

Tierisch gut!

Der Einstieg in die Bio-Fleischverarbeitung

Kurzfassung Block 2

Dr. Liliane Schmitt, EcoConcept Dewes & Schmitt

© BLE 2004

Der Umsatz mit Öko-Lebensmitteln

steigt stetig. Im Jahr 1997 betrug der Umsatzanteil mit Öko-Produkten 1,2% am Gesamt-Lebensmittelmarkt. Bis zum Jahr 2003 hatte sich dieser Anteil auf 2,4% verdoppelt.

Der Fleisch- und Fleischwarenmarkt

wird im Bio-Segment deutlich durch Rindfleisch dominiert. Im Jahresschnitt werden in Deutschland ca.

55000 t Rindfleisch, 17000 t Schweinefleisch und 6000 t Geflügelfleisch aus ökologischer Landwirtschaft erzeugt. Der Marktanteil aller Öko-Produkte liegt bei ca. 2,3%, der Marktanteil von ökologischen Fleisch- und Wurstwaren liegt allerdings bisher erst bei 1,8%. Der ökologische Fleisch- und Wurstwarenmarkt ist damit unterproportional entwickelt.

Die Rohstoffbeschaffung und -verfügbarkeit

Viele Händler haben sich auf Biosortimente spezialisiert. Bei größerem oder regelmäßigem Bedarf sollten aber Absprachen mit Erzeugern/Lieferanten getroffen werden, um keine Lieferengpässe zu riskieren. Wichtig ist, dass alle benötigten Zutaten mit den Anforderungen der EU-Öko-Verordnung übereinstimmen und daher die Rezepturen frühzeitig auf Lieferfähigkeit aller Komponenten geprüft werden müssen.

Fleisch gibt es angefangen vom ganzen Tier über Teilstücke bis hin zum konfektionierten Edelstück für die Bedienungstheke oder SB. Kräuter und Gewürze, Starterkulturen und Süßungsmittel gibt es ebenfalls in Öko-Qualität. Bei Salz ist auf eine zugelassene Rieselhilfe zu achten.

Neben Fleisch können auch Wurstwaren, Schinken, gefüllte Teigwaren, Convenience-Produkte, TK-Produkte bis hin zu Vollsortimenten zugekauft werden.

Als Lieferanten für Fleisch und Wurstwaren kommen landwirtschaftliche Erzeugerbetriebe, Erzeugergemeinschaften, Großschlächtereien und Verarbeitungs- und Handelsbetriebe in Frage, wobei auf eine gültige Zertifizierung nach der EU-Öko-Verordnung zu achten ist. Alle übrigen Zutaten können über den Großhandel oder direkt beim Hersteller bezogen werden.

Adressen vom Großhandel

findet man z.B. unter www.naturkost.de/herst/grosshandel.htm

Adressen von Herstellern

sind z.B. im BioFach Messekatalog zu finden. Die BioFach ist die Fachmesse für die Biowelt. Sie findet immer im Februar eines jeden Jahres in Nürnberg statt, das nächste Mal vom 24. bis 27.02.2005 (Nürnberger Messe GmbH, Messezentrum, 90471 Nürnberg, Tel: 0911-86 06 0, www.nuernbergmesse.de). Auch im Ökolandbauportal kann man mit dem „Beschaffungsfinder“ Zutaten und Zusatzstoffe suchen. www.oekolandbau.de.

Hat man einen Vertrag mit einem der Ökolandbau-Verbände abgeschlossen, erhält man von dort Unterstützung bei Organisation und Einkauf sowie auch bei Vermarktung und ggf. Marketing.

Adressen von landwirtschaftlichen Erzeugerbetrieben

über die Öko-Kontrollstellen. Eine Liste der Kontrollstellen ist unter www.oekolandbau.de zu finden. Erzeugerbetriebe die einem Verband angeschlossen sind, nennt der jeweilige Ökolandbau-Verband.

Bei den meisten Ökolandbau-Verbänden gibt es neben dem Bundesverband noch regionale Landesverbände, die Auskunft über Erzeugerbetriebe geben können. Diese regionalen Ansprechpartner (Landesarbeitsgemeinschaften, Landesverbände, Regionalverbände) sind auch über die nachfolgenden Internetadressen findbar.

www.biokreis.de

www.bioland.de

www.biopark.de

www.demeter.de

www.gaea.de

www.naturland.de

Adressen von Erzeugergemeinschaften für Fleisch

Viele Erzeugerbetriebe haben sich zu Erzeugergemeinschaften zusammengeschlossen. Diese Erzeugergemeinschaften sind dann auch der richtige Ansprechpartner für den Einkauf von Fleisch:

- Bäuerliche Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall, Marcus Wewer, Raiffeisenstr. 18, 74523 Schwäbisch Hall, Tel: 0791-93 29 04 51
- Bio-Fleisch Nord-Ost GmbH & Co.KG, Amos Ramsauer, Harzer Str. 112, 12435 Berlin, Tel: 030-530 237 10
- Biofleisch Nord Ost GmbH & Co.KG, Steffen Mucha, Bayreuther Str. 29, 01187 Dresden, Tel: 0351-49 050 40
- BioFleisch Süd GmbH, Dirk Vollertsen, Auf dem Kreuz 58, 86152 Augsburg, Tel: 0821-34680-145
- Biopark Markt GmbH, Stavenhagener Str. 41, 17139 Malchin, Tel: 03994-20 95 0
- Marktgesellschaft der Naturland Betriebe Süd-Ost mbH, Eichethof, 85411 Hohenkammer, Tel: 08137-9318 50 oder 93 18 75 (Tomas Sonntag, Ressortleitung Tier)
- Marktgenossenschaft der Naturland Bauern Nord-West e.G., Rommersch 13, 59510 Lippetal-Lippborg, Tel: 02527-930 20
- Rebio GmbH, Wolfgang Sickler, Adlerstr. 1, 72108 Rottenburg-Wendelsheim, Tel: 07472-9844-0
- Vermarktungsgesellschaft Bioland Schleswig-Holstein Naturprodukte mbH & Co.KG, Klaus Schneider-Reiß, Rendsburger Str. 8, 24534 Neumünster, Tel: 04321-9527-0

Adressen von Metzgereien, Verarbeitern, Großschlachtereien (Halbfertigprodukte, Fertigprodukte)

- Altdorfer Biofleisch GmbH, 84032 Altdorf/Landshut, Tel: 0871-93231-0, www.altdorfer-biofleisch.de
- Chiemgauer Naturfleisch GmbH, 83308 Trostberg, Tel: 08621-649220, www.chiemgauer-naturfleisch.de
- Fleischwerke E. Zimmermann GmbH & Co., 86470 Thannhausen, Tel: 08281-908-0, www.fleischwerke-zimmermann.de
- Großschlachtere Thönes, 47669 Wachtendonk, Tel: 02836-91400, www.thoenes.de

- KFF Kurhessische Fleischwaren GmbH, 36039 Fulda, Tel: 0661-104700
- Rack & Rüther GmbH, 34277 Fuldabrück, Tel: 0561-959370, www.rackruether.de
- Salomon Hitburger GmbH, 63762 Großostheim-Ringheim, Tel: 060265060, www.salomon-hit.com
- Hephata BIOGUT BioMetzger vom Herzberg, 36304 Alsfeld, Tel: 06631-9637-25, www.biometzger.de
- Schüle GmbH, 79793 Wutöschingen, Tel: 07746-92060, www.eatmeat.de
- BioFleischerei Jansen, 51149 Köln, Tel: 02203-31041, www.biofleischerei.com
- Freiland Puten Fahrenzhausen GmbH, 85777 Fahrenzhausen, Tel: 08133-99620, www.freiland-puten.de
- Ludwig Stocker Hopfisterei GmbH, Geschäftsstelle Landfrau, 86926 Greifenberg, Tel: 08193-5630
- Ökoland GmbH Nord, Vertriebsgesellschaft für ökologische Erzeugnisse, 31515 Wunstorf, Tel: 0700-63565263, www.oekoland.de
- RoBerts Biogeflügel, Roswitha und Berthold Franzsander, 61137 Schöneck, Tel: 06186-990838, www.roberts-bio.de

Möglichkeiten der Kooperation

Fleischerfachgeschäft mit Erzeugerbetrieb: Für Fleischerfachgeschäfte ist eine direkte Kooperation mit Erzeugerbetrieben oder Erzeugergemeinschaften aus der Region eine für beide Seiten günstige Geschäftsbeziehung. Die im ökologischen Landbau verwendeten Rassen, die längere Mastdauer und das Futter (wenig Krafffutter) führen zu einem geringeren Magerfleischanteil, als es die Konsumenten von konventionell erzeugtem Fleisch gewöhnt sind. Daher ist es von besonderer Bedeutung, über persönliche Kontakte eine Geschäftsbeziehung aufzubauen, bei der beide Seiten über die Ansprüche des Anderen hinsichtlich der Qualität des Fleisches informiert sind. Durch eine direkte Geschäftsbeziehung ist es auch eher möglich, Einfluss auf Qualitätsparameter zu nehmen, z. B. durch Absprachen eingesetzter Rassen oder Mastdauer. Regionale Bio-Qualität lässt sich den Kunden am einfachsten vermitteln, da durch die leicht zu schaffende Transparenz Vertrauen entwickelt werden kann.

Traditionell arbeitende Fleischerfachgeschäfte sind noch am ehesten in der Lage eine Ganztierverwertung vorzunehmen. Es ist ökonomisch von Vorteil, wenn auch schwer vermarktbar Teile durch geschickte Verarbeitung in Öko-Qualität verkauft werden können.

Erzeugergemeinschaft/Vermarktungsgesellschaft mit Zerlege- und Verarbeitungsbetrieben: Bei größeren Vermarktungsstrukturen (LEH, Filialen) sind auch längerfristige vertikale Kooperationen über mehrere Stufen denkbar und sinnvoll. So ist u. a. folgendes Beispiel denkbar: eine Erzeugergemeinschaft ist für die Bereitstellung der Tiere zuständig. Ein Zerlege- und Verarbeitungsbetrieb übernimmt neben dem Zerlegen auch die Wurstherstellung, während die Edelteile und Fleisch für Hackfleisch an einen weiteren Verarbeitungsbetrieb gehen, der das Fleisch thekenfertig portioniert oder Convenience-Produkte daraus fertigt.

Kostenfaktoren der Bio-Produktion

Für den Neueinsteiger mag es eine Überlegung wert sein, zunächst zur konventionellen Produktion parallel eine Bio-Produktion aufzubauen. Die folgende Übersicht zeigt, dass eine solche Parallelproduktion allerdings mehr organisatorischen Aufwand und insofern auch höhere Kosten nach sich zieht, als die vollständige Umstellung auf Öko-Produktion:

Kostenfaktoren	Parallelproduktion: ökologisch konventionell	und nur ökologisch
getrennte Rohstoffbeschaffung	X	
Höhere Kosten für Rohstoffe und Zutaten	X	X
Trennung der Rohstoffe und Halberzeugnisse im Lager	X	
Getrennte Verarbeitungsprozesse	X	
Trennung der Produkte im Lager	X	
Warenflussdokumentation/ Rückverfolgbarkeit	X	X
Verarbeitung kleinerer Chargen	X	
Aufbau einer zusätzlichen Vermarktungsschiene	X	
zusätzliche Mitarbeiterschulung	X	
Zusatzaufwendungen für Kontrollen und ggf. Lizenzen	X	X

Diesen Mehraufwendungen stehen gegenüber:

- ein höherer Verkaufspreis für Bio-Produkte
- Erschließung neuer Kundenkreise
- Betätigung in einem zukunftsfähigen Geschäftsfeld
- persönliche Weiterbildung durch Beschäftigung mit ethischen und ökologischen Aspekten im Berufsfeld
- persönliche Herausforderung durch Aufbau von Neuem
- durch ein gestiegenes Verantwortungsbewusstsein mehr Freude an der Arbeit
- Profilierungsmöglichkeit für das traditionelle Handwerk durch das gehobene Segment

Absatzwege für Bio-Produkte und Bio-Fleischwaren

In Süddeutschland (BY, BW) werden am meisten Bio-Produkte gekauft, gefolgt von NRW, Norddeutschland (SH, HH, HB, NS), Mitteldeutschland (HE, RP, SL) und Ostdeutschland.

Süddeutsche kaufen bevorzugt beim Handwerk (Metzgereien, Bäckereien) und beim Erzeuger ein, Konsumenten aus NRW bevorzugen deutlich den Einkauf beim Handwerk.

47% der Biofleisch- und Wurstwaren werden in Süddeutschland gekauft, 34% in NRW, je 8% in Nord- und Mitteldeutschland und nur 3% in Ostdeutschland.

Direkt beim Erzeuger werden mehr als 38% der Fleischwarenkäufe getätigt. Dies beruht darauf, dass dem Öko-Erzeuger durch den Verkauf selbst erzeugten Fleisches besonderes Vertrauen entgegen gebracht wird. Aber auch Metzgereien können diesen Vertrauensstatus erreichen, wenn sie die Herkunft ihres Öko-Angebotes glaubhaft belegen können. In Metzgereifachgeschäften werden 25% der Biofleischwaren gekauft. Nur 20 % werden im Naturkostfachhandel gekauft, da die Fleischvermarktung, wegen der hohen Dichte an Vegetariern in diesem Ladensegment eine eher untergeordnete Rolle spielt. Im LEH werden 16% der Biofleischwaren verkauft. Laut Ökomarkt Jahrbuch

2004 der ZMP zeigen die Marktdaten, dass der LEH in Zeiten wirtschaftlicher Schwierigkeiten gerade im Hochpreissegment Kunden verliert. Die Hälfte (46%) aller Biofleischeinkäufe in Metzgereifachgeschäften werden in NRW getätigt, gefolgt von Bayern mit 24%. Der Biofleischmarkt wird dominiert von Rindfleisch, gefolgt von Wurstwaren. Schweinefleisch spielt eine untergeordnete Rolle.