

Morgens füllt er Milch ab, abends tüftelt er an veganem Joghurt

Wald Sein Herz schlägt für die Milch. Doch im Hinterzimmer entwickelt Molker Thomas Neff Haferdrink und vegane Alternativen. Der Markt ist gesättigt, der Boom scheint vorüber. Wie er es zurück in die Regale schaffen will.

Noah Salvetti

Nachdem vegane Fleisch- und Alternativprodukte jahrelang boomten, scheint die Goldgräberstimmung in der Branche allmählich vorüber zu sein. Das zeigt sich beispielhaft an den Börsenkursen namhafter Hersteller wie Beyond Meat oder Oatly, die sich in den letzten Jahren vor allem in eine Richtung entwickelten: nach unten.

Den Trend beobachtet auch Thomas Neff, Geschäftsführer der Molkerei Neff in Wald. «Man hat nicht gerade den Eindruck, die Milch könnte bald aus dem Sortiment fliegen», sagt er. Nicht, dass dies vor fünf Jahren der Fall gewesen wäre. Doch der grosse Hype um Haferdrink und Co., auf den er anspielt, scheint zumindest abgeflacht zu sein.

Neff aber glaubt weiterhin an das Wachstumspotenzial veganer Produkte. Seit der 37-Jährige Anfang 2024 den elterlichen Betrieb übernommen hat, setzt er auf ein Nebeneinander von Produkten aus Kuhmilch und ihren pflanzlichen Alternativen.

Neben dem tierischen Sortiment – es reicht von rund 25 Joghurtsorten über Molkedrinks hin zu Rahm und Butter – produziert er in seinem Betrieb eine Milchalternative aus Schweizer Bio-Hafer in Barista-Qualität. Sie war in den schweizweit 25 Alnatura-Läden erhältlich, ehe die Migros ihrer Bio-Tochter den Saft abdrehte. Seither beliefert er damit noch kleine Läden, die Plattform des Labels Natürl und Cafés in der Region.



Vegane Innovationen aus der Molkerei: Thomas Neff vor seiner Hightech-Prozessanlage. Bild: Simon Grässle

Von Haferdrink bis Ei-Ersatz

Obwohl Neff immer wieder durchblicken lässt, dass Milchprodukte sein Hauptgeschäft sind: Kalt liess ihn diese harte Landung auf dem Boden der Tatsachen keineswegs. «Wir haben ein paar tausend Liter Haferdrink produziert, bis wir unser fertiges Produkt hatten», blickt er zurück. Anders als bei Kuhmilch gibt es weitere Einflussfaktoren. Etwa die Qualität des Hafermehls. Stimmt sie nicht, schmeckt die Milch schnell bitter oder hat einen starken Eigengeschmack.

Hinzu kommt, dass die Alternative aus Getreide schwieriger zu filtern ist. «Da reicht es nicht, die ganze Charge durch ein Sieb zu streichen», sagt Neff. Er liess

sich dafür ein «Maschineli» bauen, das selbst die kleinsten Fasern herausfiltert. Mehrere zehntausend Franken investierte er insgesamt in die Haferdrink-Produktion.

Herzstück der Molkerei Neff ist die Hightech-Prozessanlage, die er sich rund eine Million Franken kosten liess. Per Touchscreen kann Neff eingeben, welches Produkt verarbeitet werden soll. Das System weiss direkt, was zu tun ist – bei der Milch etwa das Erhitzen, das Homogenisieren und das Einstellen des Fettgehalts –, und führt automatisch eine Reinigung durch, wenn als Nächstes ein veganes Produkt ansteht.

Die Mengen, die ein von aussen bescheiden anmutender Betrieb wie jener von Thomas Neff herstellt, sind beeindruckend. Die neue Anlage kann 3500 Liter Milch pro Stunde verarbeiten, die massgeschneiderte Abfüllanlage für Joghurts füllt einen Becher pro Sekunde, bei den Milchflaschen sind es gar 4500 pro Stunde.

Nicht nur für Rohmilch und Hafer ist dies die erste Station. Auch zahlreiche Auftragsfertigungen fliessen durch die verstellten Rohre und schliesslich in ihre Endverpackung. Darunter ein pflanzlicher Matcha-Drink für ein Zürcher Label, der Ei-Ersatz des Illnauer Unterneh-

mens EggField, Glacemischungen für diverse Gelaterias in Zürich und Umgebung sowie ein Cold-Brew-Kaffee für eine Fitnesscenter-Kette.

Warum aber setzt Neff bei seinen veganen Produkten bewusst auf Hafer? «Er ist als extensives, heimisches Getreide eine gute Alternative», sagt er. «Wenn ich für einen ähnlichen Ladenpreis einen Schweizer Bio-Haferdrink produzieren kann, finde ich es wenig sinnvoll, ein Produkt aus Schweden zu importieren.»

Mit seinem Haferdrink liefert er eine regionale Antwort auf Kassenschlager Oatly, der inzwischen auch in vielen Cafés aus-
geschenkt wird. Der Clou: «Wenn

wir ein Café mit Milch beliefern, können wir diesen gleich dazu anbieten.»

Neue Joghurtgeneration

Doch Neff musste feststellen, dass auch der Hafer nicht grenzenlos einsetzbar ist. Beim Haferjoghurt, das er bis vor Kurzem noch produzierte, verlor er mit Alnatura einen wichtigen Abnehmer. «Vielleicht hatte ich da etwas zu hohe Ansprüche», merkt er heute selbstkritisch an. Sein Ziel: ein Joghurt, das, wie auch die Hafermilch, ohne Zusatzstoffe wie Stärke oder Stabilisatoren auskommt. Am Ende scheiterte das Ganze an der Beständigkeit. «Weil wir nur sehr kleine Mengen produziert haben, gab es zwischen Anfang und Ende der Haltbarkeit Schwankungen in der Struktur des Produkts», erklärt Neff. War es anfangs eher flüssig, wurde die Konsistenz mit zunehmendem Alter fester, fast schon puddingartig.

Doch Neff liess sich nicht irritieren und gab den pflanzlichen Alternativen zu Molkereiprodukten nochmals eine Chance. Aktuell tüftelt er wieder an einem pflanzlichen Joghurt und an einem Pendant zur tierischen Crème fraîche, die er ebenfalls herstellt. Für die neue Produktgeneration arbeitet er mit dem Start-up Fabas zusammen. Das Unternehmen aus Dietikon lie-

fert ihm ein Kichererbsenkonzentrat, das, in Kombination mit pflanzlichen Milchsäurebakterien, zu veganen Molkereiprodukten verarbeitet werden kann. Noch sind diese Produkte allerdings nicht marktreif.

Ressourcenschonender

Während Neff klarmacht, dass vegane Produkte keinen Ersatz, sondern eine Alternative darstellen sollen, ist das Rennen zumindest im Hinblick auf die Klimabilanz bereits entschieden: Haferdrink und Co. sind deutlich ressourcenschonender als ihre tierischen Pendanten. Laut Zahlen des WWF ist der CO₂-Fussabdruck von einem Kilo Haferdrink etwas mehr als halb so gross wie jener von Kuhmilch.

Arbeitet man da nicht gegen die Interessen der Branche? Die 20 Milchbauern, die ihn belieferten, wüssten, was er tue, betont Neff. «Ich glaube, es wird auch in Zukunft immer Milch brauchen, weil sie wertvolle Inhaltsstoffe besitzt», sagt er. «Obwohl immer ein grosses Wort ist.» Er kenne die Milchbranche als innovativ und offen, deshalb sehe er keinen Grund, sich vor Neuem zu verschliessen.

Schon immer innovativ

Innovativ waren bereits Neffs Eltern, die den Betrieb von einer einfachen Milchsammelstelle zur heutigen Molkerei ausbauten. Sie experimentierten etwa mit Molkedrinks und waren vielen als Joghurtlieferant der Ferienfluggesellschaft Edelweiss Air bekannt.

Neff selbst ging mehrmals für Projekte ins Ausland – und half etwa mit, in Indien eine Molkerei aufzubauen. Heute wird dort Swiss Style Yoghurt produziert. «Solche Erfahrungen machen offen für Neues», sagt er.

Aktuell produziert Neff rund 1000 Liter Hafermilch pro Monat – sie ist mit einem Prozent des Umsatzes noch vergleichsweise wenig entscheidend für den Geschäftserfolg.

Auch wenn der vegane Markt gesättigt ist: Thomas Neff will mit seinen Alternativen den Weg zurück in den Detailhandel finden. Nicht nur des Geschäftes wegen, sondern auch, um ein Beispiel für Innovationskraft aus dem Zürcher Oberland zu liefern.

Nur – ob in den vollen Regalen jemand auf ihn gewartet hat?

«Ich glaube, es wird auch in Zukunft immer Milch brauchen.»

Thomas Neff
Molker

Praxisnahe Einblicke am Event des Wirtschaftsforums Wetzikon

Wetzikon Der erste Anlass des Wirtschaftsforums Wetzikon im neuen Jahr stand im Zeichen der Veränderung. Es ging um Unternehmen und darum, wie sie sich im Lauf der Jahre verändern.

Sandro Compagno

Luca Dell'Estate und Marcel Hitz vom Beratungsunternehmen Solver Advisory AG in Uster nahmen die rund 50 Teilnehmenden in ihrem Referat in der vergangenen Woche im «Iwaz» in Wetzikon auf die praxisnahe Reise

eines fiktiven Unternehmens mit. So beleuchtete Senior Consultant Marcel Hitz zunächst Fragen der Finanzierung von der Gründung eines Unternehmens bis zur Wachstumsphase, wenn aus einer vielversprechenden Idee ein potenziell rentables Business Case geworden ist.

Dabei zeigte er die zahlreichen Möglichkeiten auf, wie ein KMU zu Eigen- und Fremdkapital kommen kann: von den Ersparnissen der Gründer in der Anfangsphase bis zu Private Equity, Wandelanleihen und Bankdarlehen in späteren Phasen der Firmengeschichte.

Im zweiten Teil ging Managing Partner Luca Dell'Estate auf Möglichkeiten ein, wie sich ein etabliertes Unternehmen steueroptimiert gestalten lässt. Bei allen verständlichen Bemühungen, nicht unnötig Steuern zu bezahlen, warnte Dell'Estate davor, das Pferd am Schwanz aufzuzäu-

men: «Erst kommt die unternehmerische Entscheidung und erst als Folge davon die steuerlich saubere Umsetzung.»

Die Solver Advisory AG wurde vor fünf Jahren in Uster gegründet und fokussiert auf das Zürcher Oberland. Das Team von mittlerweile 16 Mitarbeitenden

unterstützt KMU in Fragen zu Unternehmensnachfolgen, Transaktionen und Investitionen.

Im Anschluss an das spannende Referat blieb bei einem Apéro riche genügend Zeit, um das Gehörte und Gesehene im zwanglosen Austausch zu diskutieren und zu vertiefen.