

Das macht Sälmi Töngis Alpkäse aus

In seiner Alpkäserei Gerschnialp in Engelberg produziert Sälmi Töngi 33 Tonnen Alpkäse pro Sommer, den er im Eigenvertrieb verkauft.

Philipp Unterschütz

Vor Käser Sälmi Töngi (65) sind alle gleich. Egal, aus welcher Schicht, ob jung oder alt, Frau oder Mann, Kunde oder Journalist – sie oder er wird geduzt. Das zieht er durch. Auch bei Bundesrätin Keller-Sutter, als diese bei ihm in Engelberg im Kempinski ein Raclette ass. «Sie hatte kein Problem damit», sagt Sälmi und schmunzelt verschmitzt. «Die Leute schätzen es, wenn man authentisch ist. Authentizität gehört bei Naturprodukten wie meinen dazu, genauso wie mein Obwaldner Dialekt.»

Hiäsigs Sommerserie

Auch wenn es für ihn auch zu seiner Marketingstrategie gehört, aufgesetzt ist das nicht. Sälmi Töngi gibt sich so, wie er ist. Gradlinig, geerdet, ehrlich. Ideal, dass eben genau diese Eigenschaften perfekt zu seinen Erzeugnissen passen.

Aufgewachsen in einer Landwirtschaftsfamilie in Grafenort, machte Sälmi 1974 eine Käserlehre und übernahm schon 1975, noch während der Lehre, die Alpkäserei Gerschnialp von den Eltern. Von Mitte Mai bis Anfang Oktober dauert die Sömmerungszeit auf der Alp. In dieser Zeit verarbeitet er in seiner Alpkäserei mit seinen zwei Angestellten 350 000 Kilogramm Milch zu etwa 33 Tonnen Alpkäse und 30 000 Liter Ziegenmilch zu Geisskäse.

Geliefert wird die Kuhmilch von acht Landwirten, die Ziegenmilch von zwei weiteren



Bauern. Der Begriff Alpkäse ist übrigens genau definiert: hergestellt im Sömmerungsbetrieb, also während des das Vieh auf der Alp ist. Was ganzjährig produziert wird, gilt als Bergkäse.

Der Käse wird von den Frauen gekauft

Es sei schön, mit Lebensmitteln arbeiten zu dürfen, erzählt Sälmi an seinem Marktstand am Reussquai in Luzern, wo er seit 1994 immer am Dienstag und am Samstag ausschliesslich eigene Produkte wie Käse, Butter und Joghurt verkauft. Luzern ist sein Lieb-

lingsmarkt. Egal, wie das Wetter ist, Sälmi Töngi ist da. «Entweder macht man an einem Markt mit oder nicht, das Wetter darf da keine Rolle spielen.» Und die Laune lasse er sich davon schon gar nicht verderben. An seinem Stand sieht man auch sofort, wie wichtig Sälmi und seine gute Laune sind. Bei den Damen lässt er immer wieder seinen Charme aufblitzen. 80 Prozent seiner Kundschaft ist schliesslich weiblich, weiss Sälmi: «Die Frauen kaufen den Käse ein, nicht Männer.»

Immer wieder führt er mit den Leuten kurze Unterhaltun-

Sommerserie «Hiäsigs»

Produkte oder Dienstleistungen aus der nächsten Umgebung zu beziehen, ist beliebt. Da weiss man, was man hat, woher es kommt, oder man kann die Urheber sogar persönlich kennen lernen. In lockerer Folge stellen wir in unserer Sommerserie «Hiäsigs» solche Produkte, Dienstleistungen und die Menschen dahinter vor.

gen, beantwortet ihre Fragen. «Als Produzent muss man selber da sein, die Leute wollen einen kennen, sie wollen wissen, woher das Produkt kommt. Sie wollen Vertrauen haben.»

Und nach 30 Jahren Aufbauarbeit am Luzerner Markt hat Sälmi Töngi, auch dank Mund-zu-Mund-Propaganda, viele Stammkunden, bekommt Komplimente – man sieht ihm an, wie stolz ihn das macht. «Natürlich muss die Milch gut sein. Aber es muss viel Herzblut drin stecken. Ich bin glücklich, wenn ich den Konsumenten mit einem guten

Produkt Freude machen kann.» Das sei es letztlich, was seinen Käse gut mache. Und schon ist er in einem weiteren Kundengespräch, bedient auf Englisch eine Touristengruppe.

Idee zur Selbstvermarktung kam im Himalaja

Er sei früher immer im Winter auf Reisen gegangen, da habe er auch die Sprache gelernt. Australien, Neuseeland, Amerika, Asien, Fernost erzählt er nachher. «Das hat mir viel Lebenserfahrung gebracht. Und im Himalaja besichtigte ich zwei Käseereien, aufgebaut von einem Obwaldner. Die betriebene Selbstvermarktung – das brachte mich dazu, das zu Hause auch zu versuchen.»

Seit 1992 verkauft Sälmi Töngi seinen Käse mit Hilfe seiner Frau und seiner Tochter als Selbstvermarkter, heute auf Märkten in Luzern, Engelberg und Sarnen, oder in Dorfäden in Engelberg und Stans, sowie in der Migros Genossenschaft. Damit umgeht er weitgehend den Zwischenhandel, was seinen Preisen zu Gute kommt. «Als ich anfang, wurde ich belächelt, was willst du denn auf dem Markt ...» Doch das Geschäft lohnt sich. Heute sind die Märkte ein wichtiges Standbein und machen rund die Hälfte seines Umsatzes aus.

Und wie sieht er seine Zukunft? Schliesslich ist er seit 47 Jahren Alpkäser und bereits im Pensionsalter. «Ich sage immer, ich will die nächsten 40 Jahre noch arbeiten», meint Sälmi Töngi mit einem Lachen. Sein Ziel ist aber ganz klar, das 50-Jahr-Jubiläum als Alpkäser zu feiern.