auf die Geislergruppe. Der Gfaderhof in Tötschling liegt oberhalb von Brixen direkt am „Keschtnweg“ und wird von der Familie Schatzer bewirtschaftet.

Hubert Schatzer ist am Gfaderhof der Herr im Stall. Er versorgt 30 Milchkühe und zwischen 20 und 80 Jungrinder. „Ein paar Hühner haben wir auch und ein paar Hasen, gell Tobi?“ Noch etwas schüchtern antwortet der fünfjährige Bub mit einem leisen „woll, de Hasler mog i gern“. Auch die siebenjährige Julia mag die Tiere, und geschickt mit Tobis kleinem Plastiktraktor herumdüsen kann sie auch; aber nur wenn Tobi sie lässt – der Traktor ist nämlich sein Ein und Alles. Hubert Schatzer wird am Hof unterstützt von seiner Frau Bernadette, die Teilzeit im Bürgerheim arbeitet. „Auch die Kinder helfen“, lacht er, „naja – recht viel ist es noch nicht, aber das wird schon noch!“ „Vor allem dem Bub macht es Spaß!“, wirft Bernadette ein. „Man muss die Kinder auch mitmachen lassen. Wenn sie nur zuschauen dürfen ist es langweilig.“ Auch die Eltern, von denen Hubert 2006 den Hof übernommen hat, helfen mit: „Mein Vater geht mir im Stall und bei der Feldarbeit zur Hand, die Mutter macht gemeinsam mit Bernadette den Urlaub auf dem Bauernhof“, erklärt Hubert Schatzer.

„Es ist schön hier heroben“

Zum Gfaderhof gehört einmal das alte Hofgebäude mit sei-

nen dicken Mauern, das Hubert und Bernadette vor 20 Jahren teilweise umgebaut haben. Das Gebäude ist 400 Jahre alt und seit rund 100 Jahren im Besitz der Familie. „Den oberen Stock haben wir dann vor vier Jahren ausgebaut“, erzählt Bernadette. „Erst waren wir ja nur zu zweit. Als die Kinder gekommen sind haben wir eben mehr Platz gebraucht.“ Im Wohnhaus nebenan sind Huberts Eltern untergebracht und

Josef Rabensteiner, Verwaltungsratsmitglied aus Pinzagen



Die 38 Mitglieder aus Brixen und Umgebung liefern jährlich 3.676.764 Kilogramm Milch an die Brimi: Neben Brixen, Milland, Sarns und Albeins gehört auch der Pfeffersberg mit Gereuth, Tschötsch, Payrdorf, Tötschling, Pinzagen und Tils zu diesem Einzugsgebiet. Von der angelieferten Milch zählen 2.867.192 Kilogramm zur S-Klasse.

auch die Ferienwohnungen und Zimmer für die Touristen. Der alte Stadel wurde zur Maschinenhalle umfunktioniert als 2013 der neue Laufstall gebaut wurde. „Im neuen Stall haben es die Tiere feiner und auch für mich ist es praktischer“, weiß Hubert. „Schließlich sind meine Eltern auch nicht mehr die jüngsten, und wenn man nur mehr allein ist auf dem Hof ist schon viel Arbeit zu erledigen!“

14,5 Hektar Grünland, die drei- bis viermal gemäht werden, gehören auch zum Gfaderhof. Auf 2,8 Hektar wird Silomais angebaut und mit dem Holz aus dem eigenen Wald werden dank Hackschnitzelheizung beide Häuser geheizt. „95 Prozent vom Grundfutter können wir selbst stellen“, ist Hubert Schatzer stolz. „Jetzt im Frühjahr müssen wir Dünger ausbringen, den Mais setzten und die Wiesen instand halten. Wir müssen auch den Zaun auf der Weide richten – bald können wir nämlich das Jungvieh rauslassen.“ Durch die Weide und auch die Hofstelle führt der bekannte „Keschtnweg“. „Es kann schon vorkommen, dass im Herbst ganze Kolonien Wanderer unterm Küchenfenster vorbeispazieren“, weiß Bernadette. „Richtig störend ist das aber nicht. Es ist ja wirklich schön hier heroben! Nur wenn man das jeden Tag sieht wird man ein bisschen Blind dafür.“

Brimi Team

Geburten

Wir gratulieren zum Nachwuchs!



Leni
geboren am 30. Dezember 2014
Tochter von Manuel Plaickner,
Mitarbeiter im Controlling



Lina
Geboren am 23. April 2015
Tochter von Christian Nitz,
Mitarbeiter in der
Instandhaltung

Unser Geheimrezept

„Unser Geheimrezept verraten wir nicht“, lacht Bernadette. „Fleißig sein muss man“, gesteht Hubert dann aber doch. „Und am Samstag und Sonntag auch Zeit haben. Ein bisschen Freizeit braucht man aber doch.“ Ein freies Wochenende gibt es als Landwirt kaum. „Anfangs hatte ich wenig Interesse am Hof“, räumt der Gfaderhof-Bauer ein. „Mit der Zeit ist aber die Freude immer größer geworden! Man arbeitet am Hof für sich selber und hat was davon. Schließlich wird der Hof aufgewertet.“ Oft stehen auch Arbeiten an, die nicht gerade angenehm sind: „Heute am Vormittag haben wir Klauenpflege gemacht. Das ist nicht so mein Ding. Aber man muss halt auch das tun, was anfällt – das hat nur Vorteile für die Kühe und die Milchproduktion!“

Für die Mühen belohnt

Im Schnitt liefert der Gfaderhof zwischen 700 und 750 Liter Milch pro Tag an den Brixner Milchhof. Zwei Drittel der Kühe im Stall sind Braunvieh, seit einigen Jahren sind auch Schwarzbunte Holstein dazugekommen. „Das hat sich so ergeben, Holstein geben einfach mehr Milch. Aber schon mein Vater und mein Opa haben Braunvieh gehabt und damit will ich auch weitermachen!“, weiß Hubert Schatzer. Im Sommer kommt das Jungvieh auf eine Interessentschaftsalm, die Milchkühe bleiben das ganze Jahr im Stall. Letztes Jahr wurde der Gfaderhof vom Brixner Milchhof für die hohe Milchqualität mit einem Zertifikat belohnt. „Es ist schon fein, wenn man für seine Mühen belohnt wird“, beschreibt Hubert. „Wenn die Milchqualität nicht passt bekommt man aber auch weniger Geld und die Spesen für den Tierarzt steigen.“

Gut aufgehoben

„Ich weiß noch nicht genau, ob ich Angst haben muss oder nicht“, ist Hubert Schatzer angesichts dem Wegfall der Milchquote unsicher. „Die einen sagen, dass sich viel ändern wird, die anderen sind der Meinung, dass der Wegfall nur wenig Auswirkungen haben wird, weil der Milchhof Brixen die Produkte veredelt. So kann der Produktpreis schon gehalten werden.“ Andere Regionen und Länder werde es laut Hubert Schatzer schon härter treffen: „Schlechter ist es bestimmt in Deutschland, wo viel Tank- oder Rohmilch verkauft wird und die Produkte nicht veredelt werden.“ Fest steht für Hubert jedoch, dass es ein schwieriges und ungewisses Jahr wird – „aber wir hoffen das Beste! In ein paar Jahren wird sich das schon einpendeln.“ Der Gfaderhof-Bauer fühlt sich dank Brimi-Kurier auch in dieser noch ungewissen Situation gut informiert und beim Brixner Milchhof gut aufgehoben. Auch Bernadette blickt zuversichtlich in die Zukunft: „Bei den Brimi-Produkten weiß man einfach, dass die Tierhaltung und die Fütterung noch stimmen!“

Impressum

BRIMI Kurier Trimestrale Mitgliederzeitschrift des Milchhofs Brixen
Herausgeber: Milchhof Brixen Gen. u. landw. Ges. · Brennerstraße 2 · I-39040 Vahrn
 Tel.: +39 0472 271300 · Fax: +39 0472 271399 · E-Mail: kurier@brimi.it
Brimi-Redaktionsteam: Klaus Faller, Willi Tauber und Markus Fiechter
Für den Inhalt verantwortlich: Willy Vontavon · E-Mail: willy.vontavon@brixmedia.it
Texte, Grafik: Brixmedia GmbH · www.brixmedia.it | **Druck:** Weger, Brixen
 Eingetragen beim LG Bozen am 17.01.2012 unter Nr. 1/12. Gedruckt auf Recycling-Papier.