



# Zur Milch an den Watzmann

DIE SÜDGRUPPE DES FOOD EDITORS CLUBS BEI DER MOLKEREI BERCHTESGADENER LAND

Von Joachim Römer, Schriftführer des FEC

**Zugegeben: Wein und Whisky sind sicher spannendere Themen. Deshalb war wohl die Gruppe der Food Editoren recht klein, die sich am 11. Juni 2015 per Bus auf den Weg nach Piding im Berchtesgadener Land zur dortigen Molkerei-Genossenschaft machte. Es wurde trotz mäßigen Wetters ein zauberhafter Ausflug.**

Eingeladen hatte einige Tage vor dem Alm-Auftrieb die Premium-Marke Berchtesgadener Land, und im Mittelpunkt stand nicht etwa die Molkerei, sondern die Erzeugerin persönlich, nämlich die Kuh. Die Einführung ins Thema durch Bernhard Pointner, Geschäftsführer der Molkerei, war daher kurz und dennoch informativ. Gerade einmal 0,8 Prozent des deutschen Milchmarktes bedient die Genossenschaft, die mit 1.800 zumeist kleinbäuerlichen Landwirten pro Tag etwa 800.000 Liter Milch verarbeitet und hauptsächlich in Süddeutschland präsent ist, neuerdings auch in Nordrhein-Westfalen sowie im Export in 14 Länder. Was macht die Milch aus dem Berchtesgadener Land so besonders?







*Bernhard Pointner, Geschäftsführer der Molkerei, und Pressesprecherin Barbara Steiner-Hainz stellten sich den Fragen der Food Editoren.*

Klärschlammverbot, Ablehnung grüner Gentechnik, Reduzierung von Antibiotika durch den Einsatz homöopathischer Mittel, Verzicht auf Aluminium und Plastik für die Verpackungen sind ebenso Themen der Molkerei wie die langsame Herstellung von Butter und eine sekundenkurze Dampfinjektion für die länger haltbare Milch. Qualitätsentscheidend ist jedoch das Glück der Kühe: Wenn ihre natürliche Futtergrundlage eine artenreiche Bergwiese ist, geben sie Milch, die reich ist an lebensnotwendigen Omega-3-Fettsäuren, die ihrerseits Herz-Kreislauf-Erkrankungen vorbeugen können.

Nächste Station war der Besuch auf einem typischen Bergbauernhof, wo die zehn Milchkühe auf der Weide bereits ungeduldig drauf warteten, vor unseren Augen zum Melken in den Stall gelassen zu werden. Bauer Michael und seine Familie gaben Auskunft über ihren Viehbestand, der kurz vor dem sommerlichen Almauftrieb steht. Und faszinierend zu sehen, wie wählerisch doch eine Kuh bei der Auswahl der Kräuter ist, die ihr während des Melkens angeboten werden.







Das Geheimnis der Kräuter der Alpen-Bergwiesen lüftete sodann eine Kräuter-Pädagogin auf der über 600 Jahre alten Mordau-Alm. Immerhin wachsen auf artenreichen Almwiesen durchschnittlich 29,4 Pflanzenarten pro 25 Quadratmeter, die uns die Kräutерhexe zeigte, erklärte, pflückte und hernach als Beigabe zu Speck und Käse servierte. Dazu gab es nicht nur frische Milch und Buttermilch, sondern auch ein Helles vom Hofbräuhaus Berchtesgaden. Und zum Abschluss kam ein köstlicher, weil selbst gemachter Topfen-Rahmstrudel auf den Tisch sowie ein Kräuterlikör zur Verdauungshilfe.

Hingebracht auf die Alm hat uns übrigens Johannes Lichtmanegger persönlich, Eigentümer des edlen Berghotels Rehlegg in Ramsau, mit dem kleinen Hotelbus und eigens für uns beschaffter Sondergenehmigung. Sonst hätten wir ein gutes Stündchen zu Fuß auf die Alm steigen müssen.







*Auf der Bank vor der knuffigen Mordau-Alm der Familie Koller in Bischofswiesen. Petrus schickte netterweise einen kleinen Nebelschwaden vorbei.*

Zu verdanken haben wir dies alles der Kollegin Ingeborg Pils, die als Sprecherin der Südgruppe des Food Editors Clubs die Exkursion organisiert hat. Dank gebührt auch den beiden Damen, die uns begleiteten, Barbara Steiner-Hainz von der Molkerei und Manuela Rückert von der betreuenden PR-Agentur. Das Präsent zum Abschied, gekühlte Kostproben aus dem Produkt-Angebot der Molkerei, war die letzte Überraschung der ereignisreichen Exkursion. Wer nicht dabei war, hat etwas versäumt.

