

Von grossen Fussstapfen und gutem Käse

Neue Generation Selina Aschwanden ist mit einem berühmten Vater aufgewachsen. Er wurde 2020 mit seinem Käse Zweiter an den World Cheese Awards. Heute führt seine Tochter das Familienunternehmen, obwohl sie das zunächst nicht wollte und auch wenns nicht immer einfach ist.



Selina Aschwanden ist ausgebildete Milchtechnologin und führt heute die Bergkäserei Aschwanden in Seelisberg. BILDER: ZVG



Mutschli und Bergkäse sind die Spezialität der Bergkäserei Aschwanden.

Julia Spahr

Näher an einer Käserei als Selina Aschwanden kann man kaum aufwachsen. Zwei Türen trennten ihre Wohnung vom Fabrikationsraum. Wann immer sie wollte, durfte sie rüber. In den Ferien besorte sie dort ihr Sackgeld auf. Selina Aschwanden ist die Tochter von Hans Aschwanden, Präsident von Fromarte, dem Dachverband der Schweizer Käsespezialisten Fromarte, wofür er zuweilen als «höchster Käser» der Schweiz bezeichnet wird. Selina Aschwanden ist mit ihren drei Geschwistern in Seelisberg UR aufgewachsen. Tür an Tür eben mit der von ihren Eltern geführten Bergkäserei. Für sie war immer klar, dass das ihre Kindheit war. Mehr aber nicht.

Sie wollte Drogistin lernen und sich beruflich wegbegeben vom Familienunternehmen. Als sie eine Absage erhielt für die gewünschte Lehrstelle, trat sie jene als Milchtechnologin an. Nach drei Jahren würde sie wieder etwas anderes machen, dachte sie. Doch dann gefiel ihr die Arbeit. Und sie blieb dem Beruf treu. Als sie eine Weiterbildung machte, lernte sie ihren Mann, Sämi Raschle, kennen. Ebenfalls ein Milchtechnologe und zwei Jahre älter als sie. Für ihn war klar, dass er ein eigenes Unternehmen führen wollte. Also übernahmen sie vor drei Jahren schliesslich gemeinsam Aschwandens elterliche Käserei.

Emotionaler Prozess

Mit ihren Geschwistern ist alles gerecht geregelt, und die Eltern freuen sich, dass ihr Lebenswerk weitergeführt wird. Sie sind heute in der Käserei angestellt. Diese Zusammenarbeit sei aber nicht immer einfach, so Aschwanden. «Den emotionalen Prozess der Übergabe haben wir unterschätzt. Mein Vater definierte sich 25 Jahre über den Beruf und das Geschäft. Auf einmal hat er eine andere Rolle und muss sich da erst einfinden.» Zudem hätten sie und ihr Mann eigene Ideen und Inputs, was für den Vater nicht immer einfach sei. «Wir müssen uns stetig gegenseitig anpassen und alles neu kalibrieren.»

Und wie ist es für sie, einen in der Branche so bekannten Vater zu haben und in so grosse Fussstapfen zu treten? «Zum Glück sind ihm sehr viele Menschen wohlgesinnt, weshalb ich nur selten mit Vorurteilen ihm gegenüber konfrontiert werde», sagt Aschwanden. Es passiert aber oft, dass die Leute sie für eine jüngere, weibliche Version ihres Vaters hielten. «Dann muss ich zeigen, dass ich jemand anders bin mit eigener Denkweise und eigenen Ideen. Manchmal bin ich sogar sein Gegenpol.»

Die 28-jährige Aschwanden klingt selbstbewusst und sagt, dass sie sich bei vielen Entscheidungen in der Betriebs- und Personalführung auf ihr Bauchgefühl verlassen könne. Auf die Werte, die sie schon als Kind mitbekommen habe und die ihr heute Halt gäben. Vermutlich läuft die Zusammenarbeit mit den Bauern und Aschwandens auch deshalb gut.

Sie und ihr Team arbeiten im Sommer mit 30 Lieferanten zusammen und holen die Milch etwa auf der Klewenalp. Im Winter fahren sie mit dem Milchtank bei 15 Bauern vorbei. Diese halten vor allem Original Braunvieh, Brown-Swiss-Tiere oder Jerseys und erhalten durchschnittlich 90 Rappen pro Kilo. Aus 70 Prozent dieser Milch machen die Mitarbeitenden der Bergkäserei Aschwanden Mutschli und aus dem Rest Bergkäse – obwohl auch die Mutschli Bergkäse sind –, wie Selina Aschwanden sagt. Dieser Bergkäse wird in 4-Kilo-Laiben hergestellt. Da die grösseren Käse länger haltbar sind, können damit saisonale Schwankungen in der Milchmenge ausgeglichen werden. Im Sommer verarbeitet die Käserei aufgrund der zusätzlichen Lieferanten von den Alpen mehr Milch, während die Wintermonate etwas ruhiger sind.

Der fertige Käse geht schliesslich an die regionalen Linien von Coop und Migros, an verschiedene Detailhändler und Spezialitätengeschäfte in der Umgebung. Auch über den eigenen Laden und ihren Onlineshop setzen Aschwandens Käse ab. Ihre Strategie ist es, immer höchstens 50 Prozent der gesamten Menge an einen Lieferanten abzugeben, um unabhängig zu bleiben.

Sich nicht zu viel einbilden

Und der Käse ist gut. 2020 hat das «Würzige Mutschli» zum Beispiel an den World Cheese Awards den zweiten Platz geholt. Dieses Jahr gehen sie mit dem «Raichigä» (dem Rauchigen) ins Rennen. Aschwanden ist gespannt, ob sie damit Erfolg haben werden. Innerhalb der Branche macht es allerdings nicht so viel Eindruck, wenn man eine Medaille holt, wie man vielerorts hört. Zumal unzählige Goldmedaillen verliehen werden. Es ist eher ein Marketinginstrument. Ein Aufkleber einer Medaille dürfte bei Konsumentinnen und Konsumenten durchaus wirken. Aber: «Bisher konnten wir aber nicht einen Mehrverkauf der Käse feststellen nach einer Auszeichnung – leider», sagt Aschwanden. Deshalb dürfte man sich letztlich nicht zu viel einbilden auf einen solchen Contest. Ob man gewinnt oder nicht, sei nebensächlich. «Wichtig ist es, dabei zu sein. Das ist auch für die gesamte Branche und das Handwerk wichtig.»