

# Die königlichen Camembert-Macher

**Die Heinrichsthaler Milchwerke im ostdeutschen Sachsen haben die Wende mehrmals geschafft – dank einer unternehmerischen Grundhaltung. Heute vertreibt das Unternehmen seine Produkte erfolgreich in ganz Europa.**

**Kathrin Sachsse.** Bedächtig fährt der Tanklastwagen vor den Toren der Heinrichsthaler Milchwerke im sächsischen Radeberg vor. Er liefert 25 000 Kilo frisch gemolkene, auf 4 Grad gekühlte Qualitätsmilch. Sie stammt von den Kühen aus den umliegenden Landwirtschaftsbetrieben. Im blitzblanken, weiss gekachelten Werk durchwandert die Milch mehrere Stationen und Qualitätskontrollen: Zuerst wird sie überprüft, dann gereinigt, zentrifugiert und pasteurisiert, gesäuert und dick gelegt. Anschliessend wird die Molke abgezogen. Die Gallerte wird zu Käse gehärtet, gewürzt und mehrmals in Formen gepresst. Zuletzt nehmen die 15 Kilo schweren Käseblöcke ein intensives Salzbad, ehe sie in spezielle Kisten verpackt werden und über Wochen bis zur ihrer Reife lagern.

Szenenwechsel: Frisch geschnitten und verpackt verlassen die Edamer das Förderband – bereit für den Transport, etwa in die Regale des Schweizer Discounters Denner. Pro Jahr produzieren und verarbeiten die Heinrichsthaler rund 35 000 Tonnen Schnitt- und Hartkäse – darunter eigens mit Schweizer Maschinen hergestellten Emmentaler. Die Werke beliefern den Lebensmitteleinzelhandel



*Die 15 Kilogramm schweren Käseblöcke werden in Salzwasser gebadet.*

*Les blocs de fromage de 15 kilos baignent dans le bain de sel.*



*Geschäftsführer Uwe Lammeck.*

*Le directeur Uwe Lammeck.*

sowie den Grossverbraucher- und Catering-Bereich in ganz Europa. Die Klassiker werden durch hauseigene Spezialitäten wie Bärlauchkäse ergänzt, alles laktosefrei. Neben Scheiben und Portionen befinden sich auch Reib- und Schmelzkäse als Zusatz für Lasagne und Pizza im Sortiment. Der Betrieb beschäftigt 220 Mitarbeiter und setzt jährlich rund 150 Mio. Euro um. In den letzten Jahren wuchsen Umsatz und Personalbestand im zweistelligen Prozentbereich.

## Stürmische Zeiten

Das war nicht immer so. Seit seiner Gründung 1880 hat Deutschlands erster Camembert-Hersteller bewegte Zeiten hinter sich (siehe Kasten): Die beiden Weltkriege und diverse Regimewechsel sorgten für politische, wirtschaftliche und finanzielle Turbulenzen. Nichts-

destotrotz sind sich die Heinrichsthaler immer treu geblieben. «Es gelten dieselben Werte wie vor 130 Jahren», bestätigt der Geschäftsführer Uwe Lammeck. Heute wie damals vollziehen die Milchwerke den Brückenschlag zwischen Tradition und Moderne, Qualität und Solidität, Globalem und Regionalem, Konsumentenfreundlichkeit und Mitarbeiterorientierung. Beispiel Produktion: «Die Herstellung von Käse ist vom Prinzip her immer dieselbe geblieben. Nur dass wir heute unsere Technik modernisiert und dank Vollautomatisierung unsere Effizienz weiter gesteigert haben», erklärt Lammeck. Seit 1990 wurden über 35 Millionen Euro in den Ausbau der Produktionsanlagen, unter anderem in den Neubau einer Schnittkäserei, investiert.

Doch bereits 1947, als die damalige Meierei in die Molkereigenossenschaft Radeberg überführt wurde, begann man den Betrieb kontinuierlich auszubauen und zu erneuern. Mit Einführung der Planwirtschaft Anfang der 1960er-Jahre wurden die Radeberger mit den umliegenden Genossenschaften zu einem Gesamtbetrieb zusammengeführt. Ziel: Durch Konzentrierung und Spezialisierung die Produktion zu steigern. Dank dieser Massnahmen avancierte die Molkerei zu Zeiten der Deutschen Demokratischen Republik (DDR) zum grössten Käsereiunternehmen. Nicht nur das: Auch modern seien die Heinrichsthaler Anlagen im Vergleich zu jenen der damaligen Mitbewerber im Osten gewesen, betont Lammeck: «Damals wurde bereits mit Maschinen aus dem Westen gearbeitet.»

Wie in den Jahrzehnten zuvor stand auch zu DDR-Zeiten «die bedarfsgerechte Versorgung der Bevölkerung» und «die Steigerung der Produktivität» im Vordergrund. Mit dem Eintritt in die Wirtschafts-, Währungs- und Sozialunion 1989 veränderten sich die Rahmen-

bedingungen deutlich. Als positiv hebt Lammeck hervor, dass das benötigte Arbeitsmaterial fortan termingerecht zur Verfügung stand.

### Angebot laufend diversifizieren

Doch mit der neuen Konkurrenzsituation hatten auch die Heinrichsthaler klarzukommen. Die Suche nach einem starken Wirtschaftspartner entpuppte sich in einem ersten Anlauf als Pleite. Kaum stand das Unternehmen wieder auf festem Boden, entstanden neue wirtschaftspolitische Zwänge. Dieser Umstand zwang die Heinrichsthaler zur laufenden Überdenkung, Erweiterung und Diversifizierung ihres Angebots. Um sich am Markt abzuheben, galt es rechtzeitig Nischen – wie in der

Convenience-Industrie – auszumachen und Trends aufzuspüren. Laufend werden im haus-eigenen Labor Neuheiten ausgetüfelt. «Künftig soll der Trend verstärkt Richtung Gesundheit und Functional Food gehen», verrät Lammeck. Seine Strategie ist es, «das Unternehmen auch weiterhin auf eine breite Basis zu stellen und mit neuen Spezialitäten schnell auf Gegebenheiten zu reagieren».

### Qualität und Nachhaltigkeit

Die Produkte auf die Kundenbedürfnisse zuzuschneiden und gleichzeitig bei genügend grosser Menge kosteneffizient zu produzieren, heisst die Devise. Daneben sind Qualität und Sicherheit grossgeschrieben. So werden jähr-

lich 150 Millionen Kilo Milch fast ausschliesslich auf höchster Niveaustufe geliefert. Diverse nationale und internationale Auszeichnungen und Gütesiegel wie die ISO-Zertifizierungen des Werkes und seiner Milchlieferanten dokumentieren laut Lammeck den hohen technologischen Standard. Als fortschrittliches Unternehmen tragen die Heinrichsthaler auch der Energieeffizienz und Nachhaltigkeit Rechnung: Unter dem Motto «ökologisch vorbildlich – wirtschaftlich erfolgreich» investiert das Unternehmen in umweltfreundlichere Anlagen, so auch in Sonnenenergie. In den letzten Jahren liess sich der gesamte Energieaufwand um rund 15 Prozent reduzieren und die Immission sowie Lärmemission deutlich senken.



Heinrichsthaler Schnittkäse wird verpackt – für den Transport in die Schweiz.  
Le fromage Heinrichsthaler est emballé pour le transport en Suisse.

Besonders stolz ist Lammeck auf die Aufnahme in die Umweltallianz Sachsen, die den Teilnehmern die strikte Einhaltung der Auflagen abverlangt.

Lokal fest verankert und die regionale Identität wahrend, sind die Heinrichsthaler Milchwerke heute wieder stärker national und international ausgerichtet. Auch hier waren die Heinrichsthaler ihrer Zeit voraus: Bereits 1904 entwickelte man ein Sterilisationsverfahren, das den Versand von «tropensicherem», haltbarem Camembert nach Amerika ermöglichte. Inzwischen wird eine Vielzahl der Produkte in sämtliche europäischen Staaten und nach Übersee exportiert. Zu den grössten Abnehmern gehören typische Käseländer wie Frankreich, Spanien, aber auch Ungarn, Skandinavien und Griechenland – und nicht zu vergessen die Schweiz. «Unser Exportanteil liegt mittlerweile bei 50 Prozent», sagt Lammeck.

#### Mitarbeiter stärker einbinden

Neben der Kundenorientierung und Marktöffnung setzt das Unternehmen seit je auf das Know-how seiner Belegschaft als tragenden

Pfeiler. Bereits Lammecks Vater – Betriebsleiter zu DDR-Zeiten – war um die Nachwuchsförderung besorgt. In den 70er-Jahren galten die Heinrichsthaler mit 40 Plätzen als «effektivste Lehrlingsausbildungsstätte». Vor allem in letzter Zeit hat der Betrieb neue Bildungsmaßnahmen getroffen. Auch werden die Mitarbeiter, deren Durchschnittsalter bei 35 Jahren liegt, heute zunehmend «aktiver in die Unternehmensprozesse eingebunden und mit Leistungslöhnen, Weihnachtsgeld oder Urlaub direkter am Erfolg beteiligt», wie Lammeck versichert.



Aussenansicht der Heinrichsthaler Milchwerke.  
Vue extérieure de la fromagerie Heinrichsthaler.

### Die Geschichte im Überblick

Die Geschichte der Radeberger Milchwerke liest sich spannend: **Agathe Zeis** gründete 1880 die Meierei Heinrichsthal. 1884 erwarb sie das französische Patent für Camembert und Brie und war damit die erste deutsche Herstellerin des beliebten Weichkäses.



Der Zusatz «Königliche Käsespezialitäten» hat seinen Ursprung im Jahr 1893. Damals erhielt die Meierei den Titel «Königlich Sächsischer Hoflieferant», kurz darauf einen weiteren als Hoflieferant des Grossherzogs von Hessen. Seit dem Ersten Weltkrieg stellte das Unternehmen für die Versorgung der Truppen lang haltbaren Camembert in Blechdosen her. Diese Erfindung sollte sich später in ganz Deutschland durchsetzen.

Nach wechselvollen Jahren blieb der Betrieb bis Ende des Zweiten Weltkriegs in Privatbesitz. 1945 kam es zur Zwangsenteignung und Umwandlung zur Genossenschaft (siehe

Haupttext). Nach der Wende geriet der grösste Käseproduzent Ostdeutschlands in eine Krise: Im Jahr 1992 stieg ein Privatinvestor in die Heinrichsthaler Milchwerke GmbH ein und ging zwei Jahre später in Konkurs. Kurz zuvor hatte die Radeberger Genossenschaft ihre Anteile am Unternehmen noch rechtzeitig zurückgekauft. Bis heute ist sie alleinige Gesellschafterin gemeinsam mit 40 Anteilseignern, darunter die Budissa AG, eines der grössten Agrarunternehmen Deutschlands. *sk*



### Les laiteries Heinrichsthaler

## Le fromager du roi

L'histoire des laiteries Radeberger est passionnante à plus d'un titre: fondées en 1880, elles reçurent quatre ans plus tard le premier brevet français en Allemagne autorisant la fabrication de camembert et de brie, et devinrent notamment fournisseur attitré de la couronne de Saxe. Lors de la Première Guerre mondiale, elles fournissaient le camembert longue conservation en boîte pour les troupes.

Les deux guerres ainsi que plusieurs changements de régimes ont provoqué quelques turbulences dans l'entreprise, mais les valeurs sont restées les mêmes depuis 130 ans. L'objectif reste de jeter des ponts entre tradition et modernité, qualité et sérieux, global et régional, intérêt pour le consommateur et écoute des collaborateurs.

Pas loin de 150 mio de litres sont transformés chaque année dans les installations au carrelage immaculé. Année après année, 35 000 tonnes de fromage, à pâte mi-dure ou à pâte dure, dont de l'Emmental produit sur des machines suisses, y sont transformées dans ces installations pour être livrées à des gros utilisateurs, dans le domaine de la restauration collective par exemple, dans toute l'Europe.

Tout au long de l'évolution de l'entreprise, la technique s'est modernisée. Avec la situation concurrentielle actuelle, la laiterie a dû toujours se remettre en question, s'étendre, se diversifier, se détacher des autres, découvrir des niches, voir venir les tendances. Le laboratoire interne est d'ailleurs là pour découvrir des nouveautés.

Plusieurs distinctions nationales et internationales ainsi que diverses certifications sont là pour attester le standard technologique élevé de l'entreprise. Consciente de sa responsabilité écologique, elle investit également dans des installations plus écocompatibles, comme l'énergie solaire, ce qui lui a permis, au cours des dernières années, de réduire de 15% l'énergie consommée, ainsi que ses nuisances et émissions de bruit.

*Kathrin Sachsse*