

The background features a stylized mountain range with white peaks and teal-colored slopes. A large, pale yellow circle representing the sun or moon is positioned in the upper left corner. The overall color palette is muted, consisting of various shades of teal and light green.

Bundesanstalt für
Bergbauernfragen

Lammwirtschaft

Produktionsalternative Qualitätslammfleisch

Forschungsbericht

29

Bundesanstalt für Bergbauernfragen
A-1196 Wien, Grinzinger Allee 74

LAMMWIRTSCHAFT

Produktionsalternative Qualitätslammfleisch

Forschungsbericht Nr. 29

Michael Groier
Josef Hoppichler
Elisabeth Prettner
Gernot Ratschiller

Wien
November 1991

Medieninhaber (Verleger) und Herausgeber: Bundesanstalt für
Bergbauernfragen, A-1196 Wien, Grinzinger Allee 74
Tel. (0222) 32 57 42-0; 32 13 82-0; FAX: 32138239
Umschlaggestaltung: Gregor Eichinger und Christian Knechtl
Druck: Rerosch-Amtmann, 1190 Wien

Vorwort

Die Schafhaltung gewinnt in Österreich vor allem durch die Änderung der Ernährungsgewohnheiten, den Extensivierungstendenzen in der Landwirtschaft, dem Bedeutungsgewinn der Erwerbsskombination und als ein wesentlicher Betriebszweig zur Erhaltung einer vielfältigen Kulturlandschaft (Almwirtschaft, Biotoppflege etc.) wieder stark an Bedeutung.

Das Ziel dieser Arbeit ist es, den komplexen Bereich der Schafhaltung in Österreich in seinen strukturellen, betriebswirtschaftlichen und marktwirtschaftlichen Dimensionen sowie internationalen Verflechtungen zu analysieren, Problembereiche herauszuarbeiten und grundsätzliche Entwicklungsansätze anzubieten.

Da in den Diskussionen über eine ökonomische Sinnhaftigkeit landwirtschaftlicher Produktionsalternativen die Notwendigkeit und Bedeutung einer gesicherten, produktionsspezifischen und nachfrageorientierten Vermarktung der Produkte immer noch als zweitrangig erachtet wird und die Durchsetzung tiergerechter bzw. ökologiegerechter Haltungs- bzw. Produktionsmethoden in vielen Bereichen bestenfalls Lippenbekenntnisse sind, ist die Analyse des österreichischen Lammfleischmarktes (und dessen internationale Rahmenbedingungen) sowie die anschließende Entwicklung einer Vermarktungskonzeption für österreichisches Qualitätslammfleisch aus tiergerechter Haltung (Markenstrategie) ein zentraler Schwerpunkt dieser Forschungsarbeit.

Abgerundet wird die Studie durch betriebswirtschaftliche Analysen bezüglich der Wettbewerbsfähigkeit dieses Produktionszweiges, einer umfassenden Strukturanalyse der Schafhaltung in Österreich sowie einem Kapitel über die Qualitätsproblematik von Schaf- bzw. Lammfleisch. Wesentliche Teile der Arbeit (marktwirtschaftliche und betriebswirtschaftliche Kapitel) basieren auf qualitativen und quantitativen empirischen Untersuchungen, die sich auf Betriebserhebungen von Kärntner Schaf-

bauern, Fleischhauern und Gastronomiebetrieben stützen und insofern einen notwendigen Praxisbezug der Ergebnisse gewährleisten.

Die Studie ist im Rahmen des Forschungsschwerpunktes "Betriebs-, markt- und volkswirtschaftliche Analysen von Produktionsalternativen" erstellt worden. Im Rahmen dieses Forschungsschwerpunktes hat die BA für Bergbauernfragen unter anderem über Faserflachsanzbau in Österreich, Stand und Chancen der Erzeugung und Vermarktung von Qualitätsrindfleisch, Marktverhältnisse von Produkten aus biologischem Landbau etc. gearbeitet (vgl. Forschungsberichte Nr. 15, 23 und 25).

Die vorliegende Arbeit wurde in Zusammenarbeit mit zwei Diplomanden der Universität für Bodenkultur (Elisabeth Prettnner und Gernot Ratschiller) durchgeführt, wobei der Kärntner Schafzuchtverband die Erhebungsarbeiten maßgeblich unterstützte. Für die sehr fruchtbare und problemlose Zusammenarbeit sei der Universität für Bodenkultur, vor allem Herrn Univ. Doz. Dipl.Ing. Dr. Helmut Haimböck von der Abteilung landwirtschaftliche Betriebswirtschaft des Institutes für Agrarökonomik, besonders gedankt.

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Vorwort	1
Inhaltsverzeichnis	3
Verzeichnis der Tabellen, Abbildungen und Polaritätsprofile	9
1. Zur Struktur der Schafhaltung in Österreich	15
1.1. Entwicklung der Schafhaltung nach dem 2. Weltkrieg	15
1.2. Aktuelle Zahlen zur Struktur der österreichischen Schafhaltung	17
1.2.1. Verteilung des Schafbestandes nach regionalen Gesichtspunkten	17
1.2.2. Die Schafhaltung im Bergbauerngebiet	20
1.2.3. Die Schafhalter nach Bestandesgrößenklassen	22
1.2.4. Die Schafalpung in Österreich	23
1.2.5. Struktur der Schafhaltung nach ausgewählten betrieblichen Kriterien	24
1.3. Struktur der Schafhaltung in Kärnten	28
2. Schafzucht und Schafhaltung	30
2.1. Zucht	30
2.2. Schafrassen in Österreich	31
2.3. Die verschiedenen Formen der Schafhaltung in Österreich	35
2.3.1. Die Alpine Schafhaltung	36
2.3.2. Bedeutung und Probleme der Schafalpung	37
2.3.3. Die Koppelschafhaltung	38
2.3.4. Die Hütelhaltung	39
2.4. Nutzungsformen	40
2.4.1. Die Lämmermast	41
2.4.2. Die Schafzucht	41
2.4.3. Die Milchschafrhaltung	42

	Seite
3. Betriebswirtschaftliche Aspekte der Schafhaltung - eine empirische Analyse	44
3.1. Rentabilitätsvergleich verschiedener Produktions- techniken in der Lämmermast	44
3.1.1. Lämmermast mit Bergschafen in Reinzucht	44
3.1.2. Lämmermast mit F1-Gebrauchskreuzungen	46
3.1.3. Lämmermast mit Fleischrassen	47
3.1.4. Die Rentabilität der extensiven Lämmermast	49
3.2. Rentabilitätsfaktoren der Lämmermast	49
3.3. Die Rentabilität der Lämmermast im Vergleich mit anderen Betriebszweigen der Grünland- nutzung	50
3.4. Die Wirtschaftlichkeit von schafhaltenden Betrieben an Hand der Analyse ausgewählter Betriebe in Kärnten	52
3.4.1. Methodische Gesichtspunkte der Betriebs- erhebung	52
3.4.2. Die Kalkulationsgrundlagen	54
3.4.3. Kalkulationsergebnisse der Betriebe mit weniger als 15 Mutterschafen (Gruppe 1)	56
3.4.4. Kalkulationsergebnisse der Betriebe mit einem Bestand von 15-100 Mutterschafen (Gruppe 2)	65
3.4.5. Kalkulationsergebnisse der Betriebe mit Beständen über 100 Mutterschafen (Gruppe 3)	75
3.5. Wirtschaftlichkeitsparameter der Erhebungs- betriebe	82
3.5.1. Der Einfluß des Aufzuchtergebnisses	84
3.5.2. Einfluß der Durchschnittserlöse pro Lamm auf die Wirtschaftlichkeit	89
3.5.3. Einfluß der Haltung auf die Rentabilität der Schafhaltung	
3.5.4. Einfluß der Erschwerniszone auf die Rentabilität der Schafhaltung	91
3.5.5. Einfluß der Bestandesgröße auf den Deckungs- beitrag pro Arbeitskraftstunde	91

	Seite
3.5.6. Überlegungen zur Fixkostenbelastung in der Schafhaltung	92
3.5.6.1. Gebäudekosten	93
3.5.6.2. Maschinenfixkosten - Problematik der Bewirtschaftung von Steiflächen	93
4. Lammfleischqualität und ihre Einflußfaktoren	96
4.1. Allgemeines zum Begriff Qualität	96
4.2. Quantitative und qualitative Aspekte der Lamm- bzw. Schaffleischqualität im engeren Sinn und ihre Einflußfaktoren	100
4.2.1. Die Schlachtkörperqualität	100
4.2.1.1. Der Grobgewebeanteil	101
4.2.1.2. Das Fleisch - Fett Verhältnis	101
4.2.1.3. Prozentanteil der wertvollen Teilstücke	103
4.2.2. Fleisch- und Fettqualität	104
4.2.2.1. Chemische Eigenschaften	104
4.2.2.2. Physikalische Eigenschaften	107
4.2.2.3. Strukturelle Eigenschaften	107
4.2.2.4. Sensorische Eigenschaften	108
4.3. Einflußfaktoren auf die Qualität des Schlachtkörpers, des Fleisches und des Fettes	109
4.3.1. Rasse und Geschlecht	109
4.3.2. Fütterung und Haltung	110
4.3.3. Das Schlachalter	112
4.3.4. Hygiene, Kühl- und Reifungstemperatur	112
4.4. Zum Problem der Klassifizierung von Lamm- bzw. Schaffleisch	114
5. Österreichs Lammfleischmarkt	118
5.1. Inlandserzeugung	118
5.2. Der Außenhandel	121
5.2.1. Der rechtliche Rahmen	121
5.2.1.1. Außenhandelsgesetz	121
5.2.1.2. Viehwirtschaftsgesetz	122
5.2.1.3. GATT-gebundener Zollsatz	123

	Seite	
5.2.1.4.	Aspekte der außenhandelsrechtlichen Behandlung	124
5.2.2.	Die Importe und deren Struktur	126
5.2.3.	Die Exporte	129
5.3.	Der Pro-Kopfverbrauch an Schaf- und Lammfleisch	131
5.4.	Die Preisentwicklung und Förderung der Schafhaltung im Vergleich zur EG	132
6.	Das Lammfleisch im Spiegel der Verbrauchertrends und der Marktforschung	136
7.	Eine Pilotbefragung von Schafbauern, Gastronomen und Fleischhauern zum Thema: Probleme und Perspektiven der Lammfleischvermarktung in Österreich	141
7.1.	Die Befragung der Schafhalter	142
7.1.1.	Befragungsumfang, -ziel und Methodenansatz	142
7.1.2.	Vorgangsweise	143
7.1.3.	Auswahlkriterien	143
7.1.4.	Stichprobenumfang	144
7.1.5.	Darstellung der Ergebnisse der Betriebserhebung	145
7.1.5.1.	Erwerbsart und Bedeutung der Schafhaltung innerhalb der Betriebsorganisation	145
7.1.5.2.	Erhebungsbetriebe in den Erschwerniszonen	149
7.1.5.3.	Vermarktungszeitpunkt	150
7.1.5.4.	Preisunterschiede	153
7.1.5.5.	Absatzwege für Schafe und Lämmer	155
7.1.5.6.	Verpackung und Kennzeichnung	164
7.2.	Die Befragung von Gastwirten und Fleischern in Kärnten und deren Sichtweisen im Vergleich zu den Schafhaltern	166
7.2.1.	Vorgangsweise	166
7.2.2.	Auswahlkriterien	167
7.2.3.	Stichprobenumfang	167
7.2.4.	Ergebnisse der Befragung der Gastwirte	168
7.2.4.1.	Ad Lammfleischqualität	168

	Seite
7.2.4.2. Ad Kocheigenschaften	170
7.2.4.3. Ad Zufriedenheit mit inländischem Lammfleisch	171
7.2.4.4. Ad Zusatz und Werbeleistungen	172
7.3. Möglichkeiten der Verbesserung der Lammfleischqualität nach Meinung der Produzenten und der gewerblichen Abnehmer	174
7.3.1. Verbesserung der Lammfleischqualität durch Änderungen der Produktionstechnik	178
7.3.1.1. Das Schlachtalter bzw. Schlachtgewicht	179
7.3.1.2. Unterschiedliche Haltungs- und Produktionsrichtlinien	180
7.3.1.3. Detailvermarktung	183
7.4. Überbetriebliche Zusammenarbeit	185
7.4.1. Rahmenbedingungen	187
7.4.2. Überbetriebliche Zusammenarbeit von Schafbauern (horizontale Vernetzung)	190
7.4.3. Überbetriebliche Zusammenarbeit mit Gastwirten und Fleischern (vertikale Vernetzung)	194
7.4.3.1. Die Zusammenarbeit mit Gastwirten	195
7.4.3.2. Die Zusammenarbeit mit Fleischern	196
8. Perspektiven im Lammfleischmarketing	200
8.1. Ansatzpunkte für eine allgemeine Informationsstrategie für Lammfleisch	200
8.2. Strategieansätze für eine organisierte Lammfleischvermarktung auf der Ebene von Erzeugergemeinschaften	202
8.2.1. Das Zielsystem	202
8.2.2. Markenpolitik	204
8.2.3. Träger und Organisationsformen in der Lammfleischvermarktung	205
8.2.4. Produktplanung, Produktionsrichtlinien, Qualitätsstandards und Produktprogramm	207
8.2.4.1. Festlegen von Qualitätsstandards	207

	Seite
8.2.4.2. Problembereich der Alpinen Schafhaltung	208
8.2.4.3. Qualitätssicherung: Garantie und Kontrolle	209
8.2.4.4. Produktprogramm	210
8.2.5. Preisgestaltung	212
8.2.6. Die Wege der Verteilung des Lammfleisches	213
8.2.7. Informationsstrategien	214
9. Lammfleisch international - Weltmarkt und EG	217
9.1. Der Weltmarkt von Schaf- und Lammfleisch	217
9.2. Die Entwicklung der EG-Marktordnung, ihr aktueller Stand und ihre Wirkung	219
10. Zusammenfassung und Ausblick	224
Literaturverzeichnis	235
Quellenverzeichnis	240
Anhang	242
Lieferbare Publikationen der BA für Bergbauernfragen	243

Verzeichnis der Abbildungen, Tabellen und Polaritätsprofile

	Seite
Abbildungen	
1: Entwicklung der Anzahl der Schafhalter und des Schafbestandes zwischen 1947 (1979) und 1990	15
2: Entwicklung der Anzahl der Schafhalter und des Schafbestandes in den Bundesländern zwischen 1979 und 1989	17
3: Entwicklung des durchschnittlichen Schafbestandes je Betrieb nach Bundesländern 1979 und 1989	18
4: Verteilung der Schafhalter und des Schafbestandes nach Bundesländern 1989 in %	19
5: Verteilung des Schafbestandes nach Produktionsgebieten 1989 in %	19
6: Anteil der Schafhalter und des Schafbestandes im Bergbauerngebiet nach Bundesländern 1989 in %	20
7: Verteilung der Schafhalter und des Schafbestandes nach Erschwerniszonen 1989 in %	21
8: Schafhalter nach Bestandesgrößenklassen in den Bundesländern 1989 in %	22
9: Alpungsquoten der Schafe in den Bundesländern 1979 und 1986 (in % des Gesamtbestandes inkl. Ziegen)	24
10: Schafhalter und Schafbestand nach Bodennutzungsformen 1980 in %	25
11: Schafhalter und Schafbestand nach Betriebsgrößenklassen 1980 in %	25
12: Anteil der Schafhalter und des Schafbestandes auf Nebenerwerbsbetrieben 1980 in %	27
13: Die wesentlichen Rentabilitätsfaktoren in der Schafhaltung	84
14: Die Einflußfaktoren auf das Aufzuchtergebnis in der Schafhaltung	87

	Seite
15: Die Teilbereiche der Fleischqualität aus der Sicht der Konsumenten	97
16: Teilstückanteile von Schlachtkörpern der Kategorien Milchlamm und Mastlamm in %	103
17: Durchschnittlicher Nährstoffgehalt von magerem, gebratenem Fleisch von Kalb, Lamm, Rind und Schwein in %	105
18: Das Fettsäuremuster von intramuskulärem Fett verschiedener Tierarten in %	107
19: Grobgewebliche Zusammensetzung von Lämmern unterschiedlicher Rassen in %	110
20: Vergleich der Gewebeanteile der Kategorien Milchlamm und Mastlamm in %	111
21: Die Handelsklassen von Lämmern und Schafen in der BRD	114
22: Strukturierung des österreichischen Lammfleischangebotes durch "Kontrollierte Produktion"	117
23: Monatliche Verteilung der gewerblichen Schlachtungen im Durchschnitt von 3 Jahren	118
24: Importmengen und Importpreis von Lammfleisch	127
25: Die Entwicklung der Importanteile an Schaf- und Lammfleisch nach Ursprungsländern	128
26: Monatliche Verteilung der Lammfleischimporte im Durchschnitt von 3 Jahren	129
27: Lebenschafexport in Stück	130
28: Die Inlandserzeugung, der Import und der Pro-Kopf-Verbrauch an Schaf- und Lammfleisch	131
29: Erzeugerpreise für Lämmer	133
30: Monatliche Verteilung der Lämmerpreise im Durchschnitt von 3 Jahren	134
31: Absatzwege der Lämmer und Schafe	155
32: Markenkonzept für Qualitätslammfleisch aus tiergerechter Haltung	210
33: Teilstücke der Feinzerteilung bei Lämmern nach der amerikanischen Schnittführung; Kocheempfehlungen	211

	Seite
34: Organogramm eines Vermarktungskonzeptes für Qualitätslammfleisch	214
35: Weltweite Handelsströme an Schaf-, Lamm- und Ziegenfleisch	218

Tabellen

1: Durchschnittlicher Schafbestand je Betrieb nach Erschwerniszonen	21
2: Die Durchschnittsbestände nach Betriebsgrößenklassen	26
3: Die Durchschnittsbestände nach der Erwerbsart	27
4: Die Struktur der Schafhaltung in Kärnten nach Bezirken 1989	28
5: Stand der Herdebuchtiere in Kärnten 1988	30
6: Verteilung der österreichischen Schafrassen	31
7: Lämmermast mit Bergschafen	45
8: Lämmermast mit F1-Gebrauchskreuzungen	46
9: Lämmermast mit Fleischrassen	48
10: Einfluß veränderter Preis-Kosten-Relationen und Leistungsdaten auf das Einkommen in der Lämmermast	49
11: Wettbewerbsvergleich verschiedener Betriebszweige der Grünlandnutzung	51
12: Kapitalbedarf je Stallplatz bei Stallneubau in öS	52
13: Kalkulationsgrundlagen und Quellen der DB-Kalkulationen	55
14: Zusammenfassung der Kenndaten der Betriebe mit weniger als 15 Mutterschafen (Gruppe 1)	57
15: Deckungsbeitragskalkulationen der Betriebe 1, 2 und 3	60
16: Deckungsbeitragskalkulationen der Betriebe 4, 5 und 6	62
17: Zusammenfassung der Kenndaten der Betriebe mit einem Bestand von 15 - 100 Mutterschafen (Gruppe 2)	65

	Seite
18: Deckungsbeitragskalkulationen der Betriebe 7, 8 und 9	68
19: Deckungsbeitragskalkulationen der Betriebe 10, 11 und 12	70
20: Deckungsbeitragskalkulationen der Betriebe 13 und 14	72
21: Zusammenfassung der Kenndaten der Betriebe mit Beständen über 100 Mutterschafen	75
22: Deckungsbeitragskalkulationen der Betriebe 15, 16 und 17	76
23: Deckungsbeitragskalkulationen der Betriebe 18, 19 und 20	78
24: Variationsbreite der wirtschaftlichen und haltungstechnischen Erfolgsmaßstäbe	82
25: Durchschnittliche prozentuelle Zusammensetzung der variablen Kosten	83
26.: Die Schwankungsbreite der Fixkosten und deren Anteil an den jeweiligen Roherträgen je Mutterschaf absolut und in %	93
27: Durchschnittlicher Nährstoff- bzw. Energiegehalt von magerem, gebratenem Fleisch von Rind, Schwein, Lamm und Kalb (in g je 100g)	105
28: Gehalt an wichtigen Vitaminen, Mineralstoffen, Spurenelementen und Cholesterin in verschiedenen Fleischsorten	106
29: Der Einfluß der Marmorierung auf die sensorischen Eigenschaften von Lammfleisch unterschiedlicher Kategorien	108
30: Inlandsproduktion von Schaf - und Lammfleisch	119
31: Importe an Schafen und Lämmern, Schlachtkörpern und Fleisch und deren Importausgleichssätze und GATT-Bindung 1990	125
32: Erwerbsart und Bedeutung der Schafhaltung innerhalb der Betriebsorganisation	145
33: Einkommensquellen der Vollerwerbsbetriebe	147

	Seite
34: Betriebe in den Erschwerniszonen	149
35: Vermarktungszeitpunkt in Abhängigkeit von der Bestandesgröße und der Haltungform	151
36: Preisdifferenzierung für Lammfleisch	153
37: Niveau der Zusatzleistungen	157
38: Erzielte Preise bei der Direktvermarktung	158
39: Bereitschaft zur Veredelung von Produkten aus der Schafhaltung	160
40: Einstellungen der Bauern gegenüber der Einführung von Markennamen für Produkte aus der Schafhaltung	165
41: Zusatz und Werbeleistungen, die der Gastwirt gerne in Anspruch nehmen würde	173
42: Bereitschaft, für Qualitätslammfleisch mehr zu bezahlen	174
43: Wichtige Zuchtziele	176
44: Fütterungsmaßnahmen, die nach Meinung der Befragten die Qualität stark beeinflussen	177
45: Alternativen für Produktionsrichtlinien	181
46: Reihung der Varianten nach dem Beliebtheitsgrad	182
47: Anteile wertvoller Teilstücke am Gesamtschlachtkörper	183
48: Kalkulationsschema für den Detailverkauf	148
49: Beziehungsgeflecht, in das die österreichische Schafhaltung eingebunden ist	186
50: Auswirkungen veränderter Kilopreise auf den Rohertrag	189
51: Bereitschaft zur Bildung von Vermarktungsgemeinschaften	191
52: Arbeitsbereiche, welche die Landwirte innerhalb einer Organisation gerne übernehmen würden	192
53: Bereitschaft der gewerblichen Abnehmer zur Zusammenarbeit mit den Landwirten	194
54: Verarbeitungsprodukte, die bei der Gastronomie auf großes Interesse stoßen	195

	Seite
55: Zusatzleistungen, die die Fleischer gerne in Anspruch nehmen würden	197
56: Leistungen, die von Fleischern innerhalb einer Kooperative erbracht werden könnten	197
57: Einstellungen zur Errichtung einer Vermittlungsstelle	198

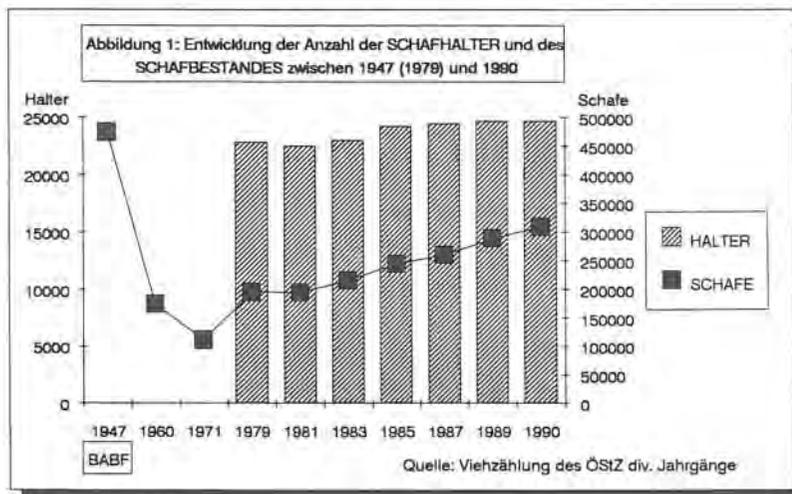
Polaritätsprofile

1: Qualitätsanforderungen der Gastwirte an Lammfleisch	169
2: Wichtige Kocheigenschaften bei der Zubereitung von Lammfleisch	170
3: Zufriedenheit der Gastwirte mit dem Produkt Lammfleisch	171
4: Lammfleischqualität unter Berücksichtigung verschiedener Einflußfaktoren	175
5: Beurteilung der vorgelegten Produktionsrichtlinien	180
6: Beurteilung der Organisationskonzepte im Vergleich	193

1. Zur Struktur der Schafhaltung in Österreich

1.1. Entwicklung der Schafhaltung nach dem 2. Weltkrieg

Wurden in Österreich knapp nach dem 2. Weltkrieg noch über 470.000 Schafe gehalten, so sank der Bestand bis Anfang der 70er Jahre wegen der starken Spezialisierungs-, Rationalisierungs- und Intensivierungsmaßnahmen in der Landwirtschaft auf ca. 112.000 Schafe (1947-1971: - 76 %), wobei die Abnahmen in den westlichen Bundesländern Salzburg und Tirol am geringsten ausfielen.



Nach diesem Tiefstand setzte Mitte der 70er Jahre aus folgenden Gründen wieder eine Renaissance der Schafhaltung ein:

- die Überschussproblematik in der Milchproduktion mit der damit verbundenen Milchkontingentierung führte zu einer Steigerung der Attraktivität von Alternativen im Grünlandbereich, wie zum Beispiel der Schafhaltung

- die kapital- und arbeitsextensive Schafhaltung entspricht der allgemeinen Tendenz der Extensivierung der Grünlandbewirtschaftung (vor allem der Almen)
- gerade für Betriebe mit geringer Arbeitskapazität (zunehmender Anteil an Nebenerwerbsbetrieben) stellt die arbeitsextensive Schafhaltung eine attraktive Alternative zur Verwertung des Grünlandes dar
- auch die vielfältigen Formen von Alternativ -, Ein- bzw. Aussteigerbauern sowie Hobbyschafhaltern haben der Schafhaltung, vor allem in Ostösterreich, zweifellos einige Impulse verliehen
- ein weiterer Aspekt stellt der steigende Lamm- bzw. Schaffleischkonsum in Österreich dar, der einerseits auf den zunehmenden Gastarbeiteranteil und andererseits auf die Spitzengastronomie als Opinion-leader punkto Lammfleischküche zurückzuführen ist
- zunehmende Bedeutung erlangte der Einsatz von Schafen in der Landschaftspflege (Almen, extensives Grünland) bzw. in der Erhaltung wertvoller Biotope (z.B. Trockenrasen etc.).

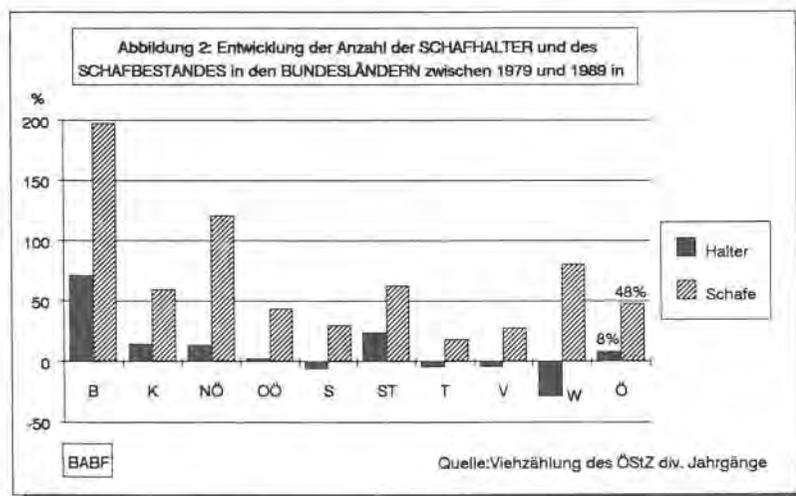
Aus den oben genannten Gründen erhöhte sich der Schafbestand innerhalb von 10 Jahren (1979-1989) wieder um 48 % auf 290.000 Tiere. Diese Zunahme erfolgte regional betrachtet in ganz unterschiedlichem Ausmaß. Die Zunahme des Schafbestandes in Österreich ist hauptsächlich auf das Ansteigen des durchschnittlichen Schafbestandes je Betrieb (1979 \bar{x} 8,5; 1989 \bar{x} 11,7 Schafe je Betrieb) zurückzuführen, während die Anzahl der Schafhalter in den westlichen Bundesländern sogar leicht abgenommen hat.

1.2. Aktuelle Zahlen zur Struktur der österreichischen Schafhaltung

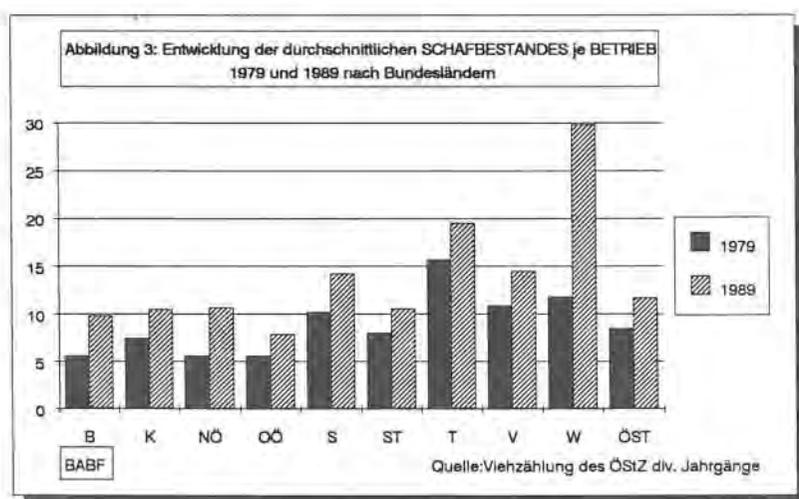
In den folgenden Teilkapiteln werden die Entwicklung und die derzeitige Situation der Schafhaltung nach regionalen und anderen Parametern analysiert, um deren dynamische Entwicklung für agrarpolitische bzw. marktstrategische Entscheidungen möglichst transparent zu machen.

1.2.1. Verteilung des Schafbestandes nach regionalen Gesichtspunkten

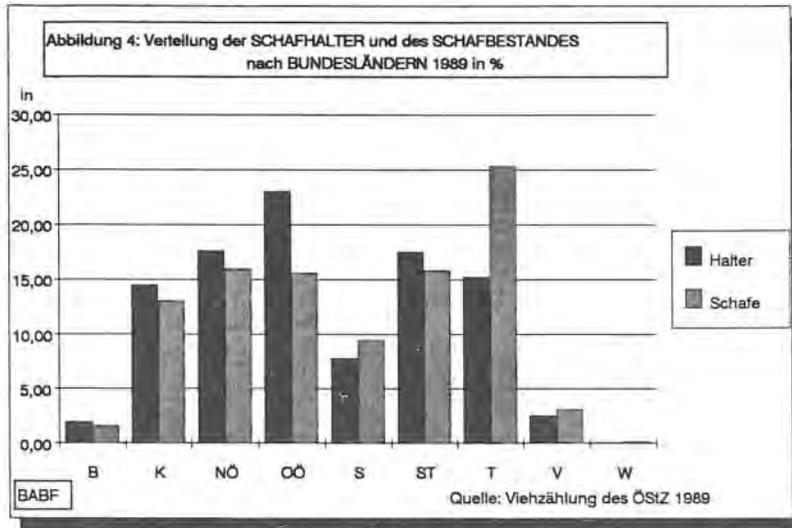
Die größte Dynamik bezüglich der Ausweitung der Schafhaltung seit Mitte der 70er Jahre fand in den östlichen Bundesländern (Burgenland, Niederösterreich) statt und ist ursächlich mit der Eignung dieser Gebiete für die Koppelschafhaltung (Lammfleischproduktion mittels spezieller Fleischrassen) und mit der Zunahme der Hobbyschafhaltung verknüpft.



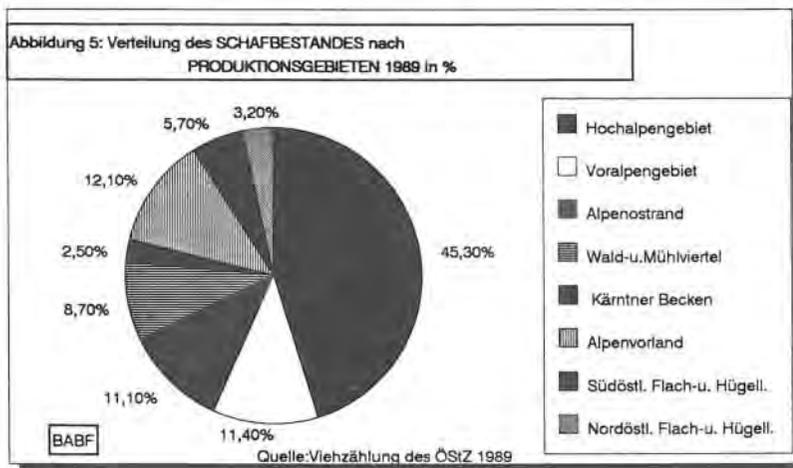
In den traditionellen Regionen der Schafhaltung, wie in West-österreich, die einen hohen Anteil an alpinem Grünland (Almen) aufweisen, ist die Entwicklung seit 1947 gedämpfter verlaufen als in Ostösterreich. Es sind dies auch die traditionellen Schafzuchtgebiete mit den größten Beständen je Betrieb (außer Wien), in denen 44 % des österreichischen Schafbestandes gehalten werden (Summe Tirol, Salzburg und Vorarlberg).



Von den 1989 gezählten 288.928 Schafen werden über ein Viertel in Tirol und ca. je 16 % in den Bundesländern Niederösterreich, Oberösterreich und Steiermark (mit relativ kleinstrukturierter Schafhaltung) gehalten.

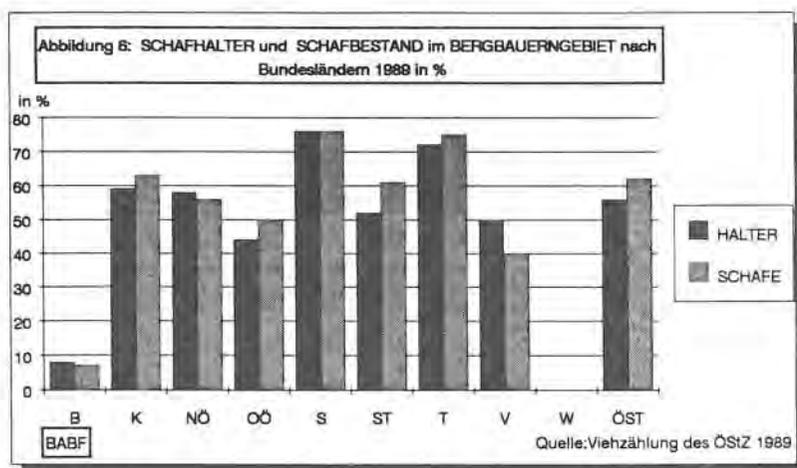


Schlüsselt man den Schafbestand nach den landwirtschaftlichen Hauptproduktionsgebieten auf, so wird wiederum die Bedeutung der Schafhaltung als wichtiger Produktionszweig des Hochalpengebietes also des Bergbauerngebietes deutlich (45 % des österreichischen Schafbestandes).

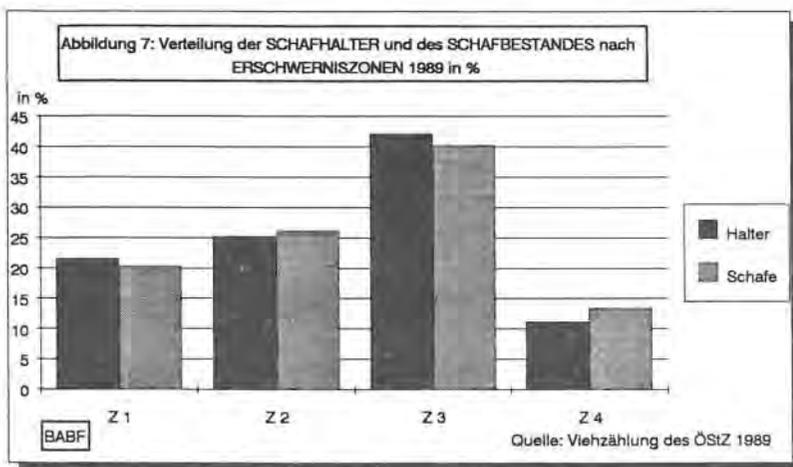


1.2.2. Die Schafhaltung im Bergbauerngebiet

Betrachtet man die folgende Abbildung, so erkennt man, daß in Österreich über die Hälfte aller Schafhalter (56 %) Bergbauernbetriebe der Erschwerniszone 1 bis 4 sind und 62 % aller Schafe halten.



In den westlichen Bundesländern Salzburg und Tirol dominiert die Alpine Schafhaltung. So sind jeweils über 70 % aller Schafhalter Bergbauernbetriebe, in Vorarlberg wegen der Dominanz der Milchviehhaltung aber nur 50 %. Der Schafbestand in Österreich verteilt sich in den einzelnen Erschwerniszonen folgendermaßen:



Die größten Bestände werden dabei auf den steilen Dauergrünlandflächen der Zone 3 gehalten. Schichtet man den durchschnittlichen Schafbestand je Betrieb nach Erschwerniszonen, so ergibt sich eine fast kontinuierliche Vergrößerung mit steigender Betriebserschwernis.

Tabelle 1: Durchschnittlicher Schafbestand je Betrieb nach Erschwerniszonen

Erschwerniszone	Schafbestand je Betrieb
Zone 0	10
Zone 1	12
Zone 2	13
Zone 3	14
Zone 4	15
Gesamt	12

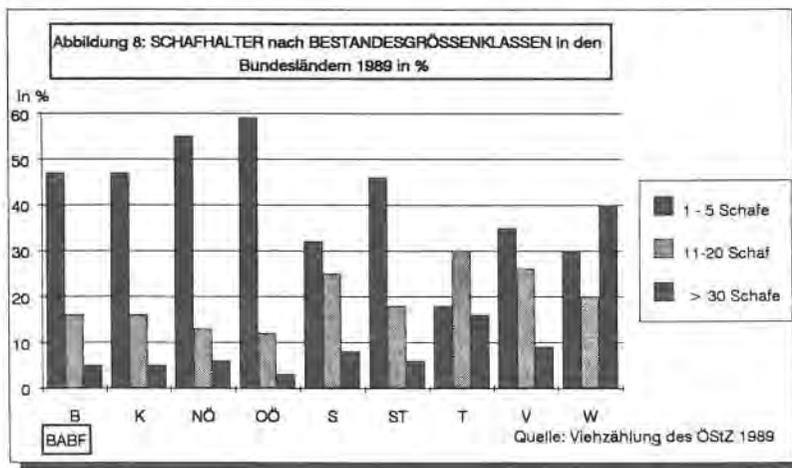
Quelle: Viehzählung des ÖStZ 1989

Man sieht, daß in der extremen Erschwerniszone 4 wegen des hohen Anteils an schwer nutzbaren Weideflächen und den meist

dazugehörigen Almen die Schafhaltung als Verwerter von extensivem Grünland von großer Bedeutung ist und dort deshalb die höchsten Durchschnittsbestände gehalten werden. Seit 1979 hat eine leichte relative Bestandesverschiebung von den extremen Zonen 3 und 4 zur Zone 2 hin stattgefunden.

1.2.3. Die Schafhalter nach Bestandesgrößenklassen

Die Bestandesgrößenstruktur ist in Österreich vor allem wegen der unterschiedlichen naturräumlichen Voraussetzungen (Berggebiet-Gunstlagen) und Haltungsformen (Alpine Schafhaltung-Koppelschafhaltung) äußerst inhomogen.



In Abbildung 8 wird die Verteilung der Schafhalter nach ausgewählten Bestandesgrößenklassen dargestellt. Insgesamt ist die Schafhaltung in Österreich, besonders in den östlichen Bundesländern Oberösterreich, Niederösterreich, Burgenland, aber auch in Kärnten und der Steiermark, kleinstruktuiert. Dementsprechend liegen z.B. fast 60 % aller Schafhalter in Oberösterreich und ca. 55 % in Niederösterreich in den Bestandes-

größtenklassen 1-5 Schafe, während dieser Prozentsatz z.B. in Tirol weniger als 20 % beträgt.

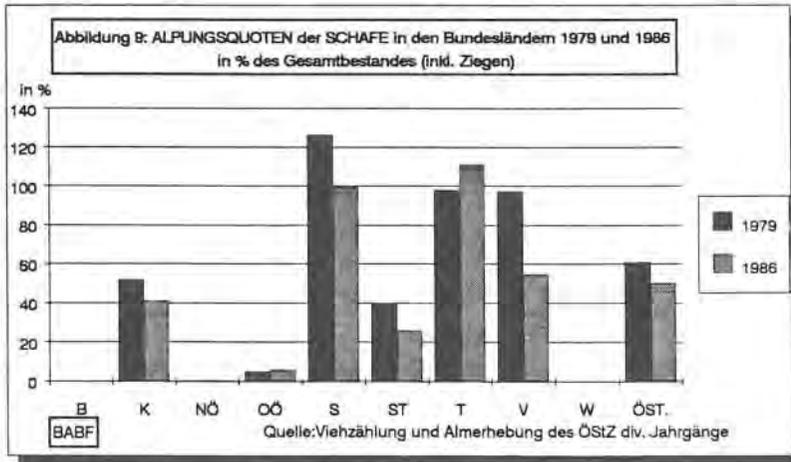
Bei den mittleren (11-20 Schafe) und oberen (über 30 Schafe) Bestandesgrößtenklassen ist andererseits ein starkes Ost-Westgefälle, hin zu höheren Anteilen an größeren Beständen, festzustellen. Der hohe Anteil an Kleinbeständen ist vor allem darauf zurückzuführen, daß die Schafe von "Hobbybauern" quasi als "lebende Rasenmäher" oder von Bauern zur Verwertung marginaler Restflächen gehalten werden. Richtung Westösterreich nimmt die Anzahl der Betriebe, für die die Schafhaltung ein zentraler Betriebszweig ist, wegen des steigenden Anteils an alpinem Grünland zu.

1.2.4. Die Schafalping in Österreich

Im Gegensatz zur Koppelschafhaltung im Osten dominiert in weiten Teilen Westösterreichs die Alpine Schafhaltung, bei der die Almen zur Deckung des Grundfutterbedarfs eine zentrale Rolle spielen.

Interessant dabei ist die Entwicklung der Alpingquoten, also des Anteils der gealpten Schafe am jeweiligen Gesamtschafbestand.

Obwohl der Schafbestand absolut seit 1979 gestiegen ist, sind die Alpingquoten im Zeitraum 1979-1986 in den meisten Bundesländern wegen des zunehmenden Anteils der Koppelschafhaltung rückläufig. Alpingquoten über 100 % ergeben sich dadurch, daß in diesen Bundesländern auch Schafe aus anderen Ländern aufgetrieben werden.

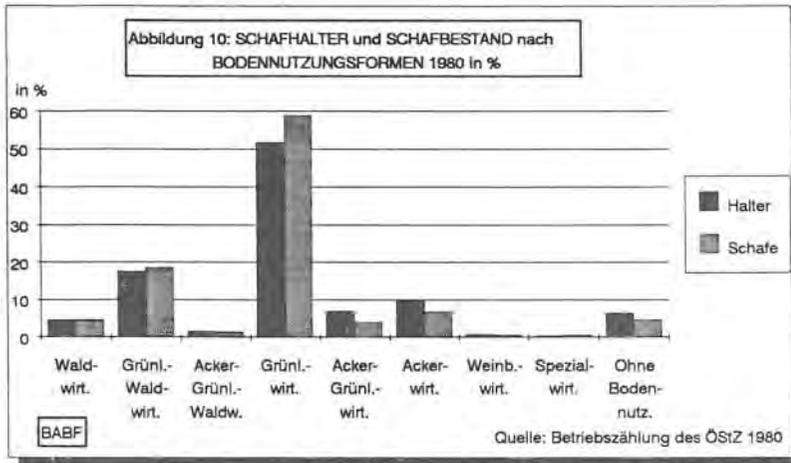


Im Durchschnitt wird in Österreich jedes zweite Schaf auf Almen gesömmert.

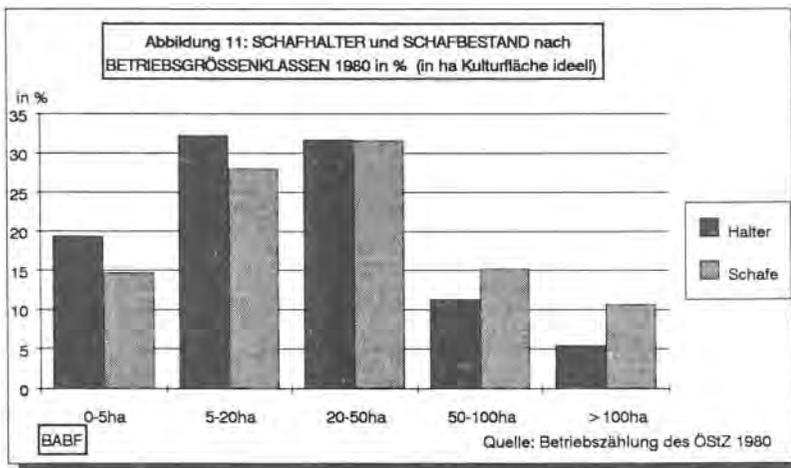
1.2.5. Struktur der Schafhaltung nach ausgewählten betrieblichen Kriterien

Kriterium Bodennutzungsform

Mehr als die Hälfte aller Schafbauern bewirtschaftet Grünlandwirtschaften, gefolgt von Grünland-Waldwirtschaften (18 %). Von einiger Bedeutung ist die Schafhaltung auch bei Acker- bzw. Ackergrünlandwirtschaften, wo die Schafe marginale Restflächen verwerten, sowie bei Betrieben ohne Bodennutzung (dem weiten, inhomogenen Bereich von Betrieben unter 2 ha Kulturfläche ideell, den sogenannten "Hobbybauern", Schafhaltung in Gärten etc.).



Kriterium Betriebsgrößenklasse



Aus dieser Abbildung wird ersichtlich, daß schafhaltende Betriebe schwerpunktmäßig in den mittleren bis mittelgroßen Betriebsklassen liegen. Es muß allerdings darauf hingewiesen werden, daß sich die Größenangaben auf die "Kulturfläche ideell",

also auf die Fläche des Heimgutes und die Almflächen bzw. Weiderechte (jeweils nicht reduziert!) beziehen, wodurch sich die Verteilung der Betriebsgrößenklassen der Schafhalter bei Verwendung der Flächeneinheit RLN nach unten hin (zu den kleinen Betriebsgrößenklassen) verschieben dürfte. Mit steigender Betriebsgröße steigt auch die Größe des Durchschnittsbestandes.

Tabelle 2: Die Durchschnittsbestände nach Betriebsgrößenklassen 1980

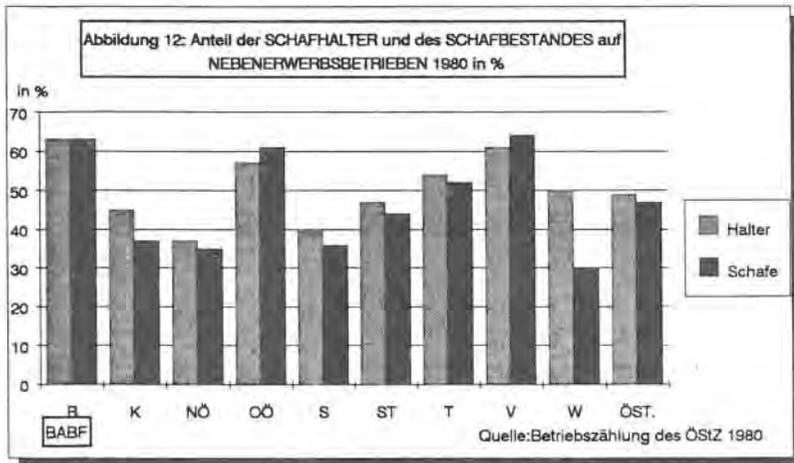
Betriebsgrößenklassen ¹⁾	Bestand je Betrieb
1 - 5	6,8
5 - 20	7,8
20 - 50	9,0
50 - 100	12,0
> 100	17,5

1) in ha Kulturfläche ideell

Quelle: Viehzählung des ÖStZ 1989

Sozioökonomische Gesichtspunkte

Im Rahmen der Extensivierung vieler Grünlandbetriebe bei gleichzeitigem Einsatz der freien Arbeitskapazität im außerlandwirtschaftlichen Bereich hat sich die Schafhaltung vor allem auf Nebenerwerbsbetrieben als arbeits- und kapitalextensiverer Betriebszweig durchgesetzt. Im österreichischen Durchschnitt waren 1980 ungefähr die Hälfte aller Schafhalter Nebenerwerbsbauern, die fast 50 % des Schafbestandes hielten. Regional betrachtet findet man die relativ höchsten Nebenerwerbsanteile bei Schafhaltern in jenen Bundesländern, die auch allgemein hohe Nebenerwerbsquoten aufweisen (z.B. Burgenland, Vorarlberg, Oberösterreich).



Interessant, aber leider nicht sehr aktuell sind wiederum die Daten der Durchschnittsbestände je Betrieb, geordnet nach der Erwerbsart (1980):

Tabelle 3: Die Durchschnittsbestände nach der Erwerbsart 1980

Erwerbsart ¹⁾	Schafbestand je Betrieb
Haupterwerb	9,2
Nebenerwerb	8,6
Juristische Person	22,1

Quelle: Betriebszählung des ÖStZ 1980

Man sieht, daß die Nebenerwerbsbauern punkto Durchschnittsbestände durchaus mit den Haupterwerbsbetrieben mithalten können.

1.3. Struktur der Schafhaltung in Kärnten

Da sich diese Arbeit speziell im betriebs- bzw. marktwirtschaftlichen Teil auf empirische Untersuchungen in Kärnten stützt, werden zum besseren Verständnis der regionalen Situation in diesem Kapitel kurz und prägnant die wichtigsten Strukturdaten der Schafhaltung in diesem Bundesland erörtert.

Noch im Jahr 1949 war Kärnten mit 70.703 Schafen das schafreichste Bundesland Österreichs, war aber in den folgenden Jahrzehnten dem landwirtschaftlichen Strukturwandel in ähnlicher Intensität ausgesetzt wie die anderen Bundesländer. Seit 1979 ist die Anzahl der Schafhalter leicht angestiegen, der Schafbestand hat sich aber vor allem aufgrund der Aufstockung der Durchschnittsbestände je Betrieb um 60 % erhöht.

Tabelle 4: Die Struktur der Schafhaltung in Kärnten nach Bezirken 1989

	HALTER		SCHAFE		durchschn. Bestand je Betrieb	Halter Diff.79 - 89 in %	Schafe Diff.79 - 89 in %
	abs.	in %	abs.	in %			
Feldkirchen	226	6,3341	1.509	4,0039	6,6770	17	70
Hermagor	276	7,7354	2.634	6,9890	9,5435	-23	22
Klagenfurt L.	282	7,9036	2.218	5,8852	7,8652	9	43
Klagenfurt St.	44	1,2332	438	1,1622	9,9545	52	119
Spittal a.d.D.	962	26,9619	15.093	40,0472	15,6892	17	47
St.Veit a.d.G.	442	12,3879	3.515	9,3266	7,9525	28	52
Villach L.	507	14,2096	3.712	9,8493	7,3215	13	46
Villach St.	52	1,4574	438	1,1622	8,4231	0	81
Völkermarkt	337	9,4451	3.201	8,4934	9,4985	22	77
Wolfsberg	458	12,8363	4.930	13,0811	10,7642	46	204
KÄRNTEN	3.568	100	37.688	100	10,5628	14	60

Quelle: Viehzählung des ÖStZ div. Jahrgänge

Besonders dynamisch verlief diese Entwicklung (1979-1989) im Bezirk Wolfsberg, wo der Schafbestand um über 200% zunahm, was zum Teil auf die Umstellung einiger Betriebe auf eine Schafhaltung mit über 100 Mutterschafen zurückzuführen ist. Zentrum der Kärntner Schafhaltung ist aber nach wie vor der Bezirk Spittal a.d. Drau, in dem 40 % des Schafbestandes gehalten werden. Geschichtet nach den Hauptproduktionsgebieten Kärntens findet also vor allem in den Regionen "Alpenostrand" und "Kärntner Becken", also in den relativen Gunstlagen, im Rahmen der Koppelschafhaltung eine starke Ausweitung des Schafbestandes statt. Im Hochalpengebiet stehen zwar nach wie vor die meisten Schafe in den größten Herden, die Entwicklung verläuft aber weniger dynamisch. Schließlich sind knapp 60 % aller schafhaltenden Betriebe Bergbauernbetriebe, die 63 % des Kärntner Schafbestandes halten und sich anteilmäßig mit 16%, 19%, 47% und 18% auf die Erschwerniszonen 1, 2, 3 und 4 verteilen. Seit 1974 hat die Schafalpfung in Kärnten absolut zugenommen, relativ aufgrund der stark ansteigenden Bedeutung der Koppelschafhaltung aber abgenommen (Alpungsquote 1986: 41%).

2. Schafzucht und Schafhaltung

2.1. Zucht

Seit dem Jahre 1938 wird die Organisation der Schafzucht in Kärnten vom Kärntner Landesschafzuchtverband durchgeführt. Bereits 1940 gab es in Oberkärnten und Osttirol 53, in Unterkärnten 6 Betriebe mit Herdebuchzuchten. Derzeit (Stand 1.7.1988) hat der Schafzuchtverband 106 Mitglieder. Tabelle 5 zeigt den Stand an Herdebuchtieren vom 1.1.1988.

Tabelle 5: Stand der Herdebuchtiere in Kärnten 1988

Rasse	Widder	Schafe
Bergschaf	28	310
Texel	24	172
Schwarzkopf	26	179
Milchschaf	9	66
Merinolandschaf	3	112
Ktn. Brillenschaf	2	17
Summe	92	856

Quelle: Kärntner Landesschafzuchtverband

Neben Herdebuchaufnahmen, Leistungsprüfung und Beratung werden jährlich zwei Zuchtviehversteigerungen in Feldkirchen veranstaltet. Darüberhinaus kümmert sich der zuständige Kammerbeamte noch um den Absatz von Mastlämmern und die Zuteilung der Bundesförderungen.

2.2. Schafrassen in Österreich

Im folgenden Abschnitt werden die in Österreich gehaltenen Schafrassen und deren wichtigste Eigenschaften kurz beschrieben.

Nach WEISHEIT 1987 setzte sich der österreichische Schafbestand 1980 folgendermaßen zusammen (aktuellere Zahlen sind nicht verfügbar) :

Tabelle 6: Verteilung der österreichischen Schafrassen

Rasse	in %
Bergschaf	81,0
Texel	6,0
Schwarzkopf	5,0
Steinschaf	1,0
Milchscharf	0,5
Kreuzungen etc.	6,5

Quelle: Weisheit 1987

In Kärnten beträgt der Anteil der Bergschafe, der traditionellen Rasse, zirka 85%. Das Merinolandschaf dürfte zu rund 5% am Gesamtbestand beteiligt sein.

Bergschaf

Das Bergschaf wurde vor 1938 als Kärntnerschaf, zum Teil auch Seeländer-, Gurktaler- oder Bleiburgerschaf bezeichnet. Es entstand zu Beginn des 18. Jahrhunderts durch Einkreuzung von Bergamasker und Paduaner Schafen in die lokalen Landrassen (Stein- bzw. Zaupeleschaf). Um 1940 war die westliche Grenze zwischen Berg- und Steinschaf das obere Mölltal, obere Drautal und Lesachtal (DOEHNER 1941). In der Folgezeit verbreitete

sich das Bergschaf über den ganzen österreichischen und bayrischen Alpenraum.

Das Bergschaf ist ein mittel- bis großrahmiges langes Schaf mit hornlosem, ramsigem Kopf und Hängeohren.

Seine besonderen Leistungen sind eine hohe Fruchtbarkeit (200-250%); Erstzulassung bereits mit 8-10 Monaten; asaisonales Brunstverhalten. Es ist auch sehr gut an das rauhe Hochgebirgsklima angepaßt (Steig- und Trittsicherheit, harte Klauen, grobe Wolle). Diese Eigenschaften machen das Bergschaf zur idealen Muttergrundlage für eine Mastlammproduktion in der Gebrauchskreuzung mit Fleischschafwiddern.

Steinschaf

Das Steinschaf war früher in den Grenzregionen zu Osttirol verbreitet, wo es auch heute noch vereinzelt auftritt. In Tirol wird diese Rasse auch züchterisch bearbeitet. In Kärnten ist sie fast bedeutungslos.

"Steinschaf" ist ein Sammelname für mehrere lokale Landschaftsrassen im Alpenraum (Tirol, Vorarlberg, Salzburg). Es ist ein klein- bis mittelrahmiges, zum Teil gehörntes, weißes bzw. graues Schaf. Das Steinschaf ist noch stärker an die alpine Haltung angepaßt und noch fruchtbarer als das Bergschaf.

Merinolandschaf

Es wird in Kärnten zur Zeit hauptsächlich im Lavanttal gehalten. Dort befindet sich auch der einzige Zuchtbetrieb. Die ersten Merinolandschafe kamen Mitte der 80er Jahre aus der Steiermark. Es wurden auch im größerem Umfang Zuchttiere aus der BRD importiert. Diese Rasse ist die bedeutendste Schafrasse in der Bundesrepublik Deutschland.

Es ist ein mittelgroßes bis großes Schaf. Das Merinolandschaf hat bessere Fleischleistungen als das Bergschaf, dafür weist es eine geringere Fruchtbarkeit auf (170-230%). Es hat ebenfalls ein asaisoniales Brunstverhalten, ist aber eine spätreife Rasse (Erstbelegung mit ca. 12-13 Monaten).

Schwarzköpfiges Fleischschaf

Dieses Schaf stammt aus Nordwestdeutschland, wo es um zirka 1860 aus britischen Fleischrassen gezüchtet wurde. Nach Kärnten kamen die ersten Schwarzkopfschafe zu Beginn der 80er Jahre aus Oberösterreich.

Es ist ein mittelrahmiges und wüchsiges Fleischschaf mit ausgeprägten Fleischformen. Kopf (leicht bewollt) und Beine (möglichst unbewollt) sind schwarz.

Trotz eines saisonalen Brunstzyklus hat es eine lange Brunst-saison. Das schwarzköpfige Fleischschaf ist ein frühreifes Schaf mit einer Fruchtbarkeit von 150-200%. Neben der Reinzucht werden Widder als Vatertiere vor allem für die F1-Gebrauchskreuzung eingesetzt.

Sufolk

Diese ursprünglich britische Rasse wird aufgrund ihrer Leistungsfähigkeit weltweit gezüchtet. Die ersten Importe dieses Schafes aus der BRD und Großbritannien erfolgten im Jahre 1986. Infolge der Tatsache, daß in Kärnten Sufolk und schwarzköpfiges Fleischschaf nicht getrennt gezüchtet werden, sind reinrassige Tiere dieser beiden Rassen selten.

Das Sufolk-Schaf ist ein frühreifes, frohwüchsiges Schaf mit guter Fleischwüchsigkeit und Schlachtausbeute. Bei saisonaler Brunst liegt die Fruchtbarkeit zwischen 150 und 200%. Bedingt durch die hervorragenden Fleischleistungen wird es ebenfalls als Vatertier

in der Gebrauchskreuzung eingesetzt. Im Gegensatz zum schwarzköpfigen Fleischschaf ist beim Suffolk der Kopf unbewolllt.

Texelschaf

Diese Rasse stammt von der niederländischen Insel Texel und war die erste Fleischschafrasse in Kärnten. Die ersten Widder wurden in den Jahren 1963 - 1965 importiert. Weibliche Schafe entstanden durch Verdrängungskreuzung aus dem Bergschaf.

Das Zuchtziel ist ein mittel- bis großrahmiges Fleischschaf mit nicht zu breitem, unbewollltem Kopf, breit im Rücken und der Brust, sowie mit voller Innen- und Außenkeule. Der Brunstzyklus ist streng saisonal, die Fruchtbarkeit beträgt 150-200%.

Der oft breite Kopf kann speziell in der Gebrauchskreuzung zu Schweregeburten führen.

Prinzipiell läßt sich feststellen, daß durch den Einsatz von Fleischschafressen in der Lämmermast sowohl die Schlachtkörperausbeute als auch die Futtermittelverwertung und die Mastleistung verbessert werden können.

Ostfriesisches Milchschaaf

Das ostfriesische Milchschaaf stammt aus Norddeutschland. Es ist ein großrahmiges, frühreifes, frohwüchsiges, fruchtbares Schaf (200-230% Fruchtbarkeit). Die Milchleistung beträgt zwischen 500 und 900 kg Milch pro Jahr. Voraussetzungen für so hohe Leistungen sind jedoch optimale Fütterungs- und Haltungsbedingungen.

Juraschaf

Diese Rasse stammt aus der Schweiz. Es wird in Kärnten von einer Kooperative in Hütelhaltung gehalten. Ansonsten sind die Bestände unbedeutend.

Es ist ein vollkommen dunkelbraunes Schaf mit ähnlichen Eigenschaften wie das Bergschaf.

Romanov-Seeländer Schaf

Diese Rasse entstand in Slowenien durch Kreuzungen von fruchtbaren Romanovschafen mit Seeländerschafen. In Kärnten existieren ein paar Betriebe im Grenzgebiet zu Jugoslawien (Bezirk Völkermarkt) mit solchen Tieren.

Kärntner Brillenschaf

Dieses Schaf ist dem Bergschaf sehr ähnlich und hat dieselben Ursprünge. Im Gegensatz zum Bergschaf treten Pigmentierungen um die Augen und an den Ohrspitzen auf. Es ist eine vom Aussterben bedrohte Rasse und wird vom "Verein zur Förderung alter österreichischer Haustierrassen" betreut.

2.3. Die verschiedenen Formen der Schafhaltung in Österreich

Im wesentlichen unterscheidet man folgende Formen:

- Die Alpine Schafhaltung
- Die Koppelschafhaltung
- Die Hütelhaltung
- Die ganzjährige Stallhaltung

Die Hütelhaltung wird in Österreich kaum, die ganzjährige Stallhaltung wahrscheinlich überhaupt nicht betrieben.

2.3.1. Die Alpine Schafhaltung

Diese Form der Schafhaltung gilt als die traditionelle Form der Schafhaltung im österreichischem Alpenraum und in Kärnten.

Im Rahmen der Subsistenzwirtschaft wurden früher auf sehr vielen Bergbauernhöfen kleinere Schafbestände gehalten, die den Hof mit Wolle, Loden, Strickgarnen und Fleisch versorgten. Aufgrund der geringen Winterfuttermittelvorräte wurden die Schafe über den Winter sehr knapp gehalten (Restfuttermitterverwerter). Nach der Schneeschmelze beweideten die Tiere zunächst Heimflächen und Waldweiden. Gemäß dem alten Sprichwort "Schafe weiden dem Schnee nach" zogen sie ab Mitte Juni auf die Hochalmen. Dort wurden zumeist 100 bis 500 Tiere ohne ständiger Betreuung auf einer Alm gesömmert. Ab Ende September kehrten die Schafe wieder auf die Heimflächen zurück. Im Herbst wurden die Tiere zum Teil geschlachtet und verkauft. Nur ein kleiner Teil der Herde wurde über den Winter gefüttert (DOHNER 1941). Teilweise, vor allem in den Bergregionen, wird nach wie vor an diesem Produktionsverfahren festgehalten. Viele Betriebe kombinieren jetzt die Koppelhaltung im Frühjahr und Herbst mit der Alping über den Sommer. Auf den meisten Betrieben stehen den Schafen in den Wintermonaten auch artgerechte Ställe und eine leistungsgerechte Fütterung zur Verfügung. Somit muß heutzutage die Alpine Schafhaltung keine extensivere oder schlechtere Haltungsform sein als die Koppelhaltung.

Als Vorteile dieser Haltungsform können der geringe Arbeitsaufwand, die positiven Auswirkungen auf die Tiergesundheit (Vitalität) und die Tatsache genannt werden, daß die gesamte Heimfläche für die Winterfütterung genutzt werden kann.

Nachteile ergeben sich dadurch, daß die Tiere meist halterlos gealpt werden (Tierverluste) und vor allem aus der Tatsache, daß durch den saisonalen Produktionszyklus im Herbst nach dem Almbtrieb ein Überangebot an Lämmern entsteht, während

gerade zur Sommerfremdenverkehrssaison eine Unterversorgung des Marktes mit einheimischem, frischem Lammfleisch besteht.

Da die Schafe im Sommer nicht ablammen (das Risiko von Verlusten ist zu groß; die Widder werden vom Jänner bis April von den Herden getrennt) oder ihre neugeborenen Lämmer verlieren, führt der saisonale Produktionszyklus der Alpen Schafhaltung zu einer gewissen Senkung des Aufzuchtergebnisses.

2.3.2. Bedeutung und Probleme der Schafalpfung

Im Rahmen der Alpen Schafhaltung ist die Schafalpfung von zentraler Bedeutung (siehe auch Kapitel 1.2.4.).

Am größten ist dabei wohl die (betriebs)wirtschaftliche Bedeutung. Durch die Alpfung lassen sich um 1/4 bis 1/3 mehr Tiere je Betrieb halten. Speziell Bergbauernbetriebe mit wenig Heimfläche und niedrigen Grünlanderträgen sind auf dieses zusätzliche Sommerfutter angewiesen. Bei ihnen ist die Alpfung oft von existenzieller Bedeutung. Die Deckungsbeitragskalkulationen zeigen, daß, abgesehen von wenigen Ausnahmen, Betriebe mit überdurchschnittlicher Flächenproduktivität ihre Schafe alpen. Durch die Möglichkeit der Alpfung können auch noch Zone 3 und 4 Betriebe hohe Deckungsbeiträge pro Hektar Heimfläche erwirtschaften.

Der positive Einfluß auf den Tierkörper (Gesundheit, Langlebigkeit/Lebensleistung, Fruchtbarkeit) wurde in zahlreichen wissenschaftlichen Arbeiten nachgewiesen, kann aber nicht oft genug betont werden.

Durch eine Ausdehnung der Schafalpfung könnten zukünftig auch nicht mehr bestoßene Almen genutzt werden. Dies läge im allgemeinen gesellschaftlichen Interesse, denn die Almwirtschaft erfüllt neben der Nutzfunktion (für den Betrieb) auch eine Schutz-, Erholungs-, Wohlfahrts- und ökologische Funktion.

Oft geäußerte Bedenken von Rinderhaltern, die Schafalpen hätte negative Einflüsse auf die Weidequalität, werden in einer Studie von SCHWARZMÜLLER 1984 widerlegt. Wohl aber kann es durch eine punktuelle Überweidung zu Schädigungen der Grasnarbe oder von forstlichen Kulturen kommen. Schäden an teuren Hochlagenaufforstungen durch Schafe sind durch Einzäunen der Aufforstungsflächen vermeidbar. Gründe für punktuell auftretende Schwierigkeiten liegen einerseits in dem teilweise immer noch schlechten Prestige der Schafhaltung ("Kleinhäusler"; "die Kuh des armen Mannes"), andererseits an der Personalproblematik, die eine ständige Betreuung der gealpten Schafherden durch einen Hirten unmöglich macht. Letzteres wäre aber erst ab ca. 500 Schafen rentabel.

Durch Behirtung könnten auch die Verluste durch Naturgewalten etc. verringert werden. Außerdem bestünde die Möglichkeit, schlachtreife Lämmer aus der Herde zu trennen und diese bereits im Laufe des Sommers zu vermarkten.

Um die Angebotsspitze im Herbst zu verringern, könnten die Almbetriebe von den verschiedenen Almen gestaffelt werden. Eine andere Möglichkeit wäre auch, die Mastlämmer von den anderen Schafen getrennt in einer Koppelanlage zu alpen, wo sie jederzeit verfügbar sind.

2.3.3. Die Koppelschafhaltung

Diese Form herrscht vor allem in Niederösterreich und in Kärnten, im Kärntner Becken und am Alpenostrand vor. Die Schafe werden die Vegetationsperiode über auf Koppeln gehalten. Je nach Ertrag der Flächen können das Umtriebsweiden oder Portionsweiden sein. Standweiden sind wegen der Futterverschwendung und der Infektionsgefahr mit Parasiten ungeeignet.

Da die Gefahr der Ansteckung mit Parasiten bei dieser Haltungform sehr groß ist, ist auf Parasitenbekämpfung, Weidepflege und -wechsel größter Wert zu legen.

Bei der Koppelhaltung können das ganze Jahr über Lämmer vermarktet werden. Asaisonale Rassen können auch im Sommer lammen. Etwaige Verluste durch Blitzschlag, Steinschlag etc., wie sie auf der Alm öfters auftreten, sind hier die Ausnahme.

Die Tiere verursachen den Sommer über jedoch mehr Arbeit als auf der Alm. Es steht weniger Fläche zur Winterfuttergewinnung zur Verfügung und die Belastungen mit Zaunkosten sind höher.

2.3.4. Die Hütehaltung

In Österreich ist diese Form der Schafhaltung unbedeutend, während in der BRD 72% der Schafe auf diese Weise gehalten werden (BURGKART 1983).

Bei der Hütehaltung unterscheidet man zwischen einer standortgebundenen Herdenhaltung und der Wanderschafhaltung. Die Hütehaltung ist eine sehr kapitalextensive, dafür aber arbeitsintensive Form der Tierhaltung. Eine Herde muß, abgesehen von Ausnahmen, mindestens 300 Muttertiere umfassen, damit sich eine Spezialkraft (Schäfer) rentiert.

Eine ordnungsgemäße Hütehaltung erfordert vom Schafhalter bzw. vom Schäfer viel Erfahrung und Geschicklichkeit in der Hütetechnik. Einerseits muß die Herde richtig geführt werden, um Flurschäden, Verkehrsunfälle etc. zu vermeiden. Andererseits ist das Futterangebot so abwechslungsreich zu gestalten, daß die Freßlust der Schafe gefördert und ernährungsbedingte Krankheiten vermieden werden. Bei der Arbeit steht dem Schäfer ein Hütehund zur Verfügung, dessen Führung und Ausbildung sehr viel Geschicklichkeit, Erfahrung und Geduld verlangen.

Diese Haltungsform könnte in Österreich eventuell im Rahmen der Landschaftspflege mehr an Bedeutung gewinnen. In der BRD werden bereits viele Landschaftsschutzgebiete, brachliegende Kulturflächen, Flugplätze etc. von Schafherden beweidet. Es wäre auch auf den Almen sinnvoll, größere Herden zusammenzustellen und einen Hirten zu beschäftigen.

Durch die Schafhaltung, speziell Hütehaltung, könnten in reinen Ackerbaubetrieben Zwischenfrüchte, Stroh und vorhandene Altgebäude genützt werden. Die Schafe stellen dafür den für den Boden notwendigen organischen Dünger zur Verfügung. In der ehemaligen Deutschen Demokratischen Republik, wo normalerweise Pflanzenbau- und Tierproduktionsbetriebe streng getrennt sind, halten viele Pflanzenproduktionsgenossenschaften auch eine eigene Schafherde. Aus der BRD sind Kooperationen zwischen viehlosen Ackerbaubetrieben und Schäfern ohne eigenem Boden bekannt.

Auch in Österreich gab es vor 1880 viele große Merinoherden auf Gutshöfen im Burgenland, im Weinviertel und im Marchfeld. Die letzte dieser Herden bestand noch bis zum Zweiten Weltkrieg in Apetlon (Seewinkel) bei der Fürst Esterhazy'schen Gutsverwaltung (DOEHNER 1941). Die Gründe für das Ende der Gutschäfereien waren einerseits der vermehrte Mineräldüngereinsatz, der das Schaf als Düngerlieferant ersetzte, andererseits die Möglichkeit der Rationalisierung anderer Veredelungszweige (z.B. Schweinehaltung).

2.4. Nutzungsformen

Als ökonomisch bedeutendster Aspekt der Schafhaltung gilt in Österreich die Lammfleischproduktion. Für einige Betriebe, vor allem in Westösterreich, ist auch der Verkauf von Zuchttieren eine wichtige Einnahmequelle. Wenige Landwirte, die sich auf die Milchschafrhaltung spezialisiert haben, leben von der Milchproduktion bzw. dem Verkauf von Milchprodukten.

Der Verkauf von Wolle, Fellen und Häuten lukriert zumeist nur ein geringes Zusatzeinkommen. Er kann aber bei entsprechender Vermarktung und Nachfrage eine zusätzliche Einkommensquelle erschließen. Manche Betriebe erhalten durch Lieferung von Schafmist Gegenleistungen wie Stroh oder Maschinenhilfe.

2.4.1. Die Lämmermast

Die Lämmer werden mit ca. 40 kg (35-50 kg) geschlachtet. Dabei sollen sie nicht älter als 8 Monate sein. Spezialisierte Lämmermastbetriebe halten entweder Fleischschafzuchten oder mästen F1- Gebrauchskreuzungslämmer (Bergschaf bzw. Merino als Muttergrundlage und Fleischschafwidder). Größere Betriebe halten oft zusätzlich einen Bergschafwidder, um weibliche Tiere nachzustoßen bzw. unter Umständen Zuchtschafe zu verkaufen.

Bergschafe sind fruchtbarer, haben aber schlechtere Masteigenschaften als Fleischschafzuchten. Aufgrund der saisonalen Ablammung kann der Markt mittels Fleischschafzuchten nicht kontinuierlich mit Lammfleisch versorgt werden. Die Schlachtlämmer fallen nur im Spätsommer und Frühherbst an.

Durch die Gebrauchskreuzung werden die Vorteile beider Rassen, die Fruchtbarkeit und Asaisonalität der Bergschafe sowie die Fleischfülle der Fleischschafe kombiniert. Die anfallenden Lämmer können jedoch nicht zur Weiterzucht verwendet werden. Muttertiere müssen immer zugekauft werden.

2.4.2. Die Schafzucht

Die Schafzucht erfordert mehr Aufwand als die Lämmermast, ermöglicht aber höhere Roherträge. Für Bergschafzuchtstiere (Herdebuchtiere) werden auf Versteigerungen durchschnittlich öS 2.500,-, für Fleischschafe durchschnittlich öS 3.000,- bezahlt.

Für Elitetiere (Zuchtwertklasse 1) werden jedoch noch höhere Preise erzielt. Der Mehraufwand ist somit in den meisten Fällen wirtschaftlich gerechtfertigt.

Tiere, die auf Versteigerungen aufgetrieben werden, müssen zwischen 6 Monate und 3 Jahre alt sein. Zumeist werden Tiere im Alter zwischen ein und eineinhalb Jahren versteigert. Zur Zeit besteht eine große Nachfrage nach Zuchttieren, weil viele Betriebe neu in die Schafhaltung einsteigen oder ihren Bestand aufstocken. Die Ankaufsbeihilfen vom Bund beschränken sich dabei auf Herdebuchtiere.

Die meisten Herdebuchbetriebe weisen eine differenzierte Betriebsorganisation auf. Die besten Tiere werden als Zuchttiere verkauft. Für die Weiterzucht weniger geeignete Lämmer werden als Schlachtlämmer vermarktet. Es dürfte kaum Betriebe geben, die ihre gesamte Nachzucht als Zuchttiere verkaufen. Das wäre auch aus züchterischen Überlegungen sehr bedenklich.

Die Schafzucht eignet sich besonders für Betriebe in marktfernen Regionen (z.B. Oberkärnten), wo entsprechende Vermarktungsstrukturen fehlen und der Absatz von Schlachtlämmern Probleme bereitet. Solche Betriebe sind oft Bergbetriebe mit Alpung, welche sich positiv auf die Gesundheit der Zuchttiere auswirkt.

2.4.3. Die Milchschafrhaltung

Im Gegensatz zur Lämmermast und auch zur Schafzucht ist die Milchschafrhaltung ein sehr arbeitsintensiver Produktionszweig. Durch die Milchverarbeitung am eigenem Betrieb ist der Arbeitsaufwand größer als bei der Milchkuhhaltung, jedoch wird auch eine höhere Flächen- und Arbeitsproduktivität erzielt. Die Milchschafrhaltung (und auch die Ziegenhaltung) bietet daher Kleinbetrieben die Möglichkeit, ihren Betrieb im Vollerwerb weiterzuführen.

Als empfindliches Hochleistungstier braucht das Milchschaaf optimale Haltungsbedingungen. Daher gestaltet sich schon die Tierhaltung aufwendiger als bei anderen Schafrassen. Ferner beansprucht die Melkarbeit und eine sorgfältige Milchverarbeitung viel Zeit, Geschick und Erfahrung. Schafmilchprodukte werden, abgesehen von Ausnahmen, direkt vermarktet. Somit benötigt auch die Vermarktung der Produkte, im Gegensatz zur Kuhmilch, Zeit und Engagement.

Eine (wirtschaftlich) erfolgreiche Milchschaaf- bzw. Ziegenhaltung ist nur bei optimaler Viehhaltung, Milchverarbeitung und Vermarktung möglich. Vor einem Einstieg in diesen Betriebszweig sind deshalb die betrieblichen Rahmenbedingungen als auch die Absatzchancen und das vorhandene Marktpotential abzuschätzen.

3. Betriebswirtschaftliche Aspekte der Schafhaltung - eine empirische Analyse

Den Schwerpunkt dieses Kapitels bildet eine empirische betriebswirtschaftliche Analyse von 20 schafhaltenden Betrieben in Kärnten. Abgerundet wird die Diskussion über die Wirtschaftlichkeit der Schafhaltung mittels Standarddeckungsbeitragsanalysen verschiedener Produktionstechniken in der Lämmermast sowie Rentabilitätsvergleichen mit anderen Grünlandnutzungsformen.

3.1. Rentabilitätsvergleich verschiedener Produktionstechniken in der Lämmermast

3.1.1. Lämmermast mit Bergschafen in Reinzucht

Da das Bergschaf durch seine überlegene Fruchtbarkeit hohe Aufzuchtraten der Lämmer ermöglicht, aber punkto Fleischfülle nicht an die Fleischschaffrasen heranreicht, liegen die Deckungsbeiträge zwischen jenen der Gebrauchskreuzungen und der Fleischrasen (siehe Tabelle 7).

Man sieht, daß der Deckungsbeitrag je Mutterschaf vor allem in Abhängigkeit von der Aufzuchtrate und dem Lämmerpreis zwischen ca. öS 600,- und öS 2.000,- schwankt.

Tabelle 7: Lämmermast mit Bergschafen

Einheit: 1 Mutterschaf (MS) mit Nachzucht; 37 kg/Lamm; 60 kg/Altschaf; 3 kg Wolle/MS; eigene Bestandeseergänzung (0,17 Stk.); 6 J. Nutzungsdauer/MS; 3000 KSTE netto/ha Grünland; Preis f. Kraftf.: 4,2 S/kg; Angaben inkl. MWST				
	Var.1	Var. 2	Var. 3	Var. 4
Aufgezog. Lämmer/MS/J:	1,6	2,0	2,5	3,0
Arbeitsbedarf/MS/J: Akh/MS	13	13,6	14,3	15,2
Flächenbedarf/MS: ar/MS	12,1	13,1	14,3	15,5
Lämmer kg/MS	53	68	86	105
Preis Lämmer S/kg	29	29	29	29
Preis Altschafe S/kg	18	18	18	18
Preis Wolle S/kg	25	25	25	25
Lämmer (Bergschaf)	1.537	1.972	2.494	3.045
Altschafe	180	180	180	180
Wolle	75	75	75	75
ROHERTRAG	1.792	2.227	2.749	3.300
Bestandeseergänzung	98	98	98	98
Grundfutter	405	440	481	521
Kraftfutter	238	298	353	417
Lecksteine	92	92	92	92
Tierarzt, Medikamente	110	110	110	110
Bockabwertung	60	60	60	60
Verbandsbeitrag	40	40	40	40
Sonstige Kosten	95	95	95	95
VARIABLE SPEZIALKOST.	1.138	1.232	1.328	1.432
DECKUNGSBEITRAG/MS	654	995	1.421	1.868
bei 28 S/kg	601	927	1.335	1.763
bei 30 S/kg	707	1.063	1.507	1.973

Quelle: Berechnungen der Bundesanstalt für Agrarwirtschaft

3.1.2. Lämmermast mit F1-Gebrauchskreuzungen

Tabelle 8: Lämmermast mit F1-Gebrauchskreuzung

Einheit: 1 Mutterschaf (MS) mit Nachzucht; 40 kg/Lamm; 60 kg/Altschaf; 3 kg Wolle/MS; Bestandeseergänzung (0,17 Stk.) durch Zukauf; 6 J. Nutzungsdauer/MS; 3000 KSTE netto/ha Grünland, Preis f. Kraftf.: 4,2 S/kg; Angaben inkl. MWST.				
	Var. 1	Var. 2	Var. 3	Var. 4
Aufgezog. Lämmer/MS/J.:	1,6	2,0	2,5	3,0
Arbeitsbedarf/MS/J: Akh/MS	13,0	13,6	14,3	15,2
Flächenbedarf/MS: ar/MS	12,0	13,0	14,2	15,4
Lämmer kg/MS	64	80	100	120
Preis Lämmer S/kg	30	30	30	30
Preis Altschafe S/kg	18	18	18	18
Preis Wolle S/kg	25	25	25	25
Lämmer (Bergschaf)	1.920	2.400	3.000	3.600
Altschafe	180	180	180	180
Wolle	75	75	75	75
ROHERTRAG	2.175	2.655	3.255	3.855
Bestandeseergänzung	444	444	444	444
Grundfutter	400	434	474	515
Kraftfutter	255	310	366	425
Lecksteine	92	92	92	92
Tierarzt, Medikamente	110	110	110	110
Bockabwertung	60	60	60	60
Verbandsbeitrag	40	40	40	40
Sonstige Kosten	95	95	95	95
VARIABLE SPEZIALKOST.	1.496	1.586	1.681	1.781
DECKUNGSBEITRAG/MS	679	1.069	1.574	2.074
bei 28 S/kg	615	989	1.474	1.954
bei 30 S/kg	743	1.149	1.674	2.194

Quelle: Berechnungen der Bundesanstalt für Agrarwirtschaft

Bei der Lämmermast mit Kreuzungslämmern bewegt sich der Rohertrag pro Mutterschaf bei einem Preis von öS 30/kg zwischen öS 2.200,- bis 3.900,-, allerdings sind hier durch den Zukauf der Muttertiere auch die variablen Spezialkosten höher als bei der Lämmermast mit Bergschafen (öS 1.496 bis 1.781,-je MS). Der Deckungsbeitrag schwankt demzufolge zwischen öS 600,- (1,6 aufgezogene Lämmer/MS und öS 29/kg) und öS 2.200,- (3 aufgezogene Lämmer, öS 31/kg) und liegt somit über den entsprechenden Werten der Lämmermast mit Bergschafen. Die höheren Preise je kg Lammfleisch ergeben sich vor allem wegen der besseren Fleischqualität von Kreuzungslämmern gegenüber reingezüchteten Bergschaflämmern.

3.1.3.Lämmermast mit Fleischrassen

Die Lämmermast mit Fleischrassen weist vor allem wegen der relativ geringen jährlichen Aufzuchtquote (saisonaler Brunstzyklus, geringere Fruchtbarkeit) und dem damit verbundenen niedrigen Rohertrag gegenüber den beiden vorher genannten Produktionsmethoden den geringsten Deckungsbeitrag auf. Durch die einmalige Ablammung pro Jahr sind allerdings die variablen Spezialkosten sowie der Arbeitsbedarf am geringsten (siehe Tabelle 9).

Tabelle 9: Lämmermast mit Fleischrassen

Einheit: 1 Mutterschaf (MS) mit Nachzucht; einmalige Ablammung/Jahr; eigene Bestandesergänzung (0,17 Stk) 6 J. Nutzungsdauer/MS; 45 kg/Lamm; 60 kg/Altschaf; 3 kg Wolle/MS; 3000 KSTE netto/ha Grünland; Preis f. Kraftf.: 4,2 S/kg, Angaben inkl. MWST				
	Var. 1	Var. 2	Var. 3	Var. 4
Aufgezog. Lämmer/MS/J.:	1,2	1,4	1,6	1,8
Arbeitsbedarf/MS/J: Akh/MS	11,0	11,2	11,4	11,6
Flächenbedarf/MS: ar/MS	12,1	12,4	14,8	13,1
Lämmer kg/MS	46	55	64	73
Preis Lämmer S/kg	31	31	31	31
Preis Altschafe S/kg	18	18	18	18
Preis Wolle S/kg	25	25	25	25
Lämmer (Bergschaf)	1.426	1.705	1.984	2.263
Altschafe	180	180	180	180
Wolle	75	75	75	75
ROHERTRAG	1.681	1.960	2.239	2.518
Bestandesergänzung	108	108	108	108
Grundfutter	400	410	421	432
Kraftfutter	179	208	242	276
Lecksteine	92	92	92	92
Tierarzt, Medikamente	110	110	110	110
Bockabwertung	60	60	60	60
Verbandsbeitrag	40	40	40	40
Sonstige Kosten	95	95	95	95
VARABLE SPEZIALKOST.	1.083	1.123	1.168	1.213
DECKUNGSBEITRAG/MS	598	837	1.071	1.305
bei 28 S/kg	552	782	1.007	1.232
bei 30 S/kg	644	892	1.135	1.378

Quelle: Berechnungen der Bundesanstalt für Agrarwirtschaft

3.1.4. Die Rentabilität der extensiven Lämmermast

PFINGSTNER 1982 behandelte auch die "extensive Schafhaltung". Dabei handelt es sich, wie der Name schon sagt, um eine sehr extensive Tierhaltungsform. Weder Lämmer noch Muttertiere erhalten Kraftfutter. Die Tiere werden mit schlechtem Heu über den Winter "gehungert". Bald nach der Schneeschmelze kommen die Tiere auf die Weide und danach auf die Alm. Die Lämmer werden nach der Alpung geschlachtet, wobei die Tiere oft bereits eineinhalb Jahre alt sind und eine dementsprechend schlechte Qualität aufweisen, zum Teil aber jünger und noch nicht schlachtreif sind.

Sehr interessant ist auch der Einfluß veränderter Preis-Kosten Relationen und Leistungsdaten auf das Einkommen in der Lämmermast.

3.2. Rentabilitätsfaktoren der Lämmermast

Tabelle 10: Einfluß veränderter Preis-Kosten-Relationen auf das Einkommen in der Lämmermast

		Diff. Einkommensbeitrag/J.
Lämmerpreis:	+ -1 S/kg LG	öS 46 - 120 je MS
Aufzuchtrate:	+ -0,1 Lamm/MS/J	öS 75 - 125 je MS
Kraftfutterkosten:	+ -0,5 S/kg	öS 25 - 50 je MS
Grundfutterkosten:	+ -0,1 S/KSTE	öS 36 - 46 je MS
Gebäudekosten:	+500 S/Platz/MS	öS 40 - 50 je MS
Lämmerverluste:	+ -1 %	öS 16 - 40 je MS

Quelle: Bundesanstalt für Agrarwirtschaft

Aus dieser Tabelle geht eindeutig hervor, daß das Aufzuchtergebnis und der Lämmerpreis das Einkommen am stärksten beeinflussen.

3.3. Die Rentabilität der Lämmermast im Vergleich mit anderen Betriebszweigen der Grünlandnutzung

Bei einer etwaigen Umstellung bzw. bei Einstieg eines Grünlandbetriebes auf bzw. in die Schafhaltung stellt sich für den Betriebsleiter bzw. die Betriebsleiterin vor allem die Frage, wie rentabel die Lämmermast im Vergleich zu anderen Formen der Grünlandnutzung ist. Zusätzliche Entscheidungsfaktoren ist die Höhe vorhandener freier Arbeitskapazitäten sowie die Art und der Zustand der vorhandenen Betriebsgebäude (siehe Tabelle 11).

Aus dieser Tabelle geht hervor, daß die Flächenverwertung in der Milchviehhaltung eindeutig besser ist als in der Lämmermast. Wird allerdings die Richtmenge überschritten, so ist jede andere Form der Grünlandnutzung wirtschaftlicher. In solchen Fällen empfiehlt es sich, den Kuhbestand abzustocken und die freien Grünlandkapazitäten anderwertig, z.B. durch Schafhaltung, zu nutzen. Bei Vergleich der Schafhaltung mit anderen extensiven Formen der Grünlandnutzung liegt diese im Spitzenfeld.

Die Arbeitsverwertung der Lämmermast ist sowohl mit der Milchviehhaltung (bis 4.000 kg Milchleistung) als auch mit den anderen Nutzungsformen konkurrenzfähig. Bezüglich des Arbeitsbedarfes ist die Lämmermast (90 - 103 Akh/ha) der Milchviehhaltung (168 - 170 Akh/ha) überlegen und eignet sich deshalb vor allem für Nebenerwerbsbetriebe bzw. andere Betriebe mit beschränkter Arbeitskapazität zur Grünlandverwertung.

Tabelle 11: Wettbewerbsvergleiche verschiedener Betriebszweige der Grünlandnutzung

Betriebszweige ¹⁾	Preis S/kg	erz. Tiere/ ha	DB ²⁾ / ha	Akh/ ha	DB/ Akh S/Akh	DB/ m ² S/m ²
Milchkühe (eig. Best. erg.)						
2000 kg Milch	5,28	1,06	11.238	170	66	1.152
3000 kg Milch	5,28	1,06	15.699	170	92	1.610
4000 kg Milch	5,28	1,06	19.048	170	112	1.953
5000 kg Milch	5,28	1,05	22.344	168	133	2.313
Kalbinnen						
Nutzkalbin	16.500	1,14	6.454	90	72	501
Zuchtkalbin	24.000	1,14	9.530	90	106	740
Mastkalbin (480 kg)	26	1,43	4.991	74	67	431
Stiermast Grassilage (35 % TS, 675 kg)	29	1,39	8.396	93	90	570
Mutterkuhhaltung (Einst., m. 290, w. 260 kg) ohne Förderung	39	1,12	5.141	70	73	383
mit Förd. öS 1.500.-/Kuh			6.820		97	508
mit Förd. öS 4.000.-/Kuh			9.621		137	716
Einstellerproduktion (290 kg)	39	3,60	10.116	105	96	1.041
Lämmernast-Bergschaf 2,0 Lämmer/MS/J.	29	7,70	7.662	103	74	474
2,5 Lämmer/MS/J.		7,00	9.947	103	97	592
Lämmernast-Kreuzung 2,0 Lämmer/MS/J.	30	7,70	8.231	103	80	509
2,5 Lämmer/MS/J.		7,00	10.990	103	107	654
Lämmernast-Fleischrasse 1,4 Lämmer/MS/J.	31	8,10	6.780	90	75	465
1,6 Lämmer/MS/J.		7,80	8.354	90	93	564

1) Grünland: 3000 KSTE/ha, Milchkühe: 2500 kg Milch aus Grundfutter, Angaben incl. MWST.

2) DB = Deckungsbeitrag

Quelle: Berechnungen der Bundesanstalt für Agrarwirtschaft

Die Kalkulationen gelten bei vorhandenen Betriebsgebäuden. Werden Um- bzw. Neubauten notwendig, so gewinnt die Lämmermast wegen der geringen Kosten je Mastplatz an Rentabilität.

Tabelle 12: Kapitalbedarf je Stallplatz bei Stallneubau in öS

Kategorie	je Platz	je GVE
Milchkühe	55.000.-	55.000.-
Kalbinnen	33.000.-	47.100.-
Schafe	2.500.-	25.000.-

Quelle: Bundesanstalt für Agrarwirtschaft

Das bedeutet, daß die Schafhaltung gegenüber der Milchviehhaltung dann an Rentabilität gewinnt, wenn bei ungenutzten Grünlandflächen die Stallkapazität erschöpft ist oder für die Milchviehhaltung teure Neubauten notwendig wären.

3.4. Die Wirtschaftlichkeit von schafhaltenden Betrieben an Hand der Analyse ausgewählter Betriebe in Kärnten

3.4.1. Methodische Gesichtspunkte der Betriebserhebung

Da sich die reale Betriebssituation, die regional vielfältigen Ausprägungsformen, sowie betriebswirtschaftliche Problemstellungen schafhaltender Betriebe mittels Standardkalkulationen nur ungenügend erfassen lassen, wurden im Rahmen dieser Arbeit 20 Betriebe in Kärnten erhoben. Aufgrund der Erhebungsdaten wurden

dann empirische Analysen durchgeführt, die die betriebswirtschaftliche Situation der Schafhaltung in der Praxis verdeutlichen sollen. Die Daten wurden mit Hilfe eines kombinierten Erhebungs- bzw. Fragebogens durch Befragung der Betriebsleiter, zumeist auch der Gattinnen oder sonstiger Familienmitglieder, erhoben. Meistens erfolgte vor oder nach der Befragung eine Betriebsbesichtigung. In den seltensten Fällen lagen schriftliche Aufzeichnungen (z.B. Buchführungsergebnisse) vor. Die Befragung für den betriebswirtschaftlichen Teil dauerte ca. 2 Stunden. Zusätzlich wurden die Landwirte zum Thema "Vermarktung von Produkten aus Schafhaltung" befragt. Die Auswahl der Betriebe erfolgte nach den Kriterien Bestandesgröße, regionale Verteilung, Nutzungsform, Rasse, Erschwerniszone und Erwerbsart. Es wurden hauptsächlich Betriebe mit über 15 Mutterschafen (ca. 30 Schafen) befragt. Bei kleineren Beständen dient die Schafhaltung eher der Selbstversorgung, der Landschaftspflege oder zu Hobbyzwecken. Betriebswirtschaftliche Aspekte sind dabei zumeist zweitrangig. Aus diesem Grund wurden die Halter von weniger als 20 Schafen (8 Mutterschafen) nicht berücksichtigt, obwohl 92 % der Kärntner Schafhalter weniger als 20 Tiere besitzen und 60 % der Schafe in solchen Beständen gehalten werden. Es wurde also versucht, einen möglichst umfassenden Überblick über die verschiedenen Formen der Schafhaltung in betriebswirtschaftlicher Hinsicht zu geben. Zusätzlich, um auch diese Form der Schafhaltung zu untersuchen, wurde auch der einzige Kärntner Betrieb mit Hütehaltung erhoben. Wegen der begrenzten zeitlichen und finanziellen Ressourcen beschränkte sich die Erhebung auf 20 Betriebe. In Bezug auf die Grundgesamtheit aller Kärntner Schafhalter ist dieser Stichprobenumfang im statistischen Sinn nicht signifikant (0,56 % der Schafhalter). Wird jedoch von der Tatsache ausgegangen, daß in Kärnten 1989 nur 174 (5 %) Betriebe einen betriebswirtschaftlich interessanten Bestand von mehr als 31 Schafen aufwiesen und mit den Erhebungsbetrieben 16 Betriebe dieser Kategorie erfaßt wurden (9 % dieser Betriebe), so sind die Ergebnisse dieser Erhebung doch sehr aussagekräftig.

Eine ausführliche Darstellung der Struktur der Erhebungsbetriebe erfolgt in Kapitel 7.1.

3.4.2. Die Kalkulationsgrundlagen

Das Kernstück der betriebswirtschaftlichen Analyse der Erhebungsbetriebe bilden Deckungsbeitragskalkulationen, die durch Fixkostenanalysen in den Bereichen Maschinen und Wirtschaftsgebäude ergänzt wurden.

Um die variablen Kosten und Arbeitsbedarfswerte der einzelnen Betriebe differenziert darstellen zu können, wurden die variablen Kosten und der Arbeitsbedarf in die Bereiche Haltung, Vermarktung und Grundfuttergewinnung aufgeteilt. Dabei wurden allerdings die gesamten variablen Autokosten, Strom und Wasserkosten der Haltung und die gesamten Telefonkosten der Vermarktung zugeordnet. Selten lassen sich diese Kosten eindeutig trennen (z.B. Hinfahrt: Zustellen von Fleisch; Rückfahrt: Einkauf von Kraftfutter). Entsprechend dieser Unterteilung wurden verschiedene Deckungsbeitragsvarianten ermittelt:

- DB1 = Rohertrag - variable Kosten Haltung
- DB2 = DB1 - variable Kosten Vermarktung
- DB3 = DB2 - variable Kosten Grundfutter

Die daneben angeführten Prozentangaben beziehen sich auf den Anteil des jeweiligen DB am Rohertrag.

Im folgenden werden die Kalkulationsgrundlagen, die zur Berechnung der Roherträge, der variablen Spezialkosten sowie der Fixkosten herangezogen wurden, kurz dargestellt.

Tabelle 13: Kalkulationsgrundlagen und Quellen der Deckungsbeitragskalkulationen

Rohertrag:	Anzahl der Mutterschafe x Aufzuchtergebnis - Bestandsergänzung
Variable Kosten: Var. Maschinenkost. Autokosten	ÖKL - Maschinenselbstkosten 1989 ÖAMTC - Autoselbstkosten 1989
Strombedarf Wasserbedarf	KTBL-Werte (öS 1,51,- je kWh; KEWG) BURGKART 1983 (öS 4,95,-/m ³)
Grundfutterkosten: Flächenbedarf Flächenerträge	Winterfutter/Erträge + Weide Standard-DB-Katalog BMLF
Arbeitsbedarf: Flächenleistung der Maschinen	REICHSTALER 1984, KTBL
Arbeitsgänge: Heuwerbung Silieren	1 x Mähen, 3 x Zetten bzw. Wenden, 2 x Schwaden, 1 x Ernten 1 x Mähen, 1 x Zetten, 1 x Schwaden, 1 x Ernten

Quelle: Eigene Erhebungen

Wegen der unterschiedlichen, mit zunehmender Bestandesgröße steigenden Bedeutung der Schafhaltung in den Betrieben und zur Hebung der Übersichtlichkeit der Kalkulationen werden die untersuchten Erhebungsbetriebe im Rahmen der betriebswirtschaftlichen Analyse in drei Gruppen (Bestandesgrößenklassen) unterteilt.

GRUPPE 1: Betriebe mit weniger als 15 Mutterschafen

"Hobbyschafhalter", Schafhaltung von meist untergeordneter gesamtbetrieblicher Bedeutung

GRUPPE 2: Betriebe mit 15 bis 100 Mutterschafen

Neben der Schafhaltung existieren meist andere, eventuell bedeutendere Betriebszweige

GRUPPE 3: Betriebe mit über 100 Mutterschafen

Die Schafhaltung ist meist der dominante bzw. alleinige Betriebszweig

3.4.3. Kalkulationsergebnisse der Betriebe mit weniger als 15 Mutterschafen (Gruppe 1)

In Betrieben dieser Gruppe (hauptsächlich Nebenerwerbsbetriebe) spielt die Schafhaltung für das Betriebseinkommen eine untergeordnete Rolle. Die Schafhaltung wird aus Interesse, Liebhaberei (Hobby) oder aus Tradition betrieben. Fünf der sechs untersuchten Betrieben sind Zuchtbetriebe, von denen wiederum vier Betriebe ihre Zuchttiere über Versteigerungen absetzen. Entsprechend hoch sind bei den Herdebuchzuchtbetrieben die Roherträge und Deckungsbeiträge pro Mutterschaf (Ausnahme: Betrieb Nr. 5). Bedingt durch den hohen Anteil von Zuchtbetrieben an den Erhebungsbetrieben ließe sich eventuell die falsche Annahme ableiten, daß Kleinbetriebe hauptsächlich Zuchtbetriebe sind. Allerdings trifft es sehr oft zu, daß Schafzüchter kleinere Bestände halten.

Durch die kleinen Bestandesgrößen einerseits und den höheren Arbeitsaufwand als Zuchtbetrieb andererseits ergeben sich sehr hohe Arbeitsbedarfswerte. Zum Teil resultieren diese auch aus dem persönlichem Interesse des Betriebsinhabers an der Schafhaltung. Ökonomische Kriterien sind bei diesen Betrieben oft zweitrangig. Aus diesem Grunde treten hohe variable Kosten auf. All das ist ausschlaggebend für die, abgesehen von Betrieb 1 und 2, niedrigen Deckungsbeiträge pro Arbeitskraftstunde.

Tabelle 14: Zusammenfassung der Kenndaten der Betriebe mit weniger als 15 Mutterschafen (Gruppe 1)

Anzahl der Betriebe Gruppe 1: 6		Durchschnitt
Aufzuchtergebnis		
asaisonale Rassen (4 Betr.)	120 - 206%	175,2%
saisonale Rassen (2 Betr.)	155 u. 183%	169,0%
durchschnittl. Erlöse/Lamm ¹⁾	1.170 - 3.653,-	2.197,-
var. Spezialkosten/MS	761 - 2.404,-	1.602,-
Akh/MS	23 - 80 Akh	45 Akh
Deckungsbeitrag		
DB3/MS	340 - 4.192,-	2.350,-
DB3/Akh	14 - 183,-	64,-
DB3/ha	993 - 42.997,-	13.419,-

1) Weil viele Betriebe sowohl Zucht- als auch Schlachtlämmer verkaufen, wurde für jeden Betrieb ein Durchschnittserlös pro Lamm errechnet.

Quelle: Eigene Berechnungen

Erhebungsbetrieb Nr. 1

Dieser Betrieb erzielt einen sehr hohen Deckungsbeitrag pro Mutterschaf und Arbeitskraftstunde. Der Deckungsbeitrag je Hektar ist der höchste aller untersuchten Betriebe.

Folgende Ursachen sind für dieses sehr gute Ergebnis ausschlaggebend:

- Hoher Rohertrag durch Verkauf von Zuchttieren.
- Die Haltung wird mit einem, im Vergleich zu anderen Zuchtbetrieben, niedrigen finanziellen und zeitlichen Aufwand betrieben. Der sehr geringe Kraftfutteraufwand ist auch dadurch bedingt, daß alle Tiere Mitte Februar bis Mitte März ablammen und ab Mai auf die Weide kommen. Somit brauchen die Lämmer kaum Kraftfutter. Durch das einmalige Ablammen pro Jahr (Saisonalität) ist auch der Arbeitsaufwand geringer als bei asaisonalen Rassen.

Die Almpériode dauert 150 Tage. Dadurch kommt der Betrieb mit nur 0,78 ha Heimfläche für die Schafhaltung aus. Die lange Alpdauer wirkt sich nicht nur positiv auf die Flächenverwertung aus, sondern senkt auch die Futterkosten und den Arbeitsaufwand.

Auf diesem Betrieb werden seit 1936 Schafe gehalten, seit 1939 gezüchtet. Bestimmt ist auch die langjährige Erfahrung ein Grund für dieses günstige Ergebnis.

Erhebungsbetrieb Nr. 2

Betrieb 2 erzielt als Zuchtbetrieb einen extrem hohen Rohertrag. Jedoch sind auch die variablen Kosten, speziell bei Viehzukauf und Kraftfutter, sehr hoch. Die Zucht wird mit großem Zeitaufwand betrieben.

Der Deckungsbeitrag pro Mutterschaf ist hier sehr hoch, auch der DB/ha liegt deutlich über den vergleichbaren Standarddeckungsbeiträgen. Die Arbeitsverwertung entspricht in etwa den Standarddeckungsbeiträgen für die Lämmermast.

Erhebungsbetrieb Nr. 3

Dies ist ein bekannter Bergschafzuchtbetrieb. Dementsprechend hohe Roherträge und Deckungsbeiträge je Mutterschaf werden erwirtschaftet. Allerdings treten auch hier sehr hohe variable Spezialkosten in der Haltung (besonders Kraftfutter und Hygiene) auf. Zucht und Haltung beanspruchen sehr viel Arbeitszeit.

Die gesamte Heugewinnung wird mit Motormäher, Heuraupe und Einachsschlepper durchgeführt. Dadurch ergibt sich einerseits ein hoher Zeitaufwand für die Winterfuttergewinnung (15,6 Akh/MS), andererseits verursachen diese benzingetriebenen Geräte hohe variable Kosten.

Daher ist es auch nicht verwunderlich, wenn der DB/Akh deutlich unter, der DB/ha allerdings, bedingt durch den hohen Rohertrag und 107 Tage Alpung, über den Werten der Standardkalkulationen liegt.

Erhebungsbetrieb Nr. 4

Dieser Betrieb fällt durch ein sehr ungünstiges Ergebnis sowohl je Mutterschaf als auch in Bezug auf die Flächen- und Arbeitsproduktivität auf.

Mit der Schafhaltung wurde hier erst im Jahre 1987 begonnen. Somit ist dieses Ergebnis zum Teil auf Anfangsschwierigkeiten zurückzuführen, die fast immer auftreten.

Negativ auf die Wirtschaftlichkeit wirken sich das niedrige Aufzuchtergebnis von 120% und die hohen Kraftfutterkosten, trotz eigenem Getreide, aus.

Tabelle 15: Deckungsbeitragskalkulationen der Betriebe 1, 2 und 3 in öS

	BETRIEB: 1				BETRIEB: 2				BETRIEB: 3			
<u>ges. Betriebsfläche</u>	Nebenerwerb; Zone 1; 2,0 AK 45,52 ha, davon 2,5 ha Pacht 1,5 ha 1-Schnittwiesen 8,34 ha 2-Schnittwiesen 15,81 ha Wald 19,87 ha Alm				Nebenerwerb; Zone 3; 1,5 AK 34,5 ha 10 ha 2-Schnittwiesen 11,5 ha Weide 13 ha Wald				Nebenerwerb; Zone 2; 0,5 AK Pachtb. 8 ha 8 ha 2-Schnittwiesen			
<u>ges. Viehbestand:</u>	23 Schafe, davon 8 Mutterschafe 30 Rinder, davon 5 Milchkühe 2 Schweine 1 Pferd Texel Zuchtbetrieb; Schlachtlämmer untergeordnete Rolle				24 Schafe, davon 9 Mutterschafe 13 Rinder, davon 4 Milchkühe 3 Schweine 11 Hühner 1 Pferd Zuchtbetrieb: Schwarzkopf bzw. Suffolk; Schlachtlämmer untergeordnete Rolle (30%) Alpung				47 Schafe, davon 14 Mutterschafe Bergschafzuchtbetrieb; 50 % Zucht- tiere, 50 % Schlachtlämmer; Alpung			
	Aufzuchtergebnis 183 %, 0,2 Lämmer/MS für Bestandesergänzung				Aufzuchtergeb. 155 %, Bestandesergänzung durch Zukauf				Aufzuchtergebnis 206 %, 0,125 Lämmer /MS für Bestandesergänzung			
Rohertrag RE.	Anz.	Gew.	Kilopreis	gesamt	Anz.	Gew.	Kilopreis	gesamt	Anz.	Gew.	Kilopreis	gesamt
Lämmer 1					3	36	30 (1.080)	3.240				
Altschafe	1,6	75	15 (1.125)	1.800	2		1.800	3.600	2	70	15 (1.050)	2.100
Lämmer 1	4	32,5	62,5 (1.170)	8.125					15	26,3	56 (1.472,8)	22.092
Zuchttiere w	3		2.500	7.500	4		3.350	13.400	8		4.200	33.600
Zuchttiere m	6		3.500	21.000	7		4.928,6	34.500	4		3.500	14.000
Wolle		50	24	1.200		45	20	900		60	20	1.200
Häute									15		20	300
Felle												
Summe RE.	4953,1/Mutterschaf			39.625	6.182,2/Mutterschaf			55.640	5.235,1/Mutterschaf			73.292
var. Kosten VK	gesamt		pro MS		gesamt		pro MS		gesamt		pro MS	
VK Haltung												
Viehzukauf	2.250		281,3		8.500		944,4		4.000		285,7	
Kraftfutter	540		67,5		6.430		714,4		8.650		617,9	
Mineralfutter	200		25		480		53,3		500		35,7	
Einstreu	500		62,5		300		33,3					
Hygiene, TA	200		25		505		56,1		2.380		170	
Verbandsbeitrag	60		7,5		95		10,6		100		7,1	

var. Auto KO	509	63,6	1.074	119,3	2.405	171,8			
Strom, Wasser etc.	90	11,3	150	16,7	700	50			
Körnungen			200	22,2					
Sonstiger Aufwand	120	15	180	20	1.000	71,4			
Summe	4.469	558,7	17.914	1.990,3	19.735	1.409,6			
VK Vermarktung									
Versteigerung	405	50,6	495	55	540	38,6			
Telefon	80	10	90	10	140	10			
Schlachten					1.500	107,1			
Summe	485	60,6	585	65	2.180	155,7			
VK Grundfutter									
Mineraldünger	72	9	435,4	48,4	1.568	112			
Maschinenring	55,5	6,9	760	84,4					
var. Masch. KO	1.006,1	125,8	1.945,1	216,1	4.525	323,2			
Summe	1.133,6	141,7	3.140,5	348,9	6.093	435,2			
Summe VK	6.087,6	761	21.639,5	2.404,2	28.008	2.000,5			
Arbeit									
Haltung	141 Akh	17,63 Akh 77 %			876 Akh	62,57 Akh 78 %			
Vermarktung	27 Akh	3,38 Akh 15 %	340 Akh	37,78 Akh 91,6 %	26 Akh	1,86 Akh 2,3 %			
Grundfutter	15 Akh	1,88 Akh 8 %	31 Akh	3,44 Akh 8,4 %	218 Akh	15,57 Akh 19,50 %			
Summe	183 Akh	22,89 Akh 100 %	371 Akh	41,22 Akh 100 %	1.120 Akh	80 Akh 100 %			
Fläche	Heu 0,58 ha Weide 0,2 ha 0,78 ha ohne Alm;	10,26 MS/ha	Heu 1,51 ha Weide 1,0 ha 2,51 ha	3,58 MS/ha	Heu 2,5 ha Weide 0,84 ha 3,34 ha (ohne Alm);	4,19 MS/ha			
Deckungsbeitrag DB	gesamt	je MS	in % d. RE	gesamt	je MS	in % d. RE	gesamt	je MS	in % d. RE
Deckungsbeitrag 1	35.156	4.394,4	88,7 %	37.726	4.191,9	67,8 %	53.557	3.825,5	73,1 %
Deckungsbeitrag 2	34.671	4.338,8	87,5 %	37.141	4.126,9	66,8 %	51.377	3.669,8	70,1 %
Deckungsbeitrag 3	33.537,4	4.192,1	84,6 %	34.000,5	3.778	61,1 %	45.284	3.334,6	61,8 %
DB ₁ /Akh (Halt/Verm)	206,4			109,2			57,9		
DB ₂ /Akh (gesamt)	183,3			91,7			40,4		
DB ₃ /ha (ohne Alm)	42.996,7			13.546,0			13.558,1		

Tabelle 16: Deckungsbeitragskalkulationen der Betriebe 4, 5 und 6 in öS

	BETRIEB: 4				BETRIEB: 5				BETRIEB: 6			
ges. Betriebsfläche	Vollerwerb; Zone 2; 1 AK 50 ha 10 ha 2-Schnittwiesen 8 ha Portionsweide 0,5 ha Weizen 1,5 ha Menggetreide 30 ha Wald				Nebenerwerb; Zone 1; 0,5 AK 4 ha: gepachtet 2 ha 2-Schnittwiesen 2 ha 1-Schnittwiesen+Umtriebsweide				Nebenerwerb; Zone 3; 0,5 Ak 6 ha gepachtet 3 ha 2-Schnittwiesen 3 ha Umtriebsweide			
ges. Viehbestand:	25 Schafe, davon 13 Mutterschafe 30 Rinder, davon 15 Mutterkühe 35 Hühner 5 Kaninchen 3 Schweine Lämmerproduktion: Bergschaf Reinzucht				36 Schafe, davon 13 Mutterschafe Bergschaf Zuchtbetrieb; 40 % Zuchttiere, 60 % Schlachttiere; Alpung				20 Schafe, davon 13 Mutterschafe Bergschaf Zuchtbetrieb; 30 % Zuchttiere, 70 % Schlachtlämmer			
	Aufzuchtergebnis 120 %, 0,15 Lämmer/MS für Bestandeseergänzung				Aufzuchtergeb. 175 %, 0,14 Lämmer/MS für Bestandeseergänzung				Aufzuchtergebnis 200 %, 0,16 Lämmer/MS für Bestandeseergänzung			
Rohertrag RE	Anz.	Gew.	Kilopreis	gesamt	Anz.	Gew.	Kilopreis	gesamt	Anz.	Gew.	Kilopreis	gesamt
Lämmer l												
Altschafe	2	30	40 (1.200)	2.400								
Lämmer t	14	15	78 (1.170)	16.380	13	22,5	54 (1.215)	15.795	16	14	70 (980)	15.680
Zuchttiere w					8		2.500	20.000	8		1.800	14.400
Zuchttiere m		45	18	810					50	18		900
Wolle												
Häute												
Felle					13		700	9.100				
Summe RE	1.506,9/Mutterschaf			19.590	3.453,5/Mutterschaf			44.895	2.383,1/Mutterschaf			30.980
var. Kosten VK	gesamt			pro MS	gesamt			pro MS	gesamt			pro MS
VK Haltung												
Viehzukauf	1.500			115,4	2.000			153,8	3.000			230,8
Kraftfutter	6.150,3			473,1	4.360			355,4	1.867			143,6
Mineralfutter	900			69,2	820			63,1	935			72
Einstreu	155,8			12	2.200			169,2				
Hygiene, TA	200			15,4					3.300			254
Schür	1.400			107,7	2.065			158,8				
Verbandsbeitrag	60			4,6	60			4,6	60			4,6

var. Auto KO	740	56,9	720	55,4	160	12,3			
Strom, Wasser etc.	160	12,3	440	33,8	150	11,5			
Almgemeinschaft			80	6,2					
Tierversicherung			450	54,6					
Sonstiger Aufwand	195	15	200	15,4	250	19,2			
Summe	11.461,1	881,6	13.395	1.030,4	9.722	748			
VK Vermarktung									
Schlachten, Zert.	2.400	184,6							
Versteigerung			270	20,8					
Gerben			4.491	345,5					
Telefon	130	10	130	10	130	10			
Summe	2.530	194,6	4.891	376,3	130	10			
VK Grundfutter									
Mineraldünger					313,6	24,1			
Maschinenring			10.000	769,2	1.596	122,8			
var. Masch. KO	1.175,2	90,4	1.157,5	89,0	1.442,3	110,9			
Summe	1.175,2	90,4	11.157,5	858,2	3.351,9	257,8			
Summe VK	15.166,3	1.666,6	29.443,5	2.264,9	13.203,9	1.015,8			
Arbeit									
Haltung	217 Akh	16,69 Akh 71 %	715 Akh	55 Akh 80,5 %	475 Akh	36,54 Akh 90 %			
Vermarktung	70 Akh	5,38 Akh 23 %	15 Akh	1,15 Akh 2,0 %	24 Akh	1,85 Akh 4,0 %			
Grundfutter	20 Akh	1,54 Akh 6 %	78 Akh	6,0 Akh 9,5 %	30 Akh	2,31 Akh 6,0 %			
Summe	307 Akh	23,61 Akh 100 %	808 Akh	62,15 Akh 100 %	529 Akh	40,7 Akh 100 %			
Fläche	Heu 0,82 ha Weide 1,4 ha 2,22 ha	5,86 MS/ha	4 ha (ohne Alm)	3,25 MS/ha	Heu 0,9 ha Weide 3,0 ha 3,9 ha	3,33 MS/ha			
Deckungsbeitrag DB	gesamt	je MS	in % d. RE	gesamt	je MS	in % d. RE	gesamt	je MS	in % d. RE
Deckungsbeitrag 1	8.128,9	625,3	41,5 %	31.500	2.423,2	70,2 %	21.258	1.635,1	68,6
Deckungsbeitrag 2	5.598,9	430,7	28,6 %	26.609	2.046,9	59,3 %	21.128	1.625,1	68,2
Deckungsbeitrag 3	4.423,7	340,3	22,6 %	15.451,5	1.188,7	34,4 %	17.776,1	1.367,3	57,4
DB ₁ /Akh (Hali/Verf)	19,5			36,5			42,3		
DB ₂ /Akh (gesamt)	14,4			19,1			33,0		
DB ₃ /ha (ohne Alm)	1.992,7			3.802,9			4.558,0		

Erhebungsbetrieb Nr. 5

Auch dieser Betrieb erzielt ein schlechtes ökonomisches Ergebnis. Dafür verantwortlich sind:

- Ein schlechtes Aufzuchtergebnis von 175%
- Niedrige Preise für Lammfleisch (öS 54,-/kg)
- Kaum Möglichkeiten, die Altschafe abzusetzen

Aus diesen drei Gründen kommt der für einen Zuchtbetrieb geringe Rohertrag pro Mutterschaf zustande.

Sehr hoch fallen auch hier die variablen Kosten für die Grundfuttergewinnung aus. Ein Teil der Winterfuttergewinnung und die Stallmistausbringung wird von einem Bauern in Lohnarbeit durchgeführt. Das restliche Winterfutter wird mit benzingetriebenen Geräten (hohe variable Kosten) gewonnen.

Die Schafhaltung beansprucht auf diesem Betrieb sehr viel Arbeitszeit. Positiv auf den Rohertrag und den Deckungsbeitrag wirkt sich der Fellverkauf aus. Pro Fell verdient dieser Betrieb rund öS 350,- (Ertrag aus Fellverkauf minus Gerbkosten).

Erhebungsbetrieb Nr. 6

Dieser Betrieb hält seit 1985 Schafe. Dadurch ergeben sich Anfangsschwierigkeiten, die sich nachteilig auf das Betriebsergebnis auswirken.

3.4.4. Kalkulationsergebnisse der Betriebe mit einem Bestand von 15 - 100 Mutterschafen (Gruppe 2)

In dieser Gruppe geht die Schafhaltung über eine hobbymäßige Nutzung hinaus. Sie ist innerhalb der Betriebsorganisation von wesentlicher ökonomischer Bedeutung. Allerdings können Betriebe mit derartigen Bestandesgrößen von der Schafhaltung alleine nicht leben. Es handelt sich entweder um Nebenerwerbsbetriebe oder um Vollerwerbsbetriebe, die neben der Schafhaltung auch andere Betriebszweige aufweisen.

Diese Betriebe realisieren bereits eine über die Selbstversorgung und den Bekanntenkreis hinausgehende Belieferung des Marktes mit Lammfleisch. Bei solchen Bestandesgrößen ist bereits eine beträchtliche Verminderung des Arbeitsbedarfes pro Mutterschaf und damit ein höherer Deckungsbeitrag je Arbeitsstunde (DB3/Akh) festzustellen.

Tabelle 17: Zusammenfassung der Kenndaten der Betriebe mit einem Bestand von 15 - 100 Mutterschafen (Gruppe 2)

Anzahl der Betriebe (Gruppe 2): 8		Durchschnitt
Aufzuchtergebnis		
asaisonale Rassen (7 Betr.)	180 - 230%	206,8%
saisonale Rassen (1 Betr.)	193%	
durchschnittl. Erlöse/Lamm ¹⁾	1.153 - 2.292.-	1.504.-
var. Spezialkosten/MS	635 - 1.567.-	958.-
Akh/MS	10 - 37 Akh	18 Akh
Deckungsbeitrag		
DB3/MS	1.518 - 3.922.-	2.248.-
DB3/Akh	61 - 231.-	144.-
DB3/ha	7.773 - 31.514.-	18.538.-

1) siehe Tabelle 14

Quelle: Eigene Berechnungen

Erhebungsbetrieb Nr. 7

Bedingt durch die Nähe zu einer Stadt erzielt dieser Betrieb hohe Preise für Lammfleisch. Daher wird ein höherer Deckungsbeitrag pro Mutterschaf als in den Standardkalkulationen erreicht. Durch höheren Arbeits- und Flächenbedarf sind jedoch die entsprechenden Deckungsbeiträge niedriger.

Erhebungsbetrieb Nr. 8

Auf diesem Betrieb wird die höchste Arbeitsproduktivität aller Erhebungsbetriebe erzielt. Auch beim Deckungsbeitrag pro Mutterschaf und in der Flächenverwertung liegt er im Spitzenfeld.

Ausschlaggebend dafür sind:

- Als Zuchtbetrieb setzt er rund 70% der Lämmer über Versteigerungen ab. Daraus resultiert ein hoher Rohertrag.
- Geringe variable Kosten und Zeitaufwand im Vergleich mit anderen Zuchtbetrieben.
- Eine Alpzeit von 95 Tagen entlastet die Heimflächen und reduziert den Arbeitsbedarf. Als Talbetrieb stehen eigenes Getreide und Silomais zur Verfügung, am Grünland sind drei Schnitte möglich. Entsprechend niedrig sind die Futterkosten.
- Seit 1938 Zuchtbetrieb; große Erfahrung in der Haltung.

Erhebungsbetrieb Nr. 9

Dieser Bergbauernbetrieb ist mit Spezialmaschinen für die Bewirtschaftung von Steilflächen ausgestattet. Dadurch entstehen im Vergleich zu anderen Bergbetrieben einerseits niedrigere variable Maschinenkosten (dieselbetriebene Geräte), andererseits wird der Arbeitsbedarf bei der Futterernte beträchtlich gesenkt.

Allerdings verursachen diese Spezialmaschinen enorme Fixkosten.

Die überdurchschnittlich hohen Deckungsbeiträge sind auch durch eine lange Alpengangsperiode und durch hohe Roherträge bedingt. Trotz der hohen Mastengewichte wird ein angemessener Verkaufspreis erzielt. Die Lämmer werden geschlachtet vermarktet, die Verrechnung erfolgt über das Lebendgewicht.

Erhebungsbetrieb Nr. 10

Bei diesem extremen Bergbauernbetrieb der Zone 4 wird die Winterfuttermittelgewinnung zu einem großen Teil händisch durchgeführt (Mähen mit Motormäher; Zetten, Wenden hauptsächlich händisch; Schwaden mit Heuraupe; händisches Be- und Entladen des Motorkarrens). Entsprechend hoch ist der Arbeitsbedarf für die Grundfuttermittelgewinnung. Daraus resultiert eine geringe Arbeitsproduktivität, obwohl die Deckungsbeiträge pro Mutterschaf und Hektar sehr hoch sind. Dafür ausschlaggebend sind eine Alpengangsdauer von 112 Tagen und die Tatsache, daß ein Viertel der Lämmer als Zuchttiere abgesetzt wird.

Erhebungsbetrieb Nr. 11

Dies ist ebenfalls ein Zone 4-Betrieb mit außerordentlich hohen Deckungsbeiträgen. Die Gründe dafür sind:

- a) Hoher Rohertrag:
 - sehr gutes Aufzuchtergebnis (für Fleischrassen)
 - hohe Lämmerpreise (Zuchttierverkauf; Direktvermarktung der Schlachtlämmer)
 - befriedigende Altschaferlöse durch Todvermarktung

- b) Geringe variable Spezialkosten
 - einmalige Ablammung im Frühjahr
 - kurze Stallhaltungsperiode, 105 Tage Alpengang

Tabelle 18: Deckungsbeitragskalkulationen der Betriebe 7, 8 und 9 in öS

	BETRIEB: 7				BETRIEB: 8				BETRIEB: 9			
<u>ges. Betriebsfläche</u>	Nebenerwerb; Zone 0; 1,0 AK 9 ha; davon 3 ha Weide gepachtet 3 ha 3-Schnittwiesen 3 ha Umtriebsweide 3 ha Wald				Vollerwerb; Zone 1; 2,0 AK 95 ha, davon 10 ha Pacht 15 ha 3-Schnittwiesen 10 ha Umtriebsweide 5 ha Silomais 5 ha Gerste 50 ha Wald 10 ha Alm				Vollerwerb, Zone 3; 2,5 AK 74 ha 2 ha 1-Schnittwiese 14 ha 2-Schnittwiese 10 ha Alm + Almanteile 48 ha Wald			
<u>ges. Viehbestand:</u>	35 Schafe, davon 17 Mutterschafe Lämmererzeugung: Bergschaf x Schwarzkopf				56 Schafe, davon 18 Mutterschafe 80 Rinder, davon 20 Milchkühe 20 Hühner 10 Kaninchen Bergschafzuchtbetrieb; Schlachtlämmer untergeordnete Rolle (30 %), Alpung				60 Schafe, davon 25 Mutterschafe 16 Rinder, davon 9 Mutterkühe 6 Schweine 20 Hühner 1 Pferd Lämmererzeugung: Zucht untergeordnete Rolle; Alpung Bergschaf x Bergschaf bzw. Texel			
	Aufzuchtergebnis 225 %, Bestandesergänzung durch Zukauf				Aufzuchtergeb. 213 %, 0,125 Lämmer/MS für Bestandesergänzung				Aufzuchtergebnis 200 %, 0,125 Lämmer/MS für Bestandesergänzung			
Robertrag RE	Anz.	Gew.	Kilopreis	gesamt	Anz.	Gew.	Kilopreis	gesamt	Anz.	Gew.	Kilopreis	gesamt
Lämmer 1	-	-	-	-	11	65	28 (1.820)	20.020	4	30	30 (900)	3.600
Altschafe	2	65,0	19 (1.250)	2.500	2	70	15 (1.050)	2.100	3	-	(800)	2.400
Lämmer 1	38	19,5	70 (1.295)	49.210	-	-	-	-	38	55	30 (1.650)	62.700
Zuchttiere w	-	-	-	-	25	-	2.500	62.500	5	-	1.700	8.500
Zuchttiere m	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Wolle	-	45	20	900	-	100	18	1.800	-	100	35	3.500
Häute	38	-	20	760	-	-	-	-	-	-	-	-
Felle	-	-	-	-	-	-	-	-	6	-	650	3.900
Summe RE	3.139,4/Mutterschaf			53.370	4.801,1/Mutterschaf			86.420	3.384/Mutterschaf			84.600
var. Kosten VK	gesamt			pro MS	gesamt			pro MS	gesamt			pro MS
VK Haltung	5.750			338,2	1.500			83	2.917			116,7
Viehzukauf	5.940			349,4	2.022			112,3	2.132,3			85,3
Kraftfutter	1.520			89,4	1.800			100	1.680			67,2
Mineralfutter	-			-	-			-	4.550			182
Silomais (Zukauf)	650			38,2	-			-	1.500			60
Ernstreu	1.520			89,4	700			39,9	1.500			60
Tierarztl. Hygiene	-			-	-			-	-			-

Schur	-	-	1.500	83	-	-			
Weidezins (Alm)	-	-	200	11,1	-	-			
Verbandbeitrag	-	-	60	3,3	-	-			
var. Autokosten	424	24,9	1.000,2	55,6	376	15			
Strom, Wasser etc.	280	16,5	350	19,4	330	13,2			
sonst. Aufwand	255	15	270	15	375	15			
var. Masch. KO	-	-	588,8	32,7	-	-			
Summe	16.339	961	9.991	555,3	15.360	614,4			
VK Vermarktung									
Gerben	-	-	-	-	2.100	84			
Fleischbeschau	1.140	67,1	-	-	-	-			
Versteigerung	-	-	1.125	62,5	-	-			
Telefon	170	10	180	10	250	10			
Summe	1.310	77,1	1.305	72,5	2.350	94			
VK Grundfutter									
Mineraldünger	1.201,7	70,7	242	13,4	45,4	1,8			
var. Masch. KO	1.371	80,6	1.422,9	79,1	6.818,3	272,7			
Maschinenring	500	29,4	-	-	-	-			
var. KO Maissilage	-	-	2.867,9	159,3	-	-			
Summe	3.072,7	180,7	4.532,8	251,8	6.863,7	274,5			
Summe VK	20.721,7	1.218,8	15.828,8	879,6	24.573,7	982,9			
Arbeit									
Haltung	375 Akh	22,06 Akh 87 %	248 Akh	13,78 Akh 81 %	313 Akh	12,52 Akh 77 %			
Vermarktung	23 Akh	1,35 Akh 5 %	20 Akh	1,11 Akh 7 %	15 Akh	0,6 Akh 4 %			
Grundfutter	34 Akh	2,0 Akh 8 %	37 Akh	2,06 Akh 12 %	78 Akh	3,12 Akh 19 %			
Summe	432 Akh	25,41 Akh 100 %	305 Akh	16,95 Akh 100 %	406 Akh	16,24 Akh 100 %			
Fläche	Heu 1,2 ha Weide <u>3,0 ha</u> 4,2 ha	4,5 MS/ha	Heu 0,98 ha Silomais 0,35 ha Weide <u>1,0 ha</u> 2,24 ha ohne Alm.	8,04 MS/ha	Heu 2,54 ha Weide <u>0,54 ha</u> 3,08 ha ohne Alm	8,12 MS/ha			
Deckungsbeitrag DB	gesamt	je MS	in % d. RE	gesamt	je MS	in % d. RE	gesamt	je MS	in % d. RE
Deckungsbeitrag 1	37.031	2.178,4	69,4 %	76.429	4.245,8	88,4 %	69.240	2.769,6	82 %
Deckungsbeitrag 2	35.721	2.101,3	66,9 %	75.124	4.173,3	86,9 %	66.890	2.675,6	79 %
Deckungsbeitrag 3	32.648,3	1.920,6	61,2 %	70.591,2	3.921,5	81,7 %	60.026,3	2.401,1	71 %
DB ₁ /Akh (Halt/Verm)	89,8			280,3			203,9		
DB ₂ /Akh (gesamt)	75,6			231,4			147,8		
DB ₃ /ha (ohne Alm)	7.773,4			31.513,9			19.489,1		

Tabelle 19: Deckungsbeitragskalkulationen der Betriebe 10, 11 und 12 in öS

	BETRIEB: 10				BETRIEB: 11				BETRIEB: 12			
ges. Betriebsfläche	Nebenerwerb: Zone 4: 1,5 AK 79 ha 7 ha 2-Schnittwiesen 52 ha Alm 20 ha Wald				Vollerwerb: Zone 4: 3,0 AK 38 ha, davon 13 ha Alm gepachtet 3 ha 1-Schnittwiesen 3,5 ha 2-Schnittwiesen 0,5 ha Umtriebsweide 25 ha Alm 6 ha Wald				Vollerwerb: Zone 0: 1,0 AK 14 ha, davon 6 ha gepachtet 4 ha 3- u. 4-Schnittwiesen 3 ha Umtriebsweide 4 ha Silomais 3 ha Gerste			
ges. Viehbestand:	74 Schafe, davon 30 Mutterschafe 3 Rinder, davon 2 Mutterkühe 2 Schweine 15 Hühner				147 Schafe, davon 50 Mutterschafe 1 Milchkuh 80 Schweine 15 Hühner				95 Schafe, davon 50 Mutterschafe 31 Rinder, davon 12 Milchkuh			
	Bergschaf Reinzucht: 25 % Zuchttiere: 75 % Schlachtlämmer: Alpung				Lämmererzeugung und Zucht von Fleischrasen (Schwarzkopf, Texel): Alpung				Lämmererzeugung: Meriono x Merino bzw. Sufolk			
	Aufzuchtergebnis 200 %, 0,13 Lämmer /MS für Bestandsergänzung				Aufzuchtergeb. 193 %, 0,2 Lämmer/MS für Bestandsergänzung				Aufzuchtergebnis 200 %, 0,15 Lämmer/MS für Bestandsergänzung			
Rohertrag RE	Anz.	Gew.	Kilopreis	gesamt	Anz.	Gew.	Kilopreis	gesamt	Anz.	Gew.	Kilopreis	gesamt
Lämmer l	6	46	27 (1.242)	7.452	-	-	-	-	82	42,5	28 (1.190)	97.580
Altschafe	4	65	15 (975)	3.900	10	35	35 (1.225)	12.250	7	70	15,5 (1.085)	7.595
Lämmer t	37	23	59 (1.357)	50.209	76	23,5	65 (1.527,5)	116.090	10	21,25	70 (1.487,5)	14.875
Zuchttiere w	13	-	2.500	32.500	3	-	2.500	7.500	-	-	-	-
Zuchttiere m	-	-	-	-	7	-	3.000	21.000	-	-	-	-
Wolle	-	100	18	1.800	-	-	-	-	-	180	25	4.500
Häute	-	-	-	-	5	-	400	2.000	-	-	-	-
Felle	37	-	10	370	70	-	30	2.100	-	-	-	-
Summe RE	3.207,7/Mutterschaf			96.231	3.218,8/Mutterschaf			160.940	2.491/Mutterschaf			124.550
var. Kosten VK	gesamt		pro MS		gesamt		pro MS		gesamt		pro MS	
VK Haltung	2.500		83,3		5.000		100		3.500		70	
Viehzukauf	10.000		333,3		4.410		88,2		4.571,3		91,4	
Kraffutter	2.040		68		1.875		37,5		8.736		174,8	
Mineralfutter	1.909,1		63,6		500		10		4.000		80	
Einstreu	780		26		2.500		50		4.300		86	
Tierarzt, Hygiene												

Schur	3.500	116,7	-	-	2.500	50
Verbandsbeitrag	60	2	150	3	50	1
var. Autokosten	1.109	37	1.170	23,4	564	11,3
Strom, Wasser etc.	500	16,7	550	11	900	18
var. Masch. KO	-	-	-	-	549,9	11
sonstiger Aufwand	500	16,7	750	15	750	15
Summe	22.898,1	763,3	16.905	338,1	30.421,2	608,5
VK Vermarktung						
Gerben	-	-	1.650	33	-	-
Strom, Wasser etc.	-	-	450	9	-	-
Fleischbeschau	-	-	1.900	38	-	-
Versteigerung	585	195	450	9	-	-
Telefon	300	10	500	10	500	10
Summe	885	29,5	4.950	99	500	10
VK Grundfutter						
Mineraldünger	1.180	39,3	1.726,2	34,5	-	-
Pflanzenschutz	-	-	450	9	-	-
var. Masch. KO	4.169,7	139,0	7.707,9	154,2	1.960,2	39,2
var. KO Silomais	-	-	-	-	5.718,4	114,4
Summe	5.349,7	178,3	9.884,1	197,7	7.678,6	153,6
Summ VK	29.132,8	971,1	31.739,1	634,8	38.599,8	772,1
Arbeit						
Haltung	674 Akh	22,47 Akh 61 %	406 Akh	8,12 Akh 70 %	437 Akh	8,74 Akh 85 %
Vermarktung	132 Akh	4,4 Akh 12 %	41 Akh	0,82 Akh 7 %	35 Akh	0,7 Akh 7 %
Grundfutter	296,5 Akh	9,88 Akh 27 %	129 Akh	2,58 Akh 23 %	42 Akh	0,84 Akh 8 %
Summe	1.102,5 Akh	36,75 Akh 100 %	576 Akh	11,52 Akh 100 %	514 Akh	10,28 Akh 100 %
Fläche	Heu 2,83 ha Weide <u>1,3 ha</u> 4,13 ha (ohne Alm);	7,26 ha MS/ha	Heu 4,76 ha Weide <u>1,0 ha</u> 5,76 ha ohne Alm.	8,68 MS/ha	Heu 0,6 ha Silomais 0,4 ha Weide <u>3,0 ha</u> 4,0 ha	12,5 MS/ha
Deckungsbeitrag DB	gesamt	je MS	in % d. RE	gesamt	je MS	in % d. RE
Deckungsbeitrag 1	73.332,9	2.444,4	76,2 %	144.035	2.880,7	89,5 %
Deckungsbeitrag 2	72.447,9	2.414,9	75,3 %	139.085	2.781,7	86,4 %
Deckungsbeitrag 3	67.098,2	2.236,6	69,7 %	129.200,9	2.584	80,3 %
DB ₁ /Akh (Halt/Verm)	89,9			311,2		
DB ₂ /Akh (gesamt)	60,9			224,3		
DB ₃ /ha (ohne Alm)	16.246,5			22.430,7		
					198,4	
					167,2	
					21.487,6	

Tabelle 20: Deckungsbeitragskalkulationen der Betriebe 13 und 14 in ÖS

	BETRIEB: 13				BETRIEB: 14			
ges. Betriebsfläche:	Vollerwerb; Zone 2; 1,5 AK 91 ha 10 ha 2-Schnittwiesen 6 ha Umtriebsweide 7,5 ha Wald				Nebenerwerb; Zone 3; 1,0 AK 15 ha, davon 6 ha Alm gepachtet 3,5 ha 2-Schnittwiesen + Umtriebsweide 3,5 ha 3-Schnittwiesen 1,5 ha Silomais 1,5 ha Gerste 5,0 ha Wald			
ges. Viehbestand:	142 Schafe, davon 80 Mutterschafe 100 Truthühner 15 Ziegen Lämmererzeugung (hauptsächl. Bergschaf x Merino)				147 Schafe, davon 70 Mutterschafe 15 Rinder, davon 6 Milchkühe 7 Schweine Lämmererzeugung Bergschaf bzw. Scharzkopf x Schwarzkopf; Alpung			
	Aufzuchtergebnis 180 %, Bestandsergänzung zu 50 % durch Nachzucht; 0,8 Lämmer/MS für Bestandsergänzung				Aufzuchtergeb. 230 %, Bestandsergänzung durch Zukauf			
Rohertrag RE	Anz.	Gew.	Kilopreis	gesamt	Anz.	Gew.	Kilopreis	gesamt
Lämmer I	27	32	30 (960)	25.920	81	40	27 (1.080)	87.480
Altschafe	12	65	15 (975)	11.700	10	70	15 (1.050)	10.500
Lämmer I	110	16	75 (1.200)	132.000	80	20	65 (1.300)	104.000
Wolle	-	-	-	-	-	200	18	3.600
Häute	110	-	25	2.750	-	-	-	-
Felle	-	-	-	-	40	-	550	22.000
Summe RE:	2.154,6/Mutterschaf			172.370	3.251,1/Mutterschaf			227.580
var. Kosten VK	gesamt			pro MS	gesamt			pro MS
VK Haltung	10.000			125	22.000			314,3
Viehzukauf	2.058			25,7	24.000			342,9
Kraftfutter	2.000			25	2.000			28
Mineralfutter	7.500			93,8	6.000			25,7
Tierarzt, Hygiene	3.375			42,2	5.000			71,4
Schur								

Weidezins, Alm	-	-	6.000	85,7		
Transport	-	-	2.328	33,3		
var. Masch. KO	1.432	17,9	4.182	59,7		
Strom, Wasser etc.	1.450	18,1	1.300	18,6		
sonstiger Aufwand	1.200	15	1.050	15		
Summe	29.015	362,7	78.860	1.126,6		
VK Vermarktung						
Gerben	2.750	34,4	1.500	21,4		
Beschaugebühren	-	-	14.000	200		
Telefon	800	10	700	10		
Summe	3.550	44,4	16.200	231,4		
VK Grundfutter						
var. Masch. KO	10.792,4	134,9	7.951,6	113,6		
var. Belüftungs. KO	7.566	94,6	-	-		
var. KO Silomais	-	-	6.648,5	95		
Summe	18.358,4	229,5	14.600,1	208,6		
Summe VK	50.923,4	636,1	109.660,1	1.566,6		
Arbeit						
Haltung	498 Akh	6,23 Akh 61 %	1.005 Akh	14,36 Akh 82 %		
Vermarktung	200 Akh	2,5 Akh 25 %	97 Akh	1,39 Akh 8 %		
Grundfutter	114 Akh	1,43 Akh 14 %	121 Akh	1,83 Akh 10 %		
Summe	812	10,16 Akh 100 %	1.230 Akh	17,58 Akh 100 %		
Fläche	Heu 7,5 ha Weide 6,0 ha 13,5 ha	5,93 MS/ha	Heu 4,29 ha Silomais 1,5 ha 5,79 ha ohne Alm	12,09 MS/ha		
Deckungsbeitrag DB	gesamt	je MS	in % d. RE	gesamt	je MS	in % d. RE
Deckungsbeitrag 1	143.355	1.791,9	83,2 %	148.720	2.124,5	65,3 %
Deckungsbeitrag 2	139.805	1.747,5	81,2 %	132.520	1.893,1	58,2 %
Deckungsbeitrag 3	121.446,6	1.518,0	70,5 %	117.919,9	1.684,5	51,8 %
DB ₁ /Akh (Halt/Verm)	200,3			120,3		
DB ₂ /Akh (gesamt)	149,6			95,9		
DB ₃ /ha (ohne Alm)	8.996,0			20.336,1		

c) Geringerer Arbeitsbedarf

- spürbare Arbeitsaufwandsdegression durch relativ großen Bestand
- Nachbarschaftshilfe bei Heuernte und anderen Arbeiten (Gegenseistung Stallmist)

Erhebungsbetrieb Nr. 12

Dieser Betrieb erwirtschaftet hohe Deckungsbeiträge trotz eines geringen Rohertrages. Die niedrigen variablen Kosten werden durch eigenes Kraftfutter und hohe Grünlanderträge erreicht. Für die Verrichtung der anfallenden Arbeiten wird wenig Zeit benötigt.

Erhebungsbetrieb Nr. 13

Auf diesem Betrieb wird die Schafhaltung relativ extensiv betrieben. Daraus ergeben sich ein unterdurchschnittliches Aufzuchtergebnis und ein niedriger Rohertrag pro Mutterschaf. Durch die geringen variablen Kosten, trotz einer Stallhaltungsperiode von 182 Tagen, entspricht der Deckungsbeitrag pro Mutterschaf und Hektar den Standardwerten. Auf Grund des geringen Arbeitsbedarfes wird eine hohe Arbeitsproduktivität erreicht.

Sehr gut sind hier die Preise für Lammfleisch. Die Lämmer werden zum Teil in Wien vermarktet. Dies ist allerdings nur möglich, weil nahe Verwandte den Transport und die Zustellung übernehmen. Bestünde diese Möglichkeit nicht, wäre dieser Vermarktungsweg zu teuer und unrentabel.

Erhebungsbetrieb Nr. 14

Rohertrag und Deckungsbeitrag pro Mutterschaf und Arbeitskraftstunde stimmen weitgehend mit den Standardwerten über-

ein. Die Flächenverwertung übertrifft allerdings, bedingt durch Alpeng und hohe Flächenerträge, die Standardwerte bei weitem.

3.4.5. Kalkulationsergebnisse der Betriebe mit Beständen über 100 Mutterschafen (Gruppe 3)

Bei den untersuchten Betrieben in dieser Gruppe handelt es sich ausschließlich um Vollerwerbsbetriebe. Es sind fünf landwirtschaftliche Betriebe und eine Wanderschäferei auf Kooperativenbasis. Drei dieser Betriebe leben fast zur gänze von der Schafhaltung.

Bei den Betrieben mit solchen Bestandesgrößen treten die geringsten Arbeitsbedarfswerte pro Mutterschaf auf. Sie liegen aber kaum unter den Werten der Bestände von 50 bis 100 Mutterschafen.

Tabelle 21: Zusammenfassung der Kenndaten der Betriebe mit Beständen über 100 Mutterschafen (Gruppe 3)

Anzahl der Betriebe (Gruppe 3): 6		Durchschnitt
Aufzuchtergebnis ¹⁾	165 - 240%	204,1%
durchschnittl. Erlös/Lamm	1.123 - 1.918.-	1.386.-
var. Spezialkosten/MS ²⁾	904 - 1.656.-	1.194.-
Akh/MS	7 - 21 Akh	12 Akh
Deckungsbeitrag		
DB3/MS	951 - 2.604.-	1.888.-
DB3/Akh	101 - 183.-	145.-
DB3/ha	6.811 - 25.177.-	16.241.-

1) nur asaisonale Rassen

2) Betriebe 18 und 19 wurden nicht berücksichtigt, weil die variablen Kosten/MS ein verzerrtes Bild ergeben würden.

Quelle: Eigene Berechnungen

Tabelle 22: Deckungsbeitragskalkulationen der Betriebe 15, 16 und 17 in 6S

	BETRIEB: 15				BETRIEB: 16				BETRIEB: 17			
ges. Betriebsfläche	Vollerwerb: Zone 2; 1,5 AK 76 ha 5 ha verpachtet 9 ha 2-Schnittwiesen 6 ha Umtriebsweide 56 ha Wald				Vollerwerb: Zone 2; 1,5 AK 21,5 ha, davon 6,5 ha Pacht 5 ha 2-Schnittwiesen 8,8 ha Umtriebsweide 7,7 ha Wald				Vollerwerb: Zone 0; 1,5 AK für Schafhaltung incl. Winterfütter 334 ha, davon 300 ha Pacht 8 ha 2-Schnittwiesen 57 ha Umtriebsweide 5 ha Silomais 125 ha Körnermais 125 ha Weizen 5 ha Hafer 9 ha Wald			
ges. Viehbestand:	172 Schafe, davon 105 Mutterschafe 13.000 Masthühner Bergschaf Reinzucht; 50 % Schlachtlämmer				293 Schafe, davon 170 Mutterschafe 1 Schwein Lämmererzeugung: Bergschaf x Merino bzw. Suffolk				1.068 Schafe, davon 460 Mutterschafe 1.300 Mastschweine Lämmererzeugung: Merino (Bergschaf) x Schwarzkopf			
	Aufzuchtergebnis 230 %, 0,15 Lämmer/MS für Bestandsergänzung				Aufzuchtergebnis 200 %, Bestandsergänzung zum Teil durch Nachzucht; 0,1 Lämmer/MS für Bestandsergänzung				Aufzuchtergebnis 165 %, 0,15 Lämmer/MS für Bestandsergänzung			
Rohertag RE:	Anz.	Gew.	Kilopreis	gesamt	Anz.	Gew.	Kilopreis	gesamt	Anz.	Gew.	Kilopreis	gesamt
Lämmer 1	113	37	27 (1.000)	113.000	194	41	27 (1.107)	214.758	447	52,5	28 (1.470)	657.090
Altschafe	16	70	15 (1.050)	16.800	23	70	15 (1.050)	24.150	69	70	16 (1.120)	77.280
Lämmer 1	-	-	-	-	129	20,5	56 (1.148)	148.092	223	26,3	66 (1.735,8)	387.083,4
Zuchttiere	113	-	1.500	169.500	-	-	-	-	20	-	1.700	34.000
Wolle	-	400	18	7.200	-	550	18	9.900	-	1.800	18	32.400
Felle	10	-	450	4.500	-	-	-	-	-	-	-	-
Häute	-	-	-	-	-	-	-	-	223	-	50	11.150
Summe RE:	2.961,9/Mutterschaf			311.000	2.334,7/Mutterschaf			396.900	2.606,5/Mutterschaf			1.199.003,4
var. Kosten VK:	gesamt			pro MS	gesamt			pro MS	gesamt			pro MS
VK Haltung	2.500			23,8	30.000			176,5	10.500			22,8
Vieh-zukauf	12.525			119,3	88.130 incl. Grundfütterzukauf			518,4	435.605,4			947
Kraftfütter	6.882			65,5	19.400			114,1	47.370			103
Mineralfütter	-			-	-			-	286			0,6
var. Kf) Ausputz	4.000			38,1	-			-	-			-
Einstreue	4.850			46,2	4.250			25	38.952			84,7
Hygiene, Tierarzt	-			-	-			-	-			-

Schur	7.000	66,7	4.000	23,5	19.950	43,4			
Verbandsbeitrag	200	1,9	-	-	-	-			
var. Auto KO	465	4,4	1.420	8,4	15.200	33			
Strom, Wasser etc.	3.200	30,5	3.400	20	11.700	25,4			
var. Masch. KO	449	4,3	9.525,3	56,0	20.719,2	45			
Tier- u. Futtermitt.	-	-	-	-	5.000	10,9			
sonstiger Aufwand	1.575	15	2.550	15	6.900	15			
Summe	43.646	415,7	162.675,3	956,9	612.182,6	1330,8			
VK Vermarktung									
Fleischbeschau	-	-	-	-	-	-			
Viehpässe	759	7,2	2.390	14,1	5.575	12,1			
Gerben	2.200	21	-	-	-	-			
Telefon	1.050	10	1.700	10	4.600	10			
Schlachten	-	-	-	-	13.320	29,1			
Summe	-4.009	38,2	4.090	24,1	23.555	51,2			
VK Grundfutter									
Mineraldünger	-	-	-	-	27.264	59,3			
Pflanzenschutz	800	7,6	10.200	60	1.000	2,2			
Siloplane	1.000	9,5	1.000	5,9	1.000	2,2			
Maschinenring	36.000	342,5	-	-	40.000	87			
var. Masch. KO	9.427	89,8	4.214,6	24,8	22.328,2	48,5			
var. KO Silomais	-	-	-	-	34.194	74,3			
Summe	47.227	449,8	15.414,6	90,7	125.786,2	273,5			
Summe VK	94.882	903,7	182.179,9	1.071,7	761.523,8	1.655,5			
Arbeit									
Haltung	1.075 Akh	10,24 Akh 91 %	1.972 Akh	11,6 Akh 93 %	3.070 Akh	6,67 Akh 93 %			
Vermarktung	50 Akh	0,48 Akh 4 %	93 Akh	0,55 Akh 4 %	105 Akh	0,23 Akh 3 %			
Grundfutter	60 Akh	0,57 Akh 5 %	68 Akh	0,4 Akh 3 %	132 Akh	0,29 Akh 4 %			
Summe	1.185 Akh	11,28 Akh 100 %	2.133 Akh	12,55 Akh 100 %	3.307 Akh	7,19 Akh 100 %			
Fläche	Heu + Grassilage Weide	9 ha 6 ha 15 ha	7 MS/ha	Heu + Grassilage Weide	5 ha 8,8 ha 13,8 ha	12,09 MS/ha	Grassilage 3,23 ha Heu 1,0 ha Silomais 3,0 ha Weide 57,0 ha 64,23 ha	7,16 MS/ha	
Deckungsbeitrag DB	gesamt	je MS	in % d. RE	gesamt	je MS	in % d. RE	gesamt	je MS	in % d. RE
Deckungsbeitrag 1	267.354	2.546,2	86,0 %	234.224,7	1.377,8	59,0 %	586.820,8	1.275,7	48,9 %
Deckungsbeitrag 2	263.345	2.508	84,7 %	230.134,7	1.353,7	54,1 %	563.265,8	1.224,5	47,0 %
Deckungsbeitrag 3	216.118	2.058,2	69,5 %	214.720,1	1.263	51,0 %	437.479,6	951	36,5 %
DB ₁ /Akh (Halt/Verm)	234,1			111,4			177,4		
DB ₂ /Akh (gesamt)	182,4			100,7			132,3		
DB ₃ /ha (ohne Atm)	14.407,9			15.559,4			6.811,1		

Tabelle 23: Deckungsbeitragskalkulationen der Betriebe 18, 19 und 20 in öS

	BETRIEB: 18				BETRIEB: 19				BETRIEB: 20			
	Vollerwerb; Zone 3,2 AK				Vollerwerb; Zone 1: 2,5 AK				Wanderschafhaltung; 2-3 AK			
<u>ges. Betriebsfläche</u>	273 ha, davon 250 ha Alm Pacht 2 ha Silomais 5 ha 2-Schnittwiesen 16 ha Wald 250 ha Alm				291 ha, davon 8 ha + 255 ha Alm gepachtet 2 ha 2-Schnittwiesen 13 ha 3-Schnittwiesen 2 ha Silomais 1 ha Gerste 13 ha Wald							
<u>ges. Viehbestand:</u>	401 Schafe, davon 170 Mutterschafe 5 Milchkühe 4 Schweine 6 Ziegen Lämmererzeugung: Berschaf (Steinschaf) x Bergschaf, Schwarzkopf, Texel; Fertigmästen zugekaufter Lämmer; Alpjung				506 Schafe, davon 230 Mutterschafe 33 Rinder, davon 15 Milchkühe 7 Hühner Lämmererzeugung: Bergschaf (Steinschaf) x Schwarzkopf, Texel; zusätzlich Fertigmästen zugekaufter Lämmer; Alpjung				275 Schafe, davon 200 Mutterschafe Juraschaf: 40 % Zuchttiere; 60 % Schlachtiere			
	Aufzuchtergebnis 220 %, Bestandesergänzung z.T. durch Zukauf, z.T. durch Eigennachzucht				Aufzuchtergeb. 240 %, Bestandesergänzung durch Zukauf				Aufzuchtergebnis 170 %, 0,15 Lämmer/MS für Bestandesergänzung			
Rohertrag RE:	Anz.	Gew.	Kilopreis	gesamt	Anz.	Gew.	Kilopreis	gesamt	Anz.	Gew.	Kilopreis	gesamt
Lämmer I	450	45	27,5 (1.237,5)	556.875	500	42,5	28 (1.190)	595.000	-	-	-	-
Altschafe	20	-	800	16.000	120	65	15 (975)	117.000	30	70	15 (1.050)	31.500
Lämmer I	450	22,5	56,5 (1.271,25)	572.062,5	500	21	57 (1.197)	598.500	186	18	85 (1.530)	284.580
Zuchttiere	25	-	1.700	42.500	-	-	-	-	124	-	2.500	310.000
Wolle	-	700	20	14.000	-	1.200	20	24.000	-	500	35	17.500
Felle	150	-	470	70.500	40	-	450	18.000	120	-	750	90.000
Häute	-	-	-	-	450	-	35	15.750	-	-	-	-
Summe RE:	7.482,0/Mutterschaf			1.271.937,5	5.948,9/Mutterschaf			1.368.250	3.667,9/Mutterschaf			733.580
var. Kosten VK	gesamt		pro MS		gesamt		pro MS		gesamt		pro MS	
VK Haltung	16.500		97,1		81.000		352,2		16.000		80	
Tierzukauf (Halt.)	434.520		2.556		489.250		2.127,2		-		-	
Tierzukauf (Halt.)	110.000		647		118.750		516,3		10.000		50	
Kraftfutter	5.000		29,4		7.400		32,2		3.600		18	
Mineralfutter	9.600		56,5		19.200		83,5		-		-	
Einstreu	21.500		126,5		18.000		78,3		15.000 (incl. Hunde)		75	
Tierarzt, Hygiene	15.000		88,2		15.000		65,2		-		-	
Schur	8.000		47		8.000		34,8		-		-	
Hirte	-		-		-		-		-		-	

Transportkosten	5.000	29,4	10.000	43,5	35.000	175			
Almpacht + Entgelt für Flächen	42.500	250	10.000	43,5	10.000	50			
Milchpulver	-	-	-	-	15.000	75			
Heu	-	-	-	-	10.000	50			
Tierversicherung	-	-	-	-	10.000	50			
var. Autokosten	54.200	318,8	46.100	200,4	37.500	187,5			
var. Masch. KO	3.041,5	17,9	10.070,8	43,8	-	-			
Strom, Wasser etc.	7.600	44,7	7.500	32,6	-	-			
sonstiger Aufwand	3.400	20	4.600	20	10.000	50			
Summe	735.861,5	4.328,5	844.870,8	3.673,5	172.100	860,5			
VK Vermarktung									
Gerben	37.500	220,6	14.000	60,9	36.000	180			
Beschaugebühren	562,5	3,3	15.500	67,4	18.600 (incl. Schlachten)	93			
Telefon	15.000	82,2	4.600	20	2.000	10			
Summe	53.062,5	312,1	34.100	148,3	56.600	283			
VK Grundfutter									
Mineraldünger	6.000	35,3	11.413	49,6					
var. Masch. KO	17.541,3	103,2	18.167	79					
var. KO Silomais	16.770	98,6	15.835,3	68,9					
Summe	40.311,3	237,1	45.415,3	197,4					
Summe VK	829.335,3	4.877,7	924.386,1	4.019,2	228.700	1.143,5			
Arbeit									
Haltung	2.439 Akh	14,35 Akh 69 %	1.499 Akh	6,52 Akh 62 %					
Vermarktung	728 Akh	4,28 Akh 20 %	636 Akh	2,77 Akh 26 %					
Grundfutter	377 Akh	2,22 Akh 11 %	285,5 Akh	1,24 Akh 12 %					
Summe	3.544 Akh	20,85 Akh 100 %	2.420,5 Akh	10,53 Akh 100 %	2-3 Akh	7,19 Akh 100 %			
Fläche	Heu 12 ha Silomais 2 ha Weide 9 ha 23 ha, ohne Alm:	7,39 MS/ha	Heu + Grassilage 10,98 ha Silomais 1,65 ha Weide 5,0 ha 17,63 ha ohne Alm						
Deckungsbeitrag DB	gesamt	je MS	in % d. RE	gesamt	je MS	in % d. RE	gesamt	je MS	in % d. RE
Deckungsbeitrag 1	536.076	3.153,5	42,1 %	523.379,2	2.275,4	38,3 %	561.480	2.807,4	76,5 %
Deckungsbeitrag 2	483.013,5	2.841,4	38,0 %	489.279,2	2.127,1	35,8 %	504.880		
Deckungsbeitrag 3	442.702,2	2.604,3	34,8 %	443.863,9	1.929,7	32,5 %	504.880	2.524,4	68,8 %
DB ₁ /Akh (Halt./Verm)	152,5			229,2					
DB ₂ /Akh (gesamt)	124,9			183,4					
DB ₃ /ha (ohne Alm)	19.247,9			25.176,6			DB 2 = DB3/AK = 201.952		

Erhebungsbetrieb Nr. 15

Der Rohertrag liegt leicht über dem der Standardkalkulationen bei gleichem Aufzuchtergebnis, der Deckungsbeitrag/MS erreicht jedoch fast doppelt so hohe Werte. Sowohl Flächen- als auch Arbeitsproduktivität übertreffen die Literaturwerte.

Auffallend bei den variablen Spezialkosten sind die hohen Maschinenringkosten. Dieser Betrieb verzichtet zum Großteil auf Eigenmechanisierung und läßt die Stallmistausbringung, Mähen, Schwaden und Ernten vom Maschinenring ausführen. Dadurch fallen die Fixkosten entsprechend niedrig aus.

Erhebungsbetrieb Nr. 16

Roherträge, Deckungsbeiträge pro Akh und Mutterschaf liegen weitgehend im Bereich der Standardwerte. Die Flächenproduktivität ist jedoch aufgrund der hohen Besatzdichte (12,3 Mutterschafe/ha) deutlich höher (150%). Der Betrieb hat die Möglichkeit, fremde Flächen zu beweiden. Es besteht auch eine ziemlich intensive Zusammenarbeit mit einem viehlosen Ackerbaubetrieb. Als Gegenleistung für Schafmist erhält der Betrieb Stroh und Maschinenleistungen.

Erhebungsbetrieb Nr. 17

Dies ist zur Zeit der größte schafhaltende Betrieb in Kärnten. Die Schafe dienen diesem Ackerbaubetrieb zur Restgrünlandverwertung. Durch ein geringes Aufzuchtergebnis (165%) und hohe variable Spezialkosten (Kraftfutter!) ist der Deckungsbeitrag je Mutterschaf und Hektar relativ niedrig. Durch geringe Arbeitsbedarfswerte wird jedoch eine hohe Arbeitsproduktivität erreicht.

Erhebungsbetrieb Nr. 18

Die Betriebe 18 und 19 vermarkten neben den eigenen Lämmern auch zugekaufte, die sie fertigmästen. Deshalb ergeben die Roherträge, variablen Kosten, Deckungsbeiträge und Arbeitsbedarfswerte pro Mutterschaf ein verzerrtes Bild. Die Endmast zugekaufter Lämmer ist für diese 2 Betriebe zwar wirtschaftlich, jedoch läßt sich das nicht verallgemeinern. Die Rentabilität hängt von den Zukaufskosten, Verkaufserlösen, Futterkosten, Kosten für Hygiene und den Ausfällen ab. Ein Problem kann hier das vermehrte Auftreten von Krankheiten sein, wenn Tiere aus unterschiedlichen Beständen zusammenkommen.

Es wird eine hohe Arbeitsproduktivität und, infolge der Alpeng, eine sehr hohe Flächenproduktivität erreicht.

Erhebungsbetrieb Nr. 19

Hier werden extrem hohe Deckungsbeiträge je Arbeitskraftstunde und je Hektar erzielt. Auffallend ist das sehr gute Aufzuchtergebnis von 240% (das beste von allen untersuchten Betrieben). Positiv auf die Flächenverwertung wirken sich die Alpeng und die hohen Erträge der Heimflächen aus.

Erhebungsbetrieb Nr. 20

Dieser Betrieb läßt sich nicht mit den vorhergehenden landwirtschaftlichen Betrieben vergleichen. Es ist allerdings interessant, die Wanderschafhaltung einer ortsgebundenen Schafhaltung gegenüber zu stellen. Die hohen Deckungsbeiträge ergeben sich durch sehr gute Roherträge. In Wanderherden lammen die Tiere nur einmal pro Jahr ab. Für eine einmalige Ablammung sind 170% Aufzuchtergebnis ein sehr guter Wert. Aufgrund der Exklusivität dieser Haltungsform lassen sich die Lämmer mit öS 85/kg absetzen. Für Zuchttiere wird ein hoher Preis erzielt, weil Juraschafe in Österreich sehr selten sind. Wolle und Felle

werden von dieser Kooperative veredelt verkauft, was sich ebenfalls günstig auf den Rohertrag auswirkt.

3.5. Wirtschaftlichkeitsparameter der Erhebungsbetriebe

Aus dem vorhergehenden Kapitel ist ersichtlich, daß die Deckungsbeiträge in der Schafhaltung sehr stark schwanken. Tabelle 24 gibt einen Überblick über die Variationsbreite der wirtschaftlichen und haltungstechnischen Erfolgsmaßstäbe. Neben den Extremwerten werden die Mittelwerte sowie die Durchschnittswerte im unteren und oberen Viertel dargestellt.

Tabelle 24: Variationsbreite der wirtschaftlichen und haltungstechnischen Erfolgsmaßstäbe

Aufzuchtergeb.	Extremwerte	unt.Viertel	Mittelwert	ob.Viertel
asaisonale Rassen	120-240%	157,5%	198,5%	231,3%
saisonale Rassen	155-193%		177,0%	
Erlöse/Lamm	1.123 - 3.653.-	1.166,-	1.676,-	2.652,-
var. Kosten/MS	635 - 2.404.-	737,-	1.225,-	1.978,-
Akh/MS	7-80	10	25	52
DB3/MS	340 - 4.192.-	1.022,-	2.171,-	3.546,-
DB3/Akh	14 - 231.-	34,-	119,-	201,-
DB3/ha	1.993 - 42.997.-	5.000,-	16.317,-	28.721,-

Quelle: Eigene Berechnungen

Tabelle 25 schlüsselt die variablen Kosten in Prozent auf. Die dargestellten Prozentwerte sind die Durchschnittswerte der 20 Erhebungsbetriebe.

Tabelle 25: Durchschnittliche prozentuelle Zusammensetzung der variablen Kosten

Kostenfaktor	in %
Tierzukauf	16,0
Kraft-u. Mineralfutter	29,1
Hygiene	6,6
Grundfutter	23,0
Vermarktung	7,5
Sonstiges	17,8
gesamt	100,0

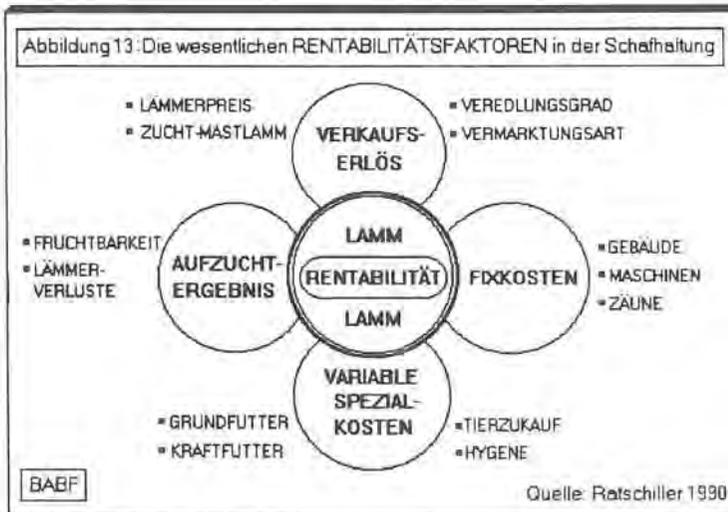
Quelle: Eigene Berechnungen

Man sieht, daß vor allem die Kostenstellen Kraft- und Mineralfutter und die Grundfuttergewinnung, aber auch der Tierzukauf auf der Aufwandsseite am meisten ins Gewicht fallen und deshalb innerbetrieblich optimiert werden müssen.

Aus den Darstellungen der einzelnen Betriebe ist ersichtlich, daß die ökonomisch erfolgreichsten Betriebe zumindest ein befriedigendes Aufzuchtergebnis erreichen, für ihre Tiere sehr gute Verkaufserlöse erzielen (oft Zuchttiere) und geringe Aufwände (variable Spezialkosten) aufweisen.

Besonders positiv auf die Flächenverwertung des Heimbetriebes wirkt sich die Alpengang aus. Verbunden mit den sinkenden Arbeitsbedarfswerten je Mutterschaf bei steigenden Bestandesgrößen, erhöht sich zumeist die Arbeitsproduktivität (DB/Akh) mit zunehmender Herdengröße.

Bei den Betrieben mit geringen Deckungsbeiträgen fallen ein niedriges Aufzuchtergebnis und hohe variable Spezialkosten auf. Sehr oft fehlt in diesen Betrieben eine leistungsgerechte Fütterung. Eine händische Winterfuttergewinnung senkt die Deckungsbeiträge pro Arbeitskraftstunde.



In dem folgenden Kapitel soll untersucht werden, ob sich an Hand der Erhebungsbetriebe eindeutige Zusammenhänge (Korrelationen) zwischen dem Aufzuchtergebnis, dem durchschnittlichen Lämmerpreis, der Bestandesgröße und dem Deckungsbeitrag ableiten lassen. Auch auf den Einfluß von Haltungskosten und Lage des Betriebes (Bergbetriebe) auf die Wirtschaftlichkeit wird eingegangen.

3.5.1. Der Einfluß des Aufzuchtergebnisses

In betriebswirtschaftlichen Untersuchungen ist das Aufzuchtergebnis neben den Erlösen für Lämmer das wesentlichste Kriterium für die Rentabilität der Schafhaltung.

Bei den untersuchten Betrieben wurde versucht, mit Hilfe einer Korrelationsrechnung etwaige Zusammenhänge zwischen Deckungsbeitrag und Aufzuchtergebnis nachzuweisen. Allerdings konnten bei der einfachen linearen Korrelation keine Zusammenhänge festgestellt werden. Die Korrelations-

koeffizienten (r) beziehungsweise die Bestimmtheitsmaße (B) betragen:

1. DB/Mutterschaf-Aufzuchtergebnis

$$r = 0,1936$$

$$B = 0,0386$$

2. DB/Akh-Aufzuchtergebnis

$$r = 0,3662$$

$$B = 0,1341$$

3. DB/ha-Aufzuchtergebnis

$$r = 0,3757$$

$$B = 0,1411$$

Die Konfidenzintervalle sind jedoch relativ groß, sodaß die Korrelationen statistisch nicht signifikant sind.

Bei Standardmodellen werden alle anderen Faktoren wie Preise für Lämmer, Futterkosten, Kosten für Hygiene etc. konstant gehalten. Bei der vorliegenden Erhebung variieren sie jedoch von Betrieb zu Betrieb. Der Deckungsbeitrag setzt sich hier aus einer Vielzahl von Variablen zusammen. Besonders schwanken die Erlöse pro Lamm.

Die enormen Preisunterschiede resultieren daraus, daß die Stichprobe sowohl Mast- als auch Zuchtbetriebe enthält. Eine Unterteilung in diese beiden Nutzungsrichtungen wäre aber problematisch gewesen, weil dann der Stichprobenumfang noch kleiner geworden wäre. Darüberhinaus erweist sich bei den meisten Betrieben eine eindeutige Zuteilung als Zucht- oder Mastbetrieb als schwierig.

Außerdem beeinflußt eine Steigerung des Aufzuchtergebnisses bei verschiedenen Produktionsverfahren den Deckungsbeitrag in unterschiedlichem Maße. Haltungsmethoden mit einmaliger Ablammung im Frühjahr (saisonale Rassen) weisen gegenüber Verfahren mit mehrmaliger Ablammung (asaisonale Rassen) höhere

Steigerungen im Deckungsbeitrag bei einer Verbesserung des Aufzuchtergebnisses auf (BIRNKAMMER 1976). Berechnungen von NITTER 1982 zeigen, daß bereits ab 2,1 geborenen Lämmern pro Ablammung unter Umständen kein zusätzlicher Grenzerlös mehr erzielt werden kann. Somit sind nicht Drillings- oder gar Vierlingsgeburten erstrebenswert, sondern Zwillingswürfe bei möglichst kurzen Zwischenlammzeiten (bei asaisonalen Rassen).

Anders sieht dieses Ergebnis aus, wenn man mit Hilfe der partiellen Korrelationsrechnung den durchschnittlichen Erlös pro Lamm als konstant annimmt. Der Korrelationskoeffizient bzw. das Bestimmtheitsmaß für den Deckungsbeitrag pro Mutterschaf und das Aufzuchtergebnis betragen dabei:

$$r = 0,7436$$

$$B = 0,5530$$

Die Interpretation dieses Ergebnisses lautet: Die Varianz des Deckungsbeitrages pro Mutterschaf ist, bei konstanten durchschnittlichen Erlösen pro Lamm, zu 55,3% vom Aufzuchtergebnis abhängig. Die Korrelationskoeffizienten bzw. Bestimmtheitsmaße für den Deckungsbeitrag pro Arbeitskraftstunde, den Deckungsbeitrag pro Hektar und das Aufzuchtergebnis sind allerdings bedeutend geringer.

Somit sieht man, daß sich bei den erhobenen Betrieben das Aufzuchtergebnis stark auf den wirtschaftlichen Erfolg auswirkt. Die folgende Übersicht soll zeigen, von welchen Faktoren die Aufzuchtleistung abhängig ist.



Die Fruchtbarkeit der Mutterschafe wird wiederum von verschiedenen Parametern beeinflusst:

Genetik

Bisher nahm man an, daß die Fruchtbarkeit nur zu einem geringen Maß genetisch bedingt sei.

Die Heritabilität (h^2) beträgt 0,1- 0,2; Bei bestimmten Rassen (z.B. Finnschafen) wurden jedoch Heritabilitätskoeffizienten bis zu 0,5 errechnet (DOBOS 1988). Es wäre zu untersuchen, ob durch Selektion fruchtbarer Tiere auch die Fruchtbarkeit der heimischen Rassen angehoben werden könnte.

Fütterung und Haltung

Die Fütterung muß optimal auf das Leistungs- bzw. Bedarfsniveau der Tiere abgestimmt sein, auf eine ausgewogene Mineralstoff- und Vitaminversorgung ist zu achten. Bezüglich der Haltung sind entsprechende Pflegemaßnahmen (Klauenpflege, Schur, Parasitenbekämpfung) notwendig.

Streßsituationen während der Deckzeit sowie Verlammen durch Abdrücken (Füttern; enge Tore) soll vermieden werden. Die Überwachung der Ablammung, eventuelle Geburtshilfe und Euterkontrolle sind ebenfalls wichtige Faktoren.

Management und Tiergesundheit

Wichtig sind weiters ein effizientes Herdenmanagement (optimale Deckzeitpunkte), sowie die Gesundheit der Zuchttiere.

Zur Vermeidung von Lämmerverlusten (besonders in den ersten Lebenswochen) sind vor allem folgende Punkte zu beachten:

Ernährung

Das Lamm soll so bald als möglich Kolostralmilch aufnehmen. Es ist zu kontrollieren, ob das Lamm genügend Milch erhält bzw. ob das Muttertier genügend Milch hat. Ab der dritten Lebenswoche kann das Lamm auch Trockenfutter aufnehmen. Ernährungsbedingte Krankheiten, wie z.B. die Weißmuskelkrankheit (Vitamin E- und Selenmangel), sollen vermieden werden.

Haltung

Wichtige Faktoren dabei sind ausreichende Platzverhältnisse, trockene Einstreu, das Stallklima und Sauberkeit sowie eine entsprechende Tierhygiene (Nabeldesinfektion, Reinigung von Tränkeeinrichtungen etc.).

Sehr oft kommen aber, besonders bei Drillings- und Vierlingsgeburten, zu schwache Lämmer zur Welt, die auch bei optimaler Pflege nicht überleben.

3.5.2. Einfluß der Durchschnittserlöse pro Lamm auf die Wirtschaftlichkeit

Bei den untersuchten Betrieben hat der durchschnittliche Erlös pro Lamm den stärksten Einfluß (die höchste Korrelationen) auf den Deckungsbeitrag. Allerdings sind hier, bedingt durch die Zuchtbetriebe, die größten Unterschiede festzustellen.

Die einfache lineare Korrelation zwischen Durchschnittserlös und Deckungsbeitrag pro Mutterschaf beträgt:

$$r = 0,7907$$

$$B = 0,6252$$

Die Ergebnisse bei der partiellen Korrelationsrechnung (Aufzuchtergebnis wird konstant gehalten) betragen sogar:

$$r = 0,9087$$

$$B = 0,8258$$

Das heißt, daß die Varianz des Deckungsbeitrages pro Mutterschaf, bei konstanter Aufzuchtleistung zu 82,6% vom Durchschnittserlös pro Lamm abhängig ist. Bei den Deckungsbeiträgen pro Arbeitskraftstunde und Hektar sind die Werte für r und B allerdings deutlich niedriger.

Die Erlöse pro Lamm sind einmal prinzipiell davon abhängig, ob Schlachtlämmer oder Zuchttiere verkauft werden. Die Schafzucht (Herdebuchzucht) ist aufwendiger und für größere Betriebe schwerer durchführbar. Die Vermarktung erfolgt zumeist über Versteigerungen oder ab Stall. Auf Versteigerungen werden in der Regel höhere Erlöse erzielt.

Bei Schlachtlämmern bestimmen das Produkt und die Art der Vermarktung den Ertrag. Beim Produkt ist er von Gewicht und Kilopreis, dieser wiederum von Qualität, Alter und Gewicht des Tieres abhängig.

Daneben bestimmt die Vermarktungsform den Preis, wobei zwischen der Direktvermarktung und der indirekten Vermarktung unterschieden wird. Die Todvermarktung bringt zumeist höhere Erlöse als die Lebendvermarktung und ist eine wesentliche Voraussetzung für die Direktvermarktung. Auch die Be- und Verarbeitung (Veredelung) der Lämmer bzw. der Nebenprodukte (Felle, Wolle) können sich positiv auf den Erlös je Lamm auswirken.

3.5.3. Einfluß der Haltung auf die Rentabilität der Schafhaltung

Die Haltungskosten pro Mutterschaf beeinflussen ebenfalls die Wirtschaftlichkeit. Die Haltung wirkt sich auch indirekt, über die Aufzuchtleistung auf das Betriebsergebnis aus. Eine sorgfältige Haltung und leistungsgerechte Fütterung sind die Basis für eine erfolgreiche Schafhaltung.

Eine Überversorgung der Tiere verursacht nicht nur höhere Kosten; bei verfetteten Tieren sinkt die Fruchtbarkeit, die Gesundheit wird beeinträchtigt.

Genauso nachteilig wirkt sich eine zu extensive Haltung aus. Daher ist auf eine optimale, aber dennoch kostengünstige Haltung zu achten. Die Futterkosten sind dabei der größte variable Kostenfaktor. Die Grundfutterkosten lassen sich durch vermehrten Silageeinsatz senken. Da die Nährstoffe aus dem Grundfutter in der Regel günstiger sind, sollte das Grundfutter qualitativ hochwertig und abwechslungsreich sein, um möglichst viel Grundfutter in der Ration einsetzen zu können. Für Kraftfutter sind günstige Bezugsmöglichkeiten zu suchen.

3.5.4. Einfluß der Erschwerniszone auf die Rentabilität der Schafhaltung

Von den Erhebungsbetrieben erwirtschaften die in der Zone 3 und 4 liegenden Betriebe recht gute Deckungsbeiträge pro Hektar (Heimfläche). Die Gründe dafür liegen in der Alpung, da pro Betrieb mehr Tiere gehalten werden können. Vergleicht man die Erträge mit Zone 1 Betrieben, die ihre Schafe alpen, so schneiden letztere in der Regel besser ab. Abgesehen von der Alpung ist die hohe Flächenproduktivität der Bergbetriebe auch zum Teil durch den Zuchttierverkauf bedingt.

Muß die Futtergewinnung teilweise händisch durchgeführt werden, so drückt das die Erlöse pro Arbeitskraftstunde enorm (Betrieb 3 und 10). In solchen Betrieben treten auch, bedingt durch benzingetriebene Heuwerbegeräte, hohe variable Maschinenkosten auf.

Durch Spezialmaschinen wie Transporter, Mähtrac etc. werden zwar der Arbeitsbedarf und die variablen Maschinenkosten gesenkt, jedoch verursachen diese Geräte enorme Fixkosten. Es ist fraglich, ob sich mit der Schafhaltung solche teuren Maschinen finanzieren lassen.

3.5.5. Einfluß der Bestandesgröße auf den Deckungsbeitrag pro Arbeitskraftstunde

Auch dabei konnten mit der einfachen linearen Korrelationsrechnung keine signifikanten Zusammenhänge nachgewiesen werden ($r = 0,2198$; $B = 0,0483$; weites Konfidenzintervall).

Die Gründe dafür liegen wohl darin, daß einige kleinere Betriebe (Betrieb 1, 8 und 9) hohe Deckungsbeiträge pro Arbeitskraftstunde erzielen.

Die Arbeitsbedarfswerte in den Beständen über 100 Mutterschafen sind kaum niedriger als in den Betrieben zwischen 50 und 100 Mutterschafen. Betriebe mit Herden von 50 bis 100 Mutterschafen können einen größeren Anteil ihrer Lämmer direkt vermarkten, während Großbetriebe oft auf einen regelmäßigen Absatz an Großhändler zu niedrigeren Preisen angewiesen sind.

3.5.6. Überlegungen zur Fixkostenbelastung in der Schafhaltung

Ein wesentlicher Rentabilitätsfaktor, der beim Einstieg in die Schafhaltung beachtet werden muß, ist die hauptsächlich durch Gebäude und Maschinen bedingte Fixkostenbelastung. Wie schon in vorigen Kapiteln angedeutet, sind wirtschaftliche Erfolge vor allem bei der Nutzung vorhandener, eventuell adaptierter und schon abgeschriebener Altgebäude zu erzielen. Große Investitionen in Form der Anschaffung teurer Spezialmaschinen sowie des Neubaues entsprechender Wirtschaftsgebäude sind betriebswirtschaftlich erst ab größeren Beständen, bei denen die Fixkostendegression wirksam wird, sinnvoll. Im folgenden werden die Schwankungsbreite und die Durchschnittswerte der Fixkosten je Mutterschaf und deren jeweilige Rohertragsanteile von acht ausgewählten Erhebungsbetrieben dargestellt.

Tabelle 26: Die Schwankungsbreite der Fixkosten und deren Anteile an den jeweiligen Roherträgen je Mutterschaf absolut und in %

je Mutterschaf	Extremwert	Durchschnitt
absolut		
Rohertrag RE	2.155 - 6.182,-	3.642,-
var. Kosten	635 - 2.404,-	1.222,-
Deckungsbeitrag	1.263 - 3.778,-	2.420,-
Gemeinkosten	0 - 250,-	110,-
Fixkosten	208 - 1.100,-	641,-
RE - Gesamtkosten	750 - 2.556,-	1.668,-
in % des RE		
Rohertrag RE	100	100
var. Kosten	7 - 45,9	2,9
Deckungsbeitrag	54,1 - 80,3	67,1
Gemeinkosten	0 - 11,6	3,6
Fixkosten	6,2 - 31,5	17,4
RE - Gesamtkosten	32,1 - 62,6	46,2

Quelle: Eigene Berechnungen

Je nach Gebäude und Maschinenausstattung und der Bestandesgröße ergeben sich bei der Fixkostenbelastung (Gebäude, Maschinen, Zäune) Anteile am Rohertrag zwischen 6 und 32 % (durchschnittlich 17 %). Durchschnittlich müssen je Mutterschaf insgesamt 54 % (37 bis 68 %) des Rohertrages als Aufwand (Gesamtkosten) verbucht werden.

3.5.6.1. Gebäudekosten

Vier Erhebungsbetriebe errichteten in den letzten 10 Jahren neue Ställe, wobei es sich sowohl um Warmställe in Massivbauweise, um Kaltställe als auch um eine an einen Rinderstall angebaute Überdachung handelte. Bei den Erhebungsbetrieben ergaben sich

für die einzelnen Stallarten folgende Investitionskosten (Stall- und Bergeraum):

Bauart	Investitionskosten je Mutterschaf
Warmstall massiv (30 bzw. 50 Mutterschafe)	10.680,- bzw. 6.050,-
Kaltstall (300 Mutterschafe)	1.500,-
Überdachung (70 Mutterschafe)	290,-

Aus dieser Aufstellung heraus ergeben sich je nach Bauart und Bestandesgröße für den Betrieb unterschiedliche Investitionskosten je Mutterschaf, wobei bei kleineren Beständen entweder eine Altgebäudeadaptierung oder kostengünstige Neubaulösungen sinnvoll sind. Die Umbaukosten von bestehenden Gebäuden schwanken auf sieben der Erhebungsbetriebe je nach Zustand der Gebäude und Art des Umbaus zwischen öS 38,- und 1.300,- je Mutterschaf, wobei in den Umbaukosten über öS 100,- je Mutterschaf, vor allem bei größeren Beständen, aus arbeitstechnischen Gründen meist Futterbänder inkludiert sind.

3.5.6.2 Maschinenfixkosten - Problematik der Bewirtschaftung von Steilflächen

Die Bewirtschaftung von Steilflächen ist insoferne problematisch, da der Einsatz von Motormäher, Heuraupe etc. hohe variable Spezialkosten (Benzinmotore) verursacht und aufgrund des hohen Arbeitsbedarfes die Deckungsbeiträge pro Arbeitskraftstunde (Arbeitsproduktivität) senkt. Um das zu vermeiden, werden teure Spezialmaschinen benötigt. Bei Betrieb 9 verur-

sachen Mähtrac und Transporter öS 939,- Fixkosten pro Mutterschaf, obwohl der Mähtrac sogar auf die von ÖKL angenommene jährliche Auslastung von 150 Betriebsstunden kommt. In diesem speziellen Fall sind diese Maschinen noch aufgrund der hohen Deckungsbeiträge finanzierbar. Es stellt sich allerdings die Frage, ob sie bei durchschnittlichen Deckungsbeiträgen zwischen öS 1.000,- und 1.500,- pro Mutterschaf noch rentabel sind. Es wäre zu untersuchen, ob ein überbetrieblicher Einsatz solcher Maschinen die Kosten auf ein erträgliches Maß senken könnte.

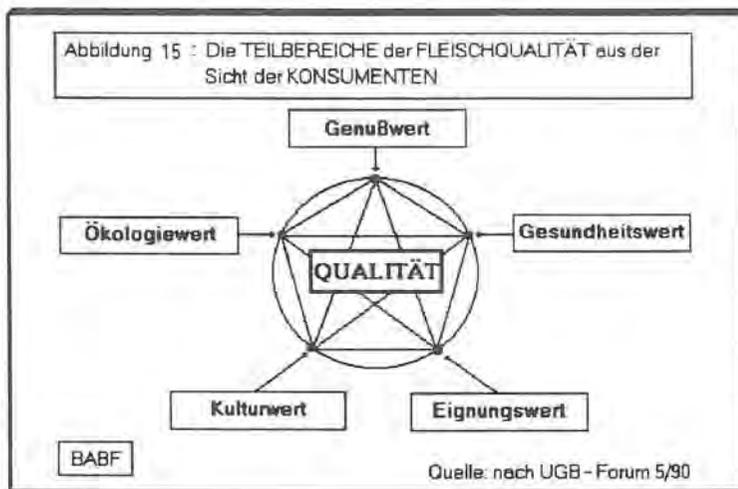
4. Lammfleischqualität und ihre Einflußfaktoren

4.1. Allgemeines zum Begriff Qualität

Ganz allgemein läßt sich die Qualität eines Nahrungsmittels als die Summe aller objektiven und subjektiven, meßbaren und nicht meßbaren wertbestimmenden Eigenschaften und Merkmale umschreiben. Je nach den unterschiedlichen Anforderungen der verschiedenen Interessensgruppen wie der Produzenten, der verarbeitenden Industrie, des Handels und der Konsumenten an das Produkt ist der Qualitätsbegriff zwischen und innerhalb der Gruppen äußerst inhomogen. Ist für den Produzenten vor allem der quantitative Ertrag (z.B. Mastendgewicht, Ausschlachtungsprozentsatz etc.) und der damit verbundene Handelswert ausschlaggebend, so legt die Lebensmittelindustrie vor allem auf die Verarbeitungseigenschaften des Produktes größten Wert. Der Handel wiederum verlangt nach Produkten mit guten Transport- und Lagereigenschaften, während schließlich der Konsument vor allem Lebensmittel mit hohem Genuß- und Gesundheitswert nachfragt.

Mit dem Wandel des Marktes vom angebotsorientierten Verkäufer- hin zum nachfrageorientierten Käufermarkt (der Konsument entscheidet, "was, wie produziert wird") kommt den Qualitätsanforderungen und Wünschen der Konsumenten eine zentrale Bedeutung zu, nach der sich sowohl die Produzenten, die Verarbeitungsbetriebe als auch der Handel zu richten haben. Die Qualitätsvorstellungen bzw. das Anforderungsprofil, das die Konsumenten bezüglich Lamm- und Schaffleisch artikulieren, ist wegen der individuell verschiedenen Qualitätsansprüche äußerst unterschiedlich. Entsprechend den sich im Laufe des dynamischen gesellschaftlichen Strukturwandels verändernden Wertvorstellungen, Lebens- und Ernährungsgewohnheiten spielen nicht nur traditionelle, quantifizierbare Faktoren wie z.B. Geschmack, Fettgehalt oder Verdaulichkeit, sondern in zunehmendem Maße

auch emotionale und psychologische Momente, wie z.B. das Produktimage, eine dominante Rolle. Auch der relative Bezug der Qualität von Lammfleisch zu anderen Fleischsorten (Vor- und Nachteile) ist von großer Bedeutung. Im folgenden Diagramm werden die wichtigsten Komponenten des Qualitätsbegriffes systematisch zusammengefaßt und dargestellt.



Die jeweils individuell relevanten Qualitätsanforderungen an ein Produkt entstehen dabei aus der subjektiven Gewichtung der Teilbereiche, auf die nachfolgend näher eingegangen wird.

Genußwert

Zum Genußwert zählen Eigenschaften wie Zartheit, Saftigkeit, Geschmack, Konsistenz, sowie die Fleischfarbe und der Geruch.

Gesundheitswert

Unter die Sammelbezeichnung Gesundheitswert fallen objektiv meßbare Kriterien der Fleischqualität wie der Gehalt und die

Dichte an Hauptnährstoffen (Eiweiß, Fett, Kohlehydrate), Mineralstoffen, Spurenelementen und Vitaminen sowie die Qualität bzw. biologische Wertigkeit der selbigen (Nährwert). Zum anderen wird der Gesundheitswert vom Gehalt wertmindernder Inhaltsstoffe, wie dem Cholesteringehalt, Schwermetallen, Rückständen von Bioziden, Medikamenten oder Mykotoxinen etc., bestimmt.

Eignungswert

Dazu gehören, je nach Interessengruppe (Produzent, Verarbeitung, Handel, Konsument) unter anderem die Haltungseignung, Verarbeitungseignung, Lager- und Transportfähigkeit sowie die Portionierfähigkeit und die Kocheigenschaften.

Ökologischer Wert

Mit zunehmendem Umweltbewußtsein und gesteigerter Sensibilität für das Produktumfeld werden Gesichtspunkte wie die Produktionsmethode und die Art der Verarbeitung und Vermarktung für die Qualität des Produktes immer bedeutender. Bezüglich der Produktion sind dabei die artgerechte Tierhaltung sowie die biologische bzw. naturnahe Wirtschaftsweise zu erwähnen. Die Verarbeitung sollte mittels tiergerechter bzw. werterhaltender Methoden bewerkstelligt werden, während im Bereich der Vermarktung besonders die Direktvermarktung bei entsprechender Kontroll- und Informationsstruktur durch den direkten Kontakt von Produzent und Konsument das Qualitätsprofil von Lammfleisch entsprechend verbessern kann. Auch die Art der Verpackung (soll in Menge und Qualität möglichst umweltfreundlich sein) und der Präsentation spielen eine wichtige Rolle.

Kulturwert

Wie schon erwähnt, werden die Qualitätsanforderungen der Konsumenten an Lebensmittel immer häufiger, wenn nicht schon zum überwiegenden Teil, von emotionalen, aber auch außerhalb des eigentlichen "Produktbereiches" liegenden rationalen Faktoren beeinflusst. Diesbezüglich zu erwähnen sind psychologische, soziale und politische Kategorien, die das Qualitätsprofil des Produktes positiv oder negativ prägen können. Zu diesen Werten zählen unter anderem der Prestigewert, der Sozialwert und der politische Wert des Lebensmittels. Konkret werden diesbezüglich nachfolgend einige Beispiele erwähnt:

- das Verwenden ausgesuchter Lebensmittel (Fleischsorten) in der Spitzengastronomie(Luxusimage)
- der Vertrauensvorschuß der Konsumenten gegenüber französischem Käse (Prestigewert importierter Waren)
- kein Schweinefleischverzehr aus religiösen Gründen (Sozialwert)
- Boykott von Lebensmitteln aus Südafrika etc. (politischer Wert)

Projeziert man dieses Qualitätsschema auf das Lammfleisch, so ergeben sich in einer Konkurrenzanalyse gegenüber anderen Fleischsorten gewisse Vorteile:

- extensive Produktionsweise ohne Belastung des Inlandsmarktes
- artgerechte Haltung durch Weidegang bzw. Alpung
- geringer Einsatz von Kraftfutter (keine importierten Eiweißfuttermittel)
- hoher Gesundheitswert durch weitgehende Rückstandsfreiheit des Fleisches (geringer bis überhaupt kein Mineraldünger - bzw.

Agrarchemikalieneinsatz im extensiven Grünland, kein Einsatz von Masthilfsmitteln etc.)

- hohe Produktwahrheit bzw. Produktkontrolle durch hohen Direktvermarktungsanteil

4.2. Quantitative und qualitative Aspekte der Lamm - bzw. Schaffleischqualität im engeren Sinn und deren Einflußfaktoren

In diesem Kapitel werden die die eigentliche Lamm- bzw. Schaffleischqualität bestimmenden, meßbaren Kriterien wie die Schlachtkörperqualität und die Fleisch- und Fettqualität sowie deren Einflußfaktoren abgehandelt.

4.2.1. Die Schlachtkörperqualität

BURGGKART 1987 nennt folgende Merkmale bzw. Hilfsmerkmale, die dazu dienen, den Wert des Schlachtkörpers zu erfassen:

- die Zusammensetzung des Schlachtkörpers nach Grobgewebeanteilen wie Fleisch, Fett und Knochen
- das Fleisch - Fett - Verhältnis
- der Prozentanteil einzelner Teilstücke am gesamten Schlachtkörper
- die Beschaffenheit des Fleisches und insbesondere des Fettes

Die Zerlegung des Schlachtkörpers in Fleisch, Fett und Knochen, das spezifische Gewicht des Schlachtkörpers und die Schlachtkörperbeurteilung gehören zu den am meisten angewandten Methoden, mit deren Hilfe man den Schlachtwert beurteilt.

4.2.1.1. Der Grobgewebeanteil

Nach Versuchen von ARAB ALIDUSTI 1975, die dieser im Rahmen seiner Dissertation an der Universität Hohenheim durchführte, hat sich mit steigendem Lebensalter eine Zunahme des Fettanteils bei gleichzeitiger Abnahme des Fleisch - Knochenanteils ergeben. Diese Veränderung des Verhältnisses der Grobgewebeanteile zueinander wird von ihm und einer Reihe von englischsprachigen Autoren auf die unterschiedliche Wachstumsgeschwindigkeit der drei Gewebetypen zurückgeführt. Während der Fettansatz, je nach Art und Intensität der Fütterung, ab einem bestimmten Gewichtsabschnitt vergleichsweise rasch zunimmt, verlangsamt sich mit zunehmendem Alter das Knochenwachstum und bewirkt ein verändertes Verhältnis der Grobgewebeteile.

BURBKART 1987 erwähnt in diesem Zusammenhang, daß die grobgewebliche Zusammensetzung erheblichen Schwankungen unterworfen ist. Sie variiert je nach Verfettungsgrad und Handelsklasse der Lämmer zwischen 51% und 71% beim Fleischanteil und zwischen 9% und 30% beim Fettanteil. Er führt diese Schwankungen auch auf das genetisch determinierte Fleischbildungsvermögen zurück und weist auf die Bedeutung einer ausreichenden Eiweißversorgung der Lämmer hin, die dazu beiträgt, das erbliche Fleischbildungsvermögen voll auszuschöpfen.

4.2.1.2. Das Fleisch - Fett - Verhältnis

Sowohl in der englischsprachigen als auch in der deutschsprachigen Literatur wird die Schwankung dieser Verhältniszahl der Rasse, dem Geschlecht, dem Schlachalter und der Fütterungsintensität zugeschrieben. Der Begriff der Schlachtreife bezieht sich in erster Linie auf eine optimale Fettabdeckung. Nach

BURBKART 1987 ist eine Rückenfettabdeckung von 3 mm wünschenswert.

Beim Fettansatz unterscheidet man prinzipiell vier Fraktionen:

- Nierenfett (im Becken- und Nierenbereich)
- subkutanes Fett (direkt unter der Haut)
- intermuskuläres Fett (zwischen den Muskeln)
- intramuskuläres Fett bzw. Marmorierung (im Muskel)

Wachstumsphysiologisch bildet sich das Fettgewebe zuerst als Nierenfett, dann zwischen den Muskeln, danach unter der Haut als subkutanes Fett und schließlich als intramuskuläres Fett im Muskel, also quasi von "innen nach außen". Für eine gute Fleischqualität, die wesentlich vom Marmorierungsgrad abhängig ist, muß deshalb ein gewisser Gesamtfettansatz in Kauf genommen werden. Dieser wiederum wird durch die optimale Gewichtung der Faktoren Schlachalter und Fütterungsintensität erreicht.

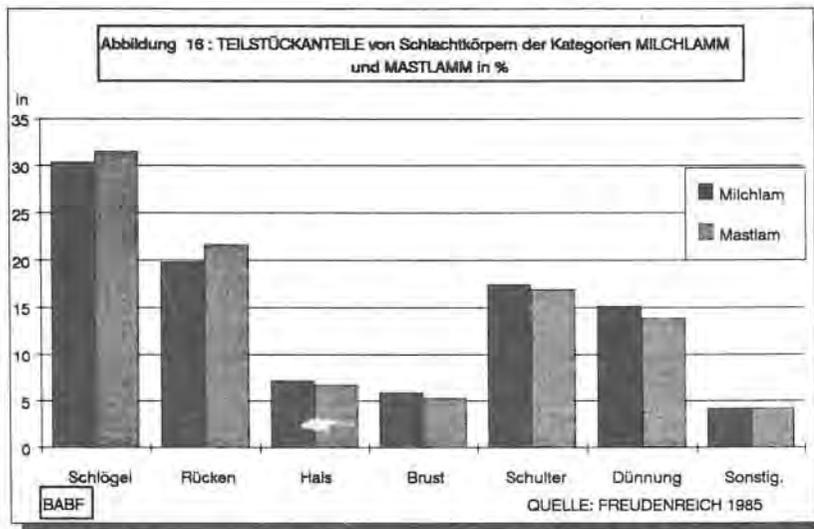
Bei einem erstklassigen Schlachtlamm mit mittlerer Fettabdeckung wurde folgende Fettverteilung im Körper festgestellt:

- Nierenfett: 1,9%
- Intermuskuläres Fett: 10,3%
- Subkutanes Fett: 6,0%

Lämmer mit einem zu hohen Verfettungsgrad sind sehr schwer zu vermarkten. Der Konsument reagiert einerseits auf den Fettgehalt und andererseits auf den intensiven Schaf- bzw. Hammelgeschmack und -geruch sehr empfindlich. Die Trägersubstanz für die geruchs- bzw. geschmacksbeeinflussenden Stoffe ist zum Großteil das Fettgewebe.

4.2.1.3. Prozentanteil der wertvollen Teilstücke

Dieses Merkmal, das nach DOBOS 1988 sowohl von der Züchtung (Rasse) als auch von der Fütterung stark beeinflusst wird, ist sicher auch ein entscheidendes Kriterium beim Kauf von Lammfleisch. Der Konsument erwartet sich einen hohen Fleischanteil und einen möglichst geringen Fett- bzw. Knochenanteil. Nachdem die wertvollen Teilstücke wie Keule, Kotelett und Lende wesentlich unproblematischer zu vermarkten sind als die weniger wertvollen, wird in der Züchtung ein hoher Anteil derselben angestrebt.



Eine eindeutige Erfassung der Anteile von Fleisch, Fett und Knochen am Schlachtkörper wäre gewährleistet, wenn er in die drei Grobgewebeteile zerlegt und jeder Teil extra gewogen würde. Diese Methode ist jedoch nicht nur arbeitsaufwendig, sondern hinterläßt Gewebefraktionen, die kaum mehr zu verwenden sind. Daher sucht man nach repräsentativen Schlachtkörperteilen, mit deren Hilfe man z. B. auf das Fleisch- bzw. auf das Fettgewicht hochrechnen kann. Nach ARAB ALIDUSTI 1975 ist der Nierenfettanteil ein zuverlässiges Hilfsmerkmal zur Abschätzung

des Gesamtverfettungsgrades und das spezifische Gewicht ein nützliches Kriterium zur Abschätzung der Zusammensetzung des Schlachtkörpers.

4.2.2. Fleisch- und Fettqualität

Die Festsetzung der quantitativen Qualitätsmerkmale, die den Schlachtkörper betreffen, dient vorrangig dem Händler, da der Handel mit Fleisch, das einer bestimmten Qualitätsklasse zugeordnet ist, erleichtert wird. Die Ermittlung der Fleisch- und Fettqualität hingegen ist vorrangig für den Konsumenten von Bedeutung.

4.2.2.1. Chemische Eigenschaften

Aufgrund chemischer Analysen werden sowohl die Hauptnährstoffe (Eiweiß-, Fett- und Kohlehydratgehalt) als auch der Gehalt an Mineralstoffen, Spurenelementen und Vitaminen einerseits quantitativ, andererseits qualitativ (Anteil der essentiellen Aminosäuren, Anteil der ungesättigten Fettsäuren usw.) erfaßt. Mit Hilfe der Ergebnisse wird der Nährwert, der Gesundheitswert bzw. der ernährungsphysiologische Wert des Fleisches beschrieben.

Im Vergleich zu anderen Fleischsorten weist das Lammfleisch einen relativ hohen Wassergehalt, einen durchschnittlichen Proteingehalt und einen relativ hohen Fettgehalt auf. In Summe ergibt sich daraus ein durchschnittlicher Energiegehalt von 866 kJ je 100 g Fleisch (mager, gebraten). Der relativ hohe Wassergehalt deutet auf ein gutes Wasserhaltevermögen und damit auf eine angenehme Saftigkeit hin.

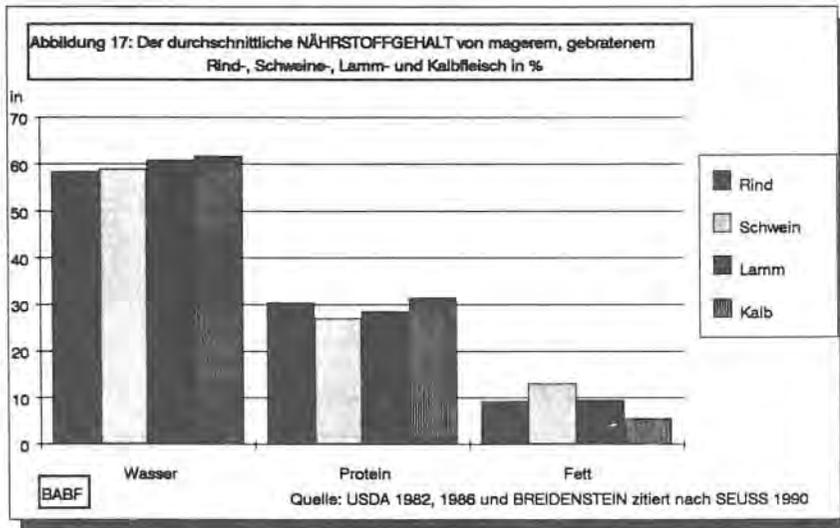


Tabelle 27: Durchschnittlicher Nährstoff- bzw. Energiegehalt von magerem, gebratenem Fleisch von Rind, Schwein, Lamm und Kalb (in g je 100 g)

	Wasser in g	Protein in g	Fett in g	Energie in kJ
RIND	58,4	30,4	9,2	889
SCHWEIN	59,0	27,0	13,0	975
LAMM	60,9	28,5	9,5	866
KALB	61,7	31,4	5,6	770

Quelle: USDA 1982, 1986 bzw. BREIDENSTEIN 1987 zitiert nach SEUSS 1990

Bezüglich der wichtigsten Vitamine, Mineralstoffe und Spurenelemente und des ernährungsphysiologisch unerwünschten Cholesterins weist das Lammfleisch, von Schwankungen abgesehen, meist durchschnittliche Werte auf.

Tabelle 28: Gehalt an wichtigen Vitaminen, Mineralstoffe, Spurenelementen und Cholesterin in verschiedenen Fleischsorten (je 100g)

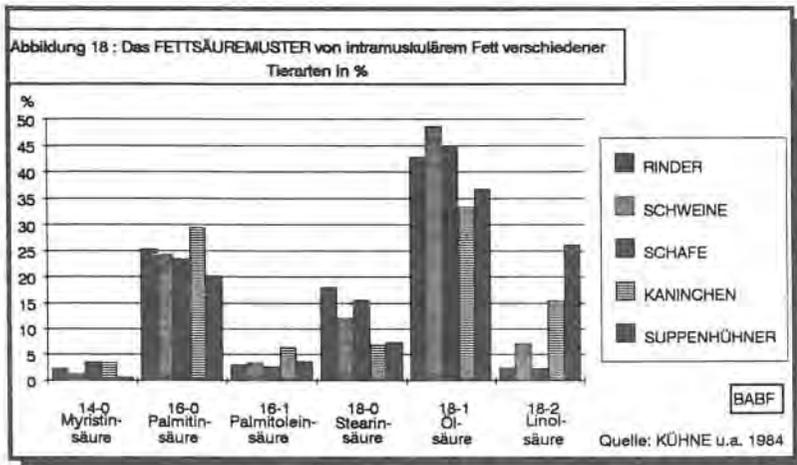
	Vitamin B1 in ug	Vitamin B2 in ug	Vitamin B6 in ug	Kalium in g	Eisen in mg	Cholesterin in mg
RIND	100	260	380	0,3	3,2	70
SCHWEIN	700	360	420	0,4	1,3	70
LAMM	105	280	150	0,3	2,1	70
KALB	70	350	305	0,4	1,3	90

Quelle: SOUCI-FACHMANN-KRAUT 1986

Die Fettqualität von Lamm- bzw. Schaffleisch

Lammfleisch wird von vielen Konsumenten noch immer mit dem Schaffleisch (Hammelfleisch), dem streng schmeckenden und riechenden "Schöpsernen", gleichgesetzt. Die dafür typischen Aromastoffe sind im Fett gebunden und bilden sich erst ab einem gewissen Alter der Tiere. Aus diesem Grund ist die Fettqualität, also im wesentlichen das Fettsäuremuster des Fettes, für die Fleischqualität insgesamt von großer Bedeutung. Prinzipiell ist sie vor allem vom Alter, dem Geschlecht, der Fütterungsintensität sowie den Fettgewebearten abhängig. Bei steigendem Alter und mit steigendem Fettgewebeanteil steigt der Anteil an gesättigten Fettsäuren und damit die Härte des Fettes, was einen negativen Einfluß auf die Verdaulichkeit (Fetthärte) und auf den Geschmack und Geruch hat. Außerdem nimmt die Härte des Depotfettes vom Körperinneren (Nierenfett) zur Körperoberfläche (subkutanes Fett) hin ab.

Gegenüber anderen Fleischsorten ist vor allem der hohe Anteil an Stearinsäure (gesättigt) sowie der geringe Prozentsatz der für die menschliche Ernährung wichtigen Linolsäure (zweifach ungesättigt) erwähnenswert (siehe Abbildung 18).



4.2.2.2. Physikalische Eigenschaften

Getestet werden die Festigkeit (Konsistenz), das Wasserbindungsvermögen (Kochverluste) und der pH-Wert. Gemäß der Ergebnisse kann eine Aussage über die technologischen Eigenschaften (Verarbeitungs- und Kocheigenschaften) gemacht werden.

4.2.2.3. Strukturelle Eigenschaften

Dazu zählen der Grad der Marmorierung, der Bindegewebsanteil (Kollagenstruktur) und die Beschaffenheit der Muskeltextur (Zähigkeit) etc.

4.2.2.4. Sensorische Eigenschaften

Bewertet werden neben der Farbe, dem Aroma und der Form (Schnittführung) auch die Zartheit (Muskelfaserstärke), die Saftigkeit (Marmorierung, Wassergehalt) und der Geschmack. Durch diese Einzelfaktoren wird der Genußwert des Fleisches bestimmt.

Den zentralen Einfluß der Marmorierung (Anteil des intramuskulären Fettes) auf die sensorischen Eigenschaften zeigt die folgende Tabelle:

Tabelle 29: Der Einfluß der Marmorierung auf die sensorischen Eigenschaften von Lammfleisch unterschiedlicher Kategorien

	MILCHLAMM	MASTLAMM
	Sensorik (Kotelett); Punkte	
Zartheit	4,8	5,0
Saftigkeit	4,2	4,6
Aroma	4,2	4,3
	Intramuskuläres Fett (Kotelett); in %	
Kotelett	3,7	4,4
Schlögel	3,0	3,5

Quelle: FREUDENREICH 1987

Im Vergleich Milchlamm-Mastlamm stellt sich heraus, daß Mastlämmer (Grundfuttermast) gegenüber ungefähr gleichschweren, aber intensiver gemästeten und jüngeren Milchlämmern einen höheren Marmorierungsgrad aufweisen, der sich wiederum positiv auf die Qualitätskriterien Zartheit, Saftigkeit und Aroma auswirkt.

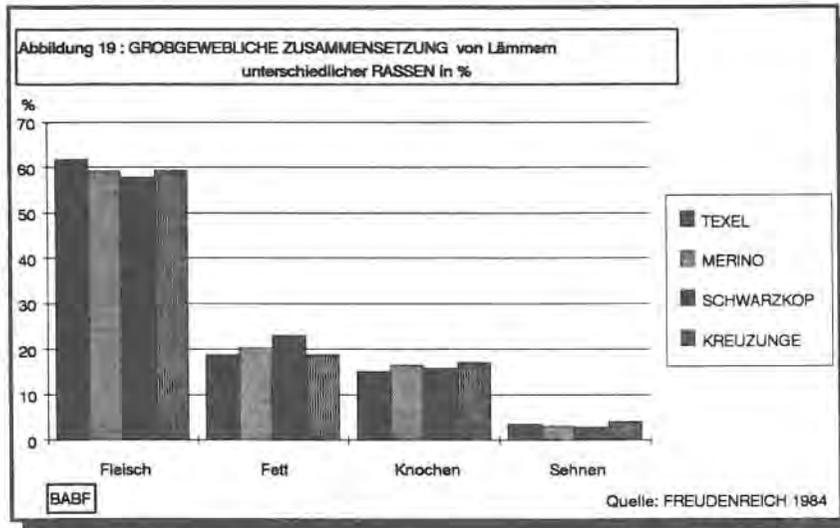
4.3. Einflußfaktoren auf die Qualität des Schlachtkörpers, des Fleisches und des Fettes

Die Vielzahl von Qualitätsmerkmalen wird wiederum von einer großen Anzahl von Einflußfaktoren bestimmt. Dazu zählen die Rasse, das Geschlecht, die Haltung und Fütterung, das Schlachalter, die Schlachthygiene und optimale Kühl- und Reifebedingungen.

4.3.1. Rasse und Geschlecht

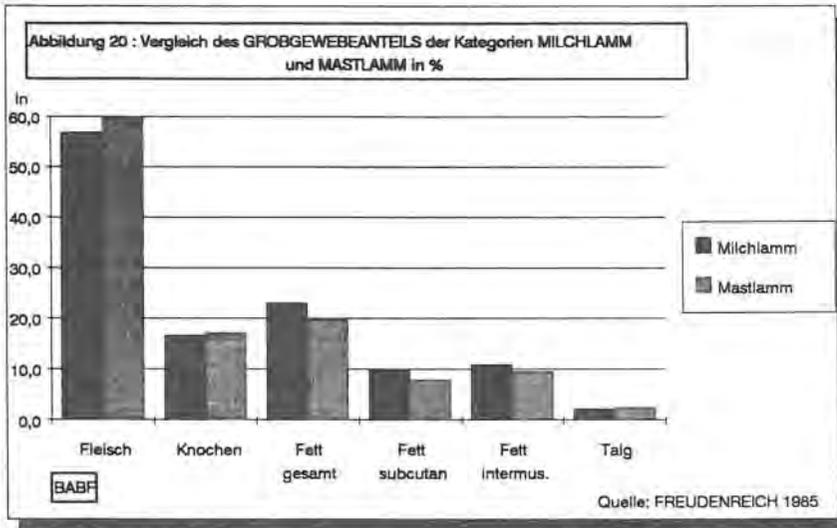
Diese beiden Faktoren beeinflussen einerseits die Zusammensetzung des Schlachtkörpers, andererseits aber auch die chemische Zusammensetzung des Fleisches. Darüber hinaus werden Unterschiede des Fleisch- und Fettgewebes zum Teil auf die Rasse zurückgeführt (siehe auch Kapitel 2.2.). Für Differenzen, die sich auf den Schlachtkörperwert und damit indirekt auf den Ausschachtungswert, aber auch auf die Mastleistung beziehen, werden sowohl die Rasse als auch das Geschlecht verantwortlich gemacht (siehe Abbildung 19)

Man sieht, daß die verschiedenen Rassen eine leicht unterschiedliche grobgewebliche Zusammensetzung aufweisen, wobei das Texelschaf punkto Fleischanteile leichte Vorteile hat.



4.3.2. Fütterung und Haltung

Wichtig in diesem Zusammenhang ist die Tatsache, daß Fleischzuwachs nur aus dem in der Ration zugeführten Eiweißanteil vom Tier aufgebaut werden kann, so daß das genetisch determinierte Fleischbildungsvermögen nur durch ein ausreichendes Eiweißangebot ausgeschöpft werden kann. Eiweißunterversorgung und gleichzeitiges Energieüberangebot kann zu einer unerwünschten Verfettung der Mastlämmer führen (BURGKART 1987).



Am Beispiel der Schaffleischkategorien Milchlamm und Mastlamm lassen sich der Einfluß der Fütterungsintensität und des Schlachalters auf die Schlachtkörper-, Fleisch- und Fettqualität verdeutlichen. Intensiv gemästete und jung geschlachtete Milchlämmer (bis zu 6 Monate alt, ca. 45 kg schwer) weisen einen signifikant höheren Gesamtfettanteil (vor allem subkutanes und intermuskuläres Fett) auf, während die extensiver gehaltenen Mastlämmer (Weide- oder Stallmast) wachstumsphysiologisch bedingt eine erwünscht höhere Marmorierung aufweisen. Somit sind sie den Milchmastlämmern sowohl bezüglich des Fleischanteils (Schlachtkörperqualität) als auch der Fleischqualität (siehe Punkt "sensorische Eigenschaften") überlegen.

Die Haltung muß dem Tier angepaßt sein. Wichtig ist, daß ausreichend Stallraum je Tier vorhanden ist. Ferner muß der Stall hell, trocken und frei von Zugluft sein. Darüberhinaus müssen die Hygiene- und Pflegemaßnahmen wie die Schur, Klauenpflege, Bäder gegen Außenparasiten bzw. Wurmkuren gegen Innenparasiten zumindest zweimal jährlich durchgeführt werden. Denn Qualitätslammfleischproduktion ist nur mit Hilfe von gesunden Tieren möglich. Vor allem der Auslauf im Freien wirkt sich

positiv auf die Tiergesundheit, die Fruchtbarkeit, die Widerstandskraft und somit auf das Wohlbefinden der Tiere aus.

4.3.3. Das Schlachalter

Das Schlachalter ist sicher der Faktor, der die Qualität am umfassendsten beeinflusst. Das Muskelgewebe junger Tiere (5,5 Monate) enthält mehr Wasser und weniger Fett als das der älteren Tiere (11 bis 12 Monate alt). Die Durchwachsenheit, Saftigkeit, Zartheit, Gewebebeschaffenheit und der natürliche Geschmack des Magerfleisches ist bei den älteren Tieren jedoch besser .

Beim Vergleich des Fleisches von Lämmern verschiedener Altersstufen (4, 6 und 8 Monate alt) zeigte sich, daß mit steigendem Alter der Wassergehalt sinkt und der Fettgehalt steigt.

Das Fleisch der 6 Monate alten Tiere ist zarter und hat einen besseren Geschmack als das derjenigen Tiere, die bereits im Alter von 100 Tagen geschlachtet werden.

BURBKART 1987 weist nach, daß sich mit steigendem Alter einerseits der Verfettungsgrad erhöht und andererseits die Fettqualität der Lämmer wegen dem zunehmendem Gehalt an gesättigten Fettsäuren verschlechtert (siehe auch Kapitel 4.2.2.1.).

4.3.4. Hygiene, Kühl- und Reifungstemperaturen

Die Qualität des Fleisches hängt nicht nur von züchterischen und produktionstechnischen Einflußfaktoren, sondern auch von arbeitstechnischen und technologischen Maßnahmen ab.

Die Hygiene ist nicht nur Grundvoraussetzung bei der Haltung, sondern auch bei der Schlachtung und Vermarktung. Die Schlachtung von Lämmern wird sehr oft im Freien durchgeführt.

Unter diesen Voraussetzungen ist noch viel mehr auf Sauberkeit zu achten. Wichtig beim Schlachten ist, daß die Wollseite nicht mit dem Fleisch in Berührung kommt. Optimal wäre diesbezüglich ein verfließter Schlachtraum.

Um die rasche Vermehrung von Keimen zu verhindern und gleichzeitig die negativen Auswirkungen einer schockartigen Abkühlung (durch Kältekontraktion der Muskeln Verschlechterung des Saffthaltevermögens und damit der Fleischqualität insgesamt) zu vermeiden, empfiehlt sich in den ersten 10 Stunden eine langsame Kühlung des Schlachtkörpers (nicht unter 10° C) mit einer anschließenden Fleischkühlung zwischen -1° C und +2° C.

Ferner ist für die Erzeugung von Qualitätslammfleisch eine optimale Fleischreifung unentbehrlich. Sie wirkt sich positiv auf die Zartheit und im begrenztem Umfang auf das Aroma und den Geschmack aus. Allerdings kommt es durch die Fleischreifung zu Lagerverlusten und zu negativen Einflüssen auf die Saftigkeit. Die Verfahren, die für den Landwirt praktikabel sind, sind die Reifung in Hälften und die Reifung in Teilstücken.

Zusammenfassend läßt sich feststellen, daß sich Lammfleisch ernährungsphysiologisch, also bezüglich der Fleisch- und Fettqualität, insgesamt nicht wesentlich von anderen Fleischsorten unterscheidet. Bezüglich der Qualitätskomponenten ökologischer Wert und Kulturwert ist das Lammfleisch aber äußerst positiv besetzt. Es weist sowohl aufgrund des naturnahen, tiergerechten Produktionsverfahrens, der relativ geringen Belastung des Agrarmarktes als auch wegen des hohen Direktvermarktungsanteiles, der den Konsumenten eine bessere Produktkontrolle ermöglicht, wesentliche Vorteile auf. Aus diesen Gründen wird Lammfleisch von immer mehr Konsumenten in zunehmendem Ausmaß positiver beurteilt und dem Lammfleisch ein sehr attraktives Produktimage zugeschrieben, ein Umstand, der sich im In- und Ausland durch einen steigenden Lammfleischkonsum manifestiert und der bei der Erstellung zukünftiger Marketingkonzepte in diesem Bereich berücksichtigt werden muß.

4.4. Zum Problem der Klassifizierung von Lamm- bzw. Schaffleisch

So wie bei anderen Fleischsorten gibt es in der BRD auch für Lamm- bzw. Schaffleisch seit 1971 eine eigene Handelsklassenverordnung, die das Angebot strukturiert und die Handelbarkeit auf den verschiedenen Vermarktungsebenen erleichtern soll. Die folgende Abbildung zeigt das Schema dieses Klassifizierungssystems.

Die jeweilige Handelsklasse besteht dabei aus zwei Komponenten:

Die Kategorie

Je nach Alter, Schlachtgewicht und Geschlecht werden zwei Lammfleisch- und drei Schaffleischkategorien unterschieden.



- *Milchlammfleisch (M)*: Schlachtkörper von Milchmastlammern, die höchstens 6 Monate alt sind und deren Schlachtkörper ohne Kopf höchstens 22 kg betragen darf.

- *Mastlammfleisch (L)*: Schlachtkörper von Stall- oder Weidemastlämmern, die höchstens ein Jahr alt sein dürfen.
- *Hammelfleisch (H)*: Schlachtkörper von Mutterschafen, die züchterisch nicht genutzt werden oder von kastrierten männlichen Schafen; das Höchstalter beträgt jeweils 2 Jahre
- *Schaffleisch (S)*: Schlachtkörper von kastrierten männlichen Tieren und von Mutterschafen, die älter als 2 Jahre sind
- *Fleisch von Böcken (B)*: Schlachtkörper von nichtkastrierten männlichen Tieren mit einem Alter von über einem Jahr

Die Schlachtkörperbewertung

Bei der Beurteilung des Schlachtkörpers werden vor allem die Ausbildung der wertvollen Teilstücke (Fleischigkeit, Fleischansatz) sowie der Verfettungsgrad bewertet, der wiederum gewisse Rückschlüsse auf die Fleischqualität (den Marmorierungsgrad) zuläßt.

Über die Notwendigkeit der Einführung entsprechender Qualitäts- bzw. Handelsklassen in Österreich ist folgendes zu bemerken.

Obwohl es in Österreich nicht einmal bei Rindfleisch (Pro-Kopfverbrauch 1989: 19,5 kg) eine Qualitätsklassenregelung gibt, scheint zukünftig (mittelfristig) bei steigendem Inlandsverbrauch von Lamm- bzw. Schaffleisch (Pro-Kopfverbrauch 1989: ca. 0,9 kg) doch eine gewisse Strukturierung des Lammfleischangebotes notwendig zu werden. Vor allem deshalb, weil die Konsumenten mit einem breiten, inhomogenen Qualitätsspektrum konfrontiert sind. Neben dem inländischen Lammfleischangebot (Lammfleischhälften und Teilstücke frisch oder gekühlt aus verschiedenen Haltungsformen von unterschiedlichen Rassen) sind

vor allem die Lammfleischimporte von unterschiedlicher Qualität:

- Angebotsform: lebende Schafe; Lamm- bzw. Schaffleisch in Form ganzer Lämmer, Hälften, Vierteln und Teilstücken mit und ohne Knochen.
- Angebotszustand: in frischer, gekühlter oder tiefgefrorener Form
- Produktionstechnik: unterschiedliche Produktionsformen bezüglich Rasse, Haltung, Fütterung etc.
- Herkunftsland: BRD; CSFR, Ungarn, Polen; Neuseeland, Australien

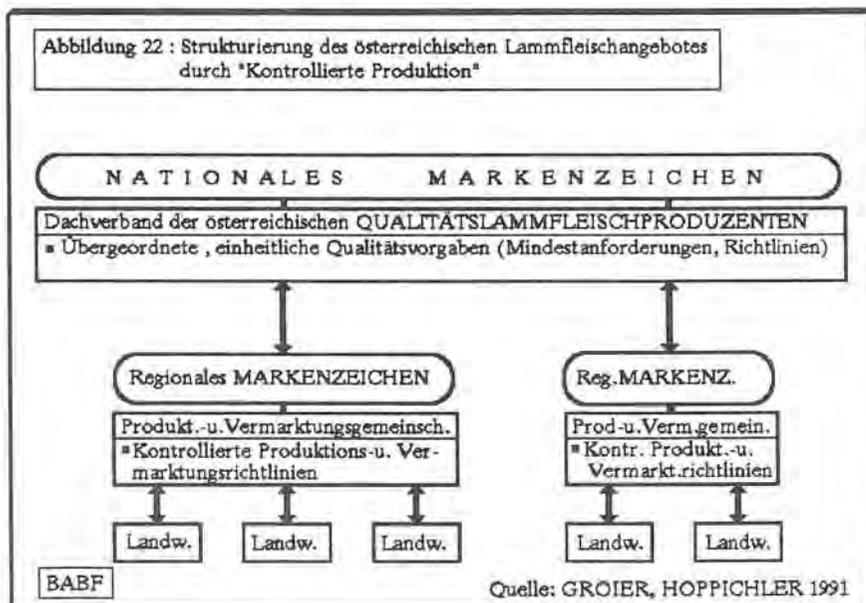
Die Unübersichtlichkeit der Angebotspalette wird durch unbefriedigende Produktkennzeichnung und das Informationsdefizit bezüglich der Qualitätsunterschiede und der Verwendung bzw. Zubereitung von Lammfleisch noch verstärkt. Da in Zukunft durch die steigende Inlandsproduktionsmenge auch der Anteil der Lämmer, die über den Handel (Supermarktketten) vermarktet wird (werden muß), zunehmen wird, wird man um eine gewisse Strukturierung des Lammfleischangebotes nicht herum kommen. Wegen des derzeit hohen Direktvermarktungsanteiles (Ab-Hof-Verkauf) muß diese Marktstrukturierung aber nicht unbedingt durch die Einführungen entsprechender, aufwändiger Handelsklassen erfolgen.

Prinzipiell gibt es zwei Möglichkeiten:

Handels- oder Qualitätsklassen, die das unsortierte, inhomogene Angebot der Produzenten strukturieren und klassifizieren

Kontrollierte Qualitätsproduktion, die durch qualitätsorientierte, kontrollierte Produktionsrichtlinien (- auflagen) mittels Produktions- bzw. Vermarktungsgemeinschaften auf regionaler/überregionaler Ebene Lammfleisch von hochwertiger

(auch aus Biologischem Landbau), relativ standardisierter Qualität erzeugt. Das Produktprofil und die Produktwahrheit können mittels eines qualitätsadäquaten Marketingkonzeptes (Markenzeichen) abgesichert werden. Auf nationaler Ebene könnte dieses Konzept durch die Schaffung einfacher, übergeordneter Klassifizierungsrichtlinien (durch Schaffung eines Dachverbandes; Kategorien, Kennzeichnung, Schaffung eines starken, nationalen Markenzeichens für österreichisches Qualitätslammfleisch), vor allem auch in Hinblick auf eine etwaige EG-Integration, schlagkräftig und konkurrenzfähig gestaltet werden.

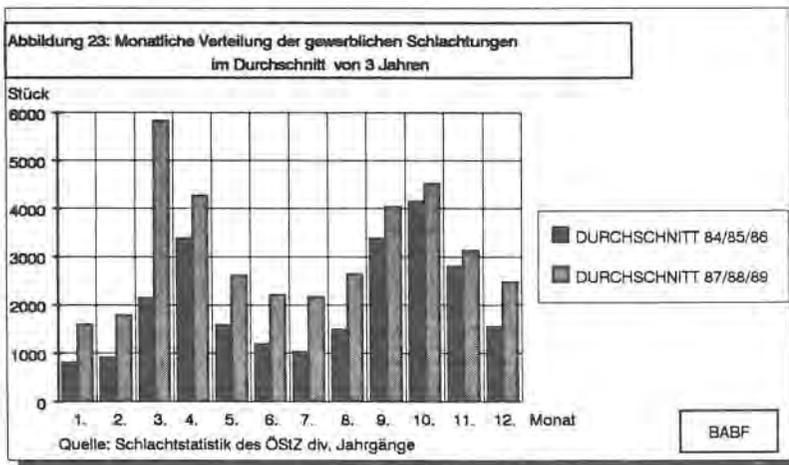


Flankierend dazu müßte das differenzierte Lammfleischangebot, speziell aber die Vorteile frischer, inländischer Ware, den Konsumenten mittels einer entsprechenden Informationskampagne nähergebracht werden.

5. Österreichs Lammfleischmarkt

5.1. Inlandserzeugung

Die Höhe der inländischen Schaf- und Lammfleischerzeugung läßt sich nicht aus der Schlachtstatistik ableiten, da die beschauten Schlachtungen nur einen relativ geringen Anteil repräsentieren, und da die tatsächliche Anzahl der unbeschauten Hauschlachtungen kaum abschätzbar ist. Anhand der monatlichen Verteilung der gewerblichen Schlachtungen wird aber sehr wohl die jahreszeitliche Schwankung des Produktionszykluses ersichtlich.



In der Vergangenheit wurde die Inlandserzeugung nach unterschiedlichen Modellen abgeschätzt.

WEISHEIT entwickelte eine Modellrechnung, die sich besonders vieler Variablen bedient. Geschätzt wurden der Bestand an weiblichen, geschlechtsreifen Tieren, die Aufzuchtverluste, die Remontierung, die Anzahl der Lämmer pro Ablammung und die Ablammungen pro Mutterschaf. Danach wurden Schlacht-

gewichte, Ausschlachtungsprozente und Totgewichte mit Hilfe von Standardwerten berechnet. Diese Methode diente lange Zeit als Grundlage für die Agrarstatistik. Problematisch an dieser Hochrechnung ist die Vielzahl von Faktoren, die geschätzt werden müssen. Die realistische Einschätzung der Variablen erfordert einerseits sehr viel Erfahrung und andererseits eine Reihe von Zusatzinformationen (z.B. Witterungsverlauf während der Almperiode u. ä.; vgl. WEISHEIT, H. 1987, S. 33ff).

GROIER und HOPPICHLER entwickelten ein Modell, das wesentlich einfacher zu berechnen und leichter nachzuvollziehen ist. Sie multiplizieren die Anzahl der Schafe, die laut Viehzählung älter als ein Jahr sind, mit einem durchschnittlichen Aufzuchtergebnis von 1,1 und errechnen mit Hilfe eines durchschnittlichen Schlachtgewichtes die Inlandsproduktionsmenge in Tonnen (GROIER, M., und HOPPICHLER, J., 1986).

Durch diese Art der Berechnung ergeben sich nachstehende Differenzen zum Produktionsvolumen, das von WEISHEIT berechnet wurde.

Tabelle 30: Inlandsproduktion von Schaf- und Lammfleisch

Jahr	Schätzung Groier Hoppichler	Schätzung Weisheit	Diff.	Zahl. nach ÖSZA	neue Methode bei 1,2 Aufzuchterg. ¹⁾	neue Methode bei 1,3 Aufzuchterg.
1970	1.890 t	1.952 t	- 62 t		2.053 t	
1975	2.780 t	2.235 t	+545 t		2.462 t	
1980	2.900 t	2.870 t	+30 t		2.754 t	3.067 t
1985	3.500 t	3.142 t	+358 t		3.079 t	3.413 t
1986				3.700 t	3.449 t	3.805 t
1987				4.100 t	3.676 t	4.050 t
1988				4.555 t	4.470 t	4.856 t
1989					4.164 t	4.596 t

1) zusätzlich keine Lebenschafimporte berücksichtigt

Quelle: GROIER, M. und HOPPICHLER, J. 1986, WEISHEIT, H., 1987
ÖStZ, eigene Berechnungen;

Die Angaben des ÖStZ für die Jahre 1986 und 1987 beruhen ebenfalls auf den Daten von WEISHEIT. Seit 1988 wird die Inlandserzeugung zwar an Hand von Schlachtungsstatistiken errechnet. Die Daten werden von den einzelnen Schafzuchtverbänden an das Statistische Zentralamt weitergeleitet, wo sie gesammelt und ausgewertet werden. Allerdings ist die datenmäßige Erfassung durch die Schafzuchtverbände noch sehr lückenhaft. Die Angabe über die Inlandserzeugung ist demnach immer noch nicht exakt.

Die verschiedenen Berechnungsmethoden ergeben zwar mehr oder weniger große Differenzen. Sie sind sich aber darin einig, daß die Inlandsproduktion zwischen 1970 und 1986 angestiegen ist und zwar um 241% nach der Berechnung von GROIER und HOPPICHLER und um 233% nach dem Modell WEISHEIT. Um eine einheitliche Datenreihe zu erhalten, wurde die Methodik von GROIER M. und HOPPICHLER J. (1986) für diese Arbeit noch einmal verbessert: Es wurde dem Schafbestand über 1 Jahr für das Jahr 1985 ein durchschnittliches Aufzuchtergebnis von 1,2 bzw. 1,3 Lämmern pro Mutterschaf und Jahr unterstellt. Für die übrigen Jahre wurde diese Reproduktionsziffer mit dem Verhältnis der Schafe über 1 Jahr zu den Schafen unter einem Jahr gewichtet. Unter Abzug der Bestandesveränderung und der Bilanz aus Lebendschafexporten und -importen gelangt man zur Anzahl der inländischen Schlachtungen aus Schafen und Lämmern und durch die folgende Multiplikation mit dem durchschnittlichen Schlachtgewicht zur Inlandserzeugung (siehe neue Methode Tabelle 30).

Durch eine tiefere Differenzierung der Viehzählungsstatistik seit 1990 ist zu erwarten, daß die Inlandserzeugung und damit der Verbrauch an Schaf- und Lammfleisch exakter einschätzbar wird. Die Erfassung der tatsächlichen Schlachtungen dürfte ihre Ungenauigkeit beibehalten. Wichtig wäre vor allem, daß man sich in Zukunft auf ein konsistentes Modell einigt.

5.2. Der Außenhandel

5.2.1. Der rechtliche Rahmen

Auf den Außenhandel von Schafen und Lämmern und deren Fleisch bieten theoretisch das Viehwirtschaftsgesetz VWG, das Außenhandelsgesetz (AHG), und die im österreichischen Gebrauchszolltarif ausgewiesenen Zollsätze direkte Eingriffsmöglichkeiten (vgl. RUMETZHOFFER 1982). Darüber hinaus sind bei Fleisch von Schafen mit und ohne Knochen, Schafsinnereien, sonstigem Fleisch und anderem genießbarem Schlachtanfall in Salzlake, getrocknet oder geräuchert GATT-gebundene Zollsätze gegeben. Faktisch gelangen nur das VWG und die GATT-Bindung zur Wirkung.

5.2.1.1. Außenhandelsgesetz

Die Aus- und Einfuhr von Waren unterliegt nach § 1 des AHG keiner Beschränkung, es sei denn, das AHG oder sonstige Vorschriften sehen eine derartige Maßnahme aus einem der folgenden Gründe für notwendig an: Vermeidung wirtschaftlicher Notstände, Marktstörung u.ä.

Beschränkungen beziehen sich konkret auf die Bewilligungspflicht für die Ein- und Ausfuhr von Waren, die im Anhang zum AHG taxativ aufgezählt werden. Zuständig für die Erteilung der Bewilligung sind der Bundesminister für wirtschaftliche Angelegenheiten, soweit es sich um industriell gewerbliche Produkte handelt und der Bundesminister für Land- und Forstwirtschaft, wenn es landwirtschaftliche Produkte betrifft. Bewilligungen werden aufgrund schriftlicher Anträge erteilt. Sie sind befristet und nicht übertragbar.

Im Interesse einer raschen, einfachen und kostengünstigen Abwicklung kann die Zuständigkeit zur Erteilung der Bewilligung entweder an die Landeshauptleute oder an Zollämter delegiert werden. Die Zollämterermächtigung, auch "Bewilligung in vereinfachter Form" genannt, hat wesentlich zur Erleichterung des österreichischen Außenhandelssystems beigetragen (vgl. BREUSS, F., 1983, S. 41 - 45).

Restriktionen, die sich auf die Bestimmungen des AHG beziehen, gibt es für Agrarwaren und verschiedene landwirtschaftliche Verarbeitungsprodukte der Zollkapitel 1 bis 14. Ansonsten sind, laut BREUSS, von insgesamt 1.097 Positionen des Brüsseler Zolltarifes, inklusive der Freiwaren, über 1000 Positionen von mengenmäßigen Beschränkungen frei. Produkte aus der Schafhaltung werden bei der Einfuhr als Freiwaren behandelt.

5.2.1.2. Viehwirtschaftsgesetz

Zum Geltungsbereich des VWG gehören laut § 1, Schlachttiere, Fleisch, Fleischwaren, tierische Fette und andere Produkte von Tieren. Die exakte Abgrenzung des Geltungsbereiches erfolgt durch taxative Aufzählung. Bei der Vollziehung dieses Bundesgesetzes werden laut § 2 folgende drei Ziele angestrebt:

- der Schutz der inländischen Viehwirtschaft
- die Stabilisierung der Preise
- eine ausreichende Versorgung mit Waren, deren Qualität dem angestrebten Verwendungszweck angepaßt ist.

Mit der Kontrolle und Durchführung der Maßnahmen, die notwendig sind, um die oben genannten Ziele zu erreichen, wurde die Vieh- und Fleischkommission (kurz: Kommission) betraut.

Die Ein- und Ausfuhr der Waren, die im § 1 genannt werden unterliegt der Bewilligungspflicht durch die Kommission. Durch diese Bestimmungen wird das Erfordernis einer Ein- und Ausfuhrbewilligung nach dem AHG nicht berührt. Die Kommission hat sowohl die Ein- bzw. Ausfuhrverfahren als auch besondere Modalitäten oder Auflagen, die für die Ein- bzw. Ausfuhr von Waren vorgesehen sind, durch öffentliche Bekanntmachungen zu regeln. Mit der Überprüfung der Einhaltung von etwaigen Auflagen können von der Kommission beauftragte Sachverständige oder ihre eigenen Organe betraut werden.

Für Waren, die ausdrücklich dem Anwendungsbereich des VWG unterliegen, sind bei der Einfuhr in das Zollgebiet anstelle des Zolles Importausgleichsabgaben an die Kommission zu entrichten. Sie ergeben sich aus der Differenz zwischen dem Auslandspreis und dem höheren Inlandspreis einer gleichwertigen Ware. Die Erträge aus dem Importausgleich sind Einnahmen des Bundes und für die Verwirklichung der im § 2 genannten Ziele zu verwenden.

5.2.1.3. GATT-gebundener Zollsatz

Das GATT-Abkommen ist auf die Einhaltung folgender drei Prinzipien ausgerichtet:

- Meistbegünstigung bzw. Nichtdiskriminierung
- Abbau von Handelsschranken
- Prinzip der Reziprozität.

Die Meistbegünstigungsklausel sieht die Gleichbehandlung aller Handelspartner vor. Begünstigungen, z.B. Importerleichterungen, die einem Land gewährt werden, müssen auch für alle anderen Importländer gültig sein. Der Abbau von Handelsschranken bezieht sich auf das Verbot sowohl von mengenmäßigen

Beschränkungen als auch von nicht tarifären Handelshemmnissen. Die Reziprozität ist, im Gegensatz zu den beiden vorher genannten Prinzipien nicht ausdrücklich formuliert, sondern gilt als Grundidee des GATT. Unter Reziprozität ist der Versuch zu verstehen, die Interessen der verhandelnden Länder gleichwertig zu behandeln bzw. eine gegenseitig ausgewogene Öffnung der Märkte anzustreben (vgl. BREUSS, F., 1983).

Der GATT-gebundene Zollsatz ist jener Zollsatz, der bei der Einfuhr von Waren, die in GATT-Vereinbarungen eingebunden sind, zur Anwendung kommt. Ein eventuell eingehobener Importausgleich darf den GATT-Zollsatz nicht überschreiten.

5.2.1.4. Aspekte der außenhandelsrechtlichen Behandlung

Grundsätzlich unterliegen die Importe von Lämmern, Schafen, deren Fleisch, Innereien und Verarbeitungsprodukte aufgrund des VWG der Bewilligung durch die Vieh- und Fleischkommission. In den jeweiligen Verlautbarungsblättern der Kommission werden unter anderem das gewählte Einfuhrverfahren, die Importmengen, die Höhe des vorgesehenen Importausgleiches und der Modus der Antragstellung bekannt gegeben.

Der Importausgleich darf für die Warengruppen Fleisch, Innereien und sonstiger genießbarer Schlachtanfall die Höhe des GATT-gebundenen Zollsatzes nicht überschreiten. Beim Import von Waren, für die kein Importausgleich vorgesehen ist, wird der allgemeine Zollsatz eingehoben. Seit der VWG-Novelle 1990 sind auch die Zucht- und Nuttschafe beim Import in das Bewilligungs- und Ausgleichsverfahren mit eingeschlossen, und es gibt aufgrund des § 5 Abs.7 VWG eine Mindesthaltungsdauervorschreibung für Zucht- und Nuttschafe (6 Monate) und für Mastlämmer (5 bis 8 Wochen). Die Notwendigkeit dieser Maßnahmen ergab sich aufgrund der sprunghaft angestiegenen Importe von Mastlämmern, die jedoch kurz nach dem Import ge-

Tabelle 31: Die Importe an Schafen und Lämmern, Schlachtkörpern und Fleisch, deren Importausgleichssätze und GATT-Bindung; Stand Dezember 1990

KATEGORIEN	1989			1990			Importwert in Schilling/kg 1990	Importausgleich 1990: in S/100kg	Importausgleich Stand Dez.1990 S/100kg	GATT-geb. Zollsatz
	Stück	in 1000 kg	Wert in Schilling	Stück	in 1000 kg	Wert in Schilling				
Schlachtlämmer									1.100.-	
20-40 kg	250		100.000.-						800.-	
40-50 kg									800.-	
>50 kg										
Zuchtschafe				561	29	530.000.-	18,26			
Nutzschafe				70	4	160.000.-	41,69	100.-		
Mastlämmer	599		1.740.000.-						56.- S/Stück	
< 25 kg									129.-	
25-35 kg									200.-	
> 50 kg									200.-	
Schlachtkörper										
gefroren		43	950.000.-						1.700.-	
Schlachtkörper										
frisch od. gekühlt										
> 8 kg		1.150	42.000.000.-	98.522	1.453	52.600.000.-	36,21	850.-	850.-	
< 8 kg				1.357	7	520.000.-	70,39	143.-	1.000.-	
Fleisch mit Knochen										
gefroren		693	33.010.000.-		638	26.500.000.-	41,55	813.-	1.400.-	20%
frisch od. gekühlt		338	16.600.000.-		293	11.200.000.-	38,22	762.-	1.800.-	20%
Fleisch ohne Knochen										
gefroren		136	6.500.000.-		212	10.600.000.-	49,95	984.-	1.450.-	20%
frisch od. gekühlt		20	2.100.000.-		51	3.100.000.-	60,02	1.195.-	2.450.-	20%
Lamminnereien		24	580.000.-		69	1.600.000.-	23,54	230.-	240.-	10%
Lammfett					4	20.000.-	4,30	210.-	210.-	
Fleisch, Innereien in Salzlake										20%

Quelle: Importstatistik BMLF 1990, Außenhandelsstatistik ÖStZA, Verlautbarungsblätter der Vieh- und Fleischkommission; eigene Berechnungen

schlachtet wurden und trotzdem als österreichische Lämmer auf den Markt kamen. Dieses Vorgehen führte einerseits zur Täuschung der Konsumenten, andererseits war zu befürchten, daß das Angebot der in den Nachbarländern billig eingekauften Lämmer die heimischen Schafhalter einem spürbaren Preisdruck aussetzen könnte (siehe Tabelle 31).

Da Schafexporte keine Schlachtschafe, sondern nur Zucht- und Nutztiere betreffen, ist keine Bewilligung bzw. kein Exportausgleich nach dem VWG, wohl aber eine Bewilligung nach dem AHG gegeben.

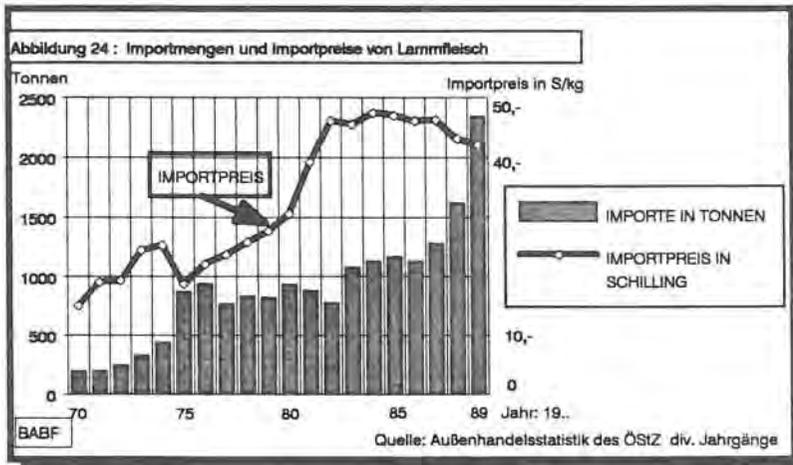
Insgesamt ist der Importschutz, wie die Importentwicklung und das inländische Preisniveau zeigen, nicht befriedigend (siehe auch nächstes Kapitel). Obwohl ein Großteil der Importe in Form von frischen Schlachtkörpern erfolgt und obwohl der Ausgleich dafür nicht GATT-gebunden ist, konnten die angestrebten Partialziele im VWG für die österreichischen Schafhalter mit diesem Instrumentarium nicht ausreichend erreicht werden. Auf der anderen Seite sind die Relationen der Importausgleiche der Kategorien untereinander und das daraus folgende Interesse, eine möglichst hohe inländische Wertschöpfung beim Import zu erzielen, zusammen mit dem Verfall der Weltmarktpreise in den letzten Jahren als zusätzliche, nicht unbedeutende Wirkgröße erkennbar.

5.2.2. Die Importe und deren Struktur

Der Import von Lebendschafen bewegte sich seit 1980 in einer Größenordnung von ca. 500 bis 3.500 Stück jährlich und fiel dabei in seiner Quantität nicht ins Gewicht. In den letzten Jahren ging er sogar deutlich unter die 1.000 Stückgrenze zurück.

Konnten die Importmengen an Schaf- und Lammfleisch zwischen 1975 und 1982 auf der Höhe 760 bis 931 Tonnen eher konstant gehalten werden, wobei der durchschnittliche Importpreis stetig

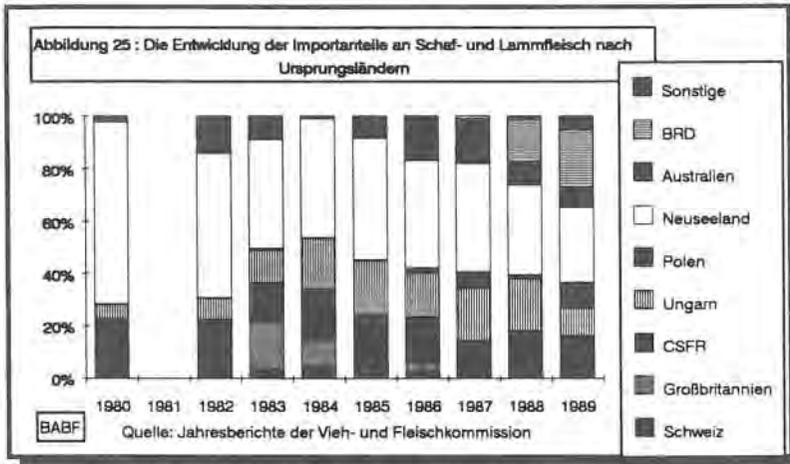
von 18,7 Schilling pro kg auf 46,1 Schilling anstieg, so zeigt sich seit 1982 ein beschleunigtes Wachstum von 776 Tonnen auf 2.339 Tonnen im Jahre 1989 (siehe Abbildung 24; ca. 2.700 Tonnen im Jahre 1990).



Auf die Ursachen wurde hingewiesen, doch ist es bezeichnend, daß gleichzeitig der Importpreis pro kg durchschnittlicher Importmenge auf 42,1 Schilling abgesunken ist. Österreichs Lammfleischmarkt ist somit im Vergleich zu anderen tierischen Produkten relativ stark von den Weltmarktverhältnissen bzw. von den Marktverhältnissen in der EG abhängig.

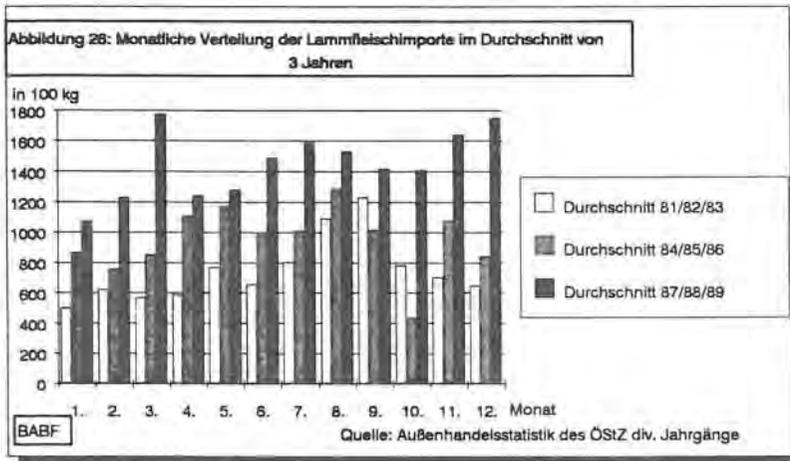
Die Struktur des Importes verschob sich gleichzeitig in den 80er Jahren von der Dominanz Australischer und Neuseeländischer Tiefkühlware mit einem anfänglichen ca. 80%-Anteil in Richtung eines hohen Anteils frischer und gekühlter Ware, die aus den Oststaaten (1989 Importanteil: CSFR 15,2%, Ungarn 10,9%, Polen 9,4%) und in den letzten 3 Jahren auch zunehmend aus der BRD (1989 Importanteil: 21,9%) angeliefert wurde. Die überseeische Tiefkühlware - obwohl absolut eher gleichbleibend - nimmt 1990 nur mehr einen Anteil von 35% ein (Abbildung 25). Die Konkurrenzstellung der Lammfleischimporte im Verhältnis

zur Inlandware wurde somit nicht nur mengenmäßig, sondern auch qualitativ ausgebaut.



Die monatliche Verteilung der Importmengen und ihre zeitliche Entwicklung wird in Abbildung 26 dargestellt. Aus dieser Verteilung lassen sich auch Rückschlüsse auf die Inlandserzeugung ziehen.

Dabei zeigt sich, daß die durch die alpine Haltungsform bedingte Saisonalität des Lammfleischangebotes in Kombination mit der Saisonkurve eines stark von der Freizeitwirtschaft geprägten Landes sich auch in den monatlichen Importmengen - obwohl mit abnehmender Wirkung - niederschlägt. War am Anfang der 80er Jahre vor allem ein erhöhter Import in der Sommersaison zu registrieren, so zeigt sich, daß in den letzten Jahren auch zunehmend im Herbst und Spätherbst und im Frühjahr große Mengen an Lammfleisch die Grenzen passieren. Gleichzeitig ist auch das vergleichsweise höhere Preisniveau in der ersten Jahreshälfte auf den Jahresdurchschnitt zurückgegangen.



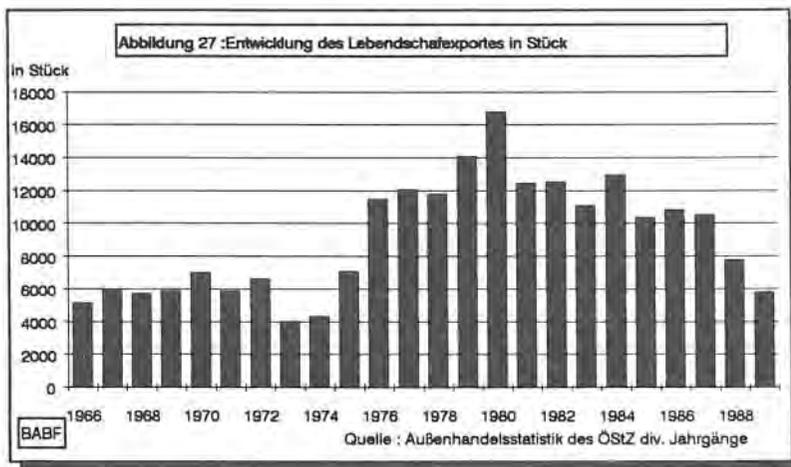
Eine Korrespondenz mit der Saisonalität der EG-Preise ist kaum gegeben. Grundsätzlich ist aber in der Verteilung der monatlichen Importmengen der Trend zu erkennen, nicht mehr die Angebotschwankungen der Inlandserzeugung auszugleichen, sondern einfach nachfrageorientiert während des gesamten Jahres zu importieren.

5.2.3. Die Exporte

Die Exporte an Lebenschafen sind die Folge eines starken Angebotsschubes an inländischen Schafen und Lämmern im Herbst, der eben durch das Vorherrschen der alpinen Haltungsforn insbesondere im Westen Österreichs auftritt. Zudem ist es schwierig, ohne zusätzliche Endmast einen Großteil der direkt von den Almen abgetriebenen Lämmer, die sich teilweise in ihrem Alter bereits der Jahresgrenze nähern, am inländischen Markt zu plazieren. Erwartungsgemäß konzentriert sich der Lebenschafexport in den Monaten September und Oktober.

Diese Lebenschafexporte - sie gingen fast ausschließlich nach Italien - basieren auf einem sogenannten Selbstbeschränkungs-

abkommen mit der EG, welches eine maximale Exportmenge von 300 Tonnen Schaffleisch in Form von Lebenschafen erlaubt. Die Größenordnung des Exportes bewegte sich bis 1975 zwischen 4.000 und 7.000 Stück jährlich und ab 1976 in der Höhe von 10.000 bis zu einem Maximum von 16.777 Stück im Jahre 1980. Seitdem waren die Exporte rückläufig und konnten 1988/89 auf 7.700 bzw. 5.804 Stück reduziert werden. Es ergaben sich dabei zuletzt Exporterlöse zwischen 14 und 16 Schilling pro kg Lebendgewicht. Hauptexportland ist Italien. Die Entwicklung des Lebenschafexportes wird in Abbildung 27 dargestellt.

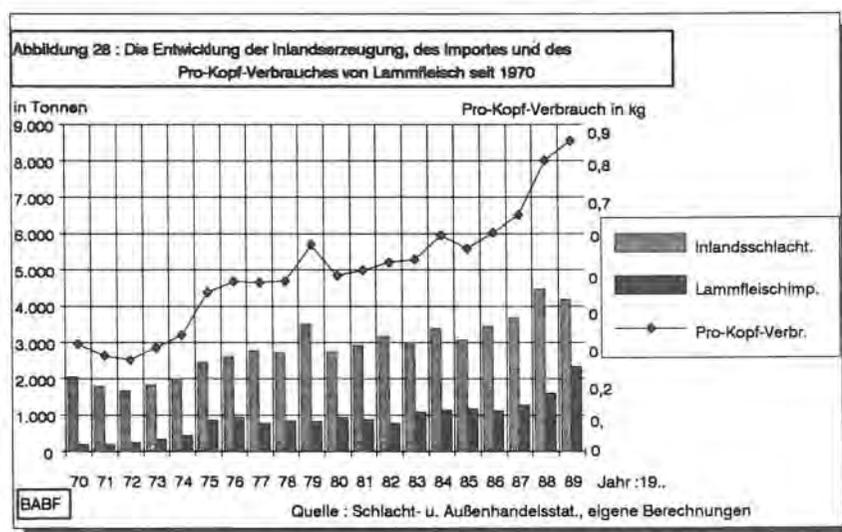


Gefördert wurden die Exporte im Rahmen der Privatwirtschaftsverwaltung des Bundes ab einem Lebendgewicht von 40 kg mit 150 Schilling pro Stück und im Jahre 1990 ab einem Lebendgewicht von 50 kg mit 500 Schilling pro Stück. Der Rückgang des Exportes läßt sich teilweise auf die Erhöhung der Mindestgewichtsgrenze und einer strengeren Kontrolle derselben zurückführen. Zusätzlich dazu gab es Landesförderungen.

5.3. Der Pro-Kopf-Verbrauch an Schaf- und Lammfleisch

Den Inlandsverbrauch drückt man üblicherweise in Form des Pro-Kopfverbrauches aus. Diese Kennzahl dient unter anderem dazu, internationale Vergleiche anzustellen und wird auch als Grundlageninformation für marktrelevante Entscheidungen verwendet.

Sind die Inlandserzeugung an Schaf- und Lammfleisch, die Importe und Exporte - letztere betragen 1988/89 nur ca. 1 Tonne- und die Einwohnerzahl bekannt, so läßt sich der Pro-Kopfverbrauch errechnen. Unter Zugrundelegung der geschätzten Inlandserzeugung bei 1,2 aufgezogenen Lämmern (siehe Tabelle 27) ergibt sich die Entwicklungsreihe in Abbildung 28.



Interessant ist es aber vor allem, den Inlandsverbrauch an Schaf- und Lammfleisch nach Verbrauchergruppen strukturiert zu betrachten.

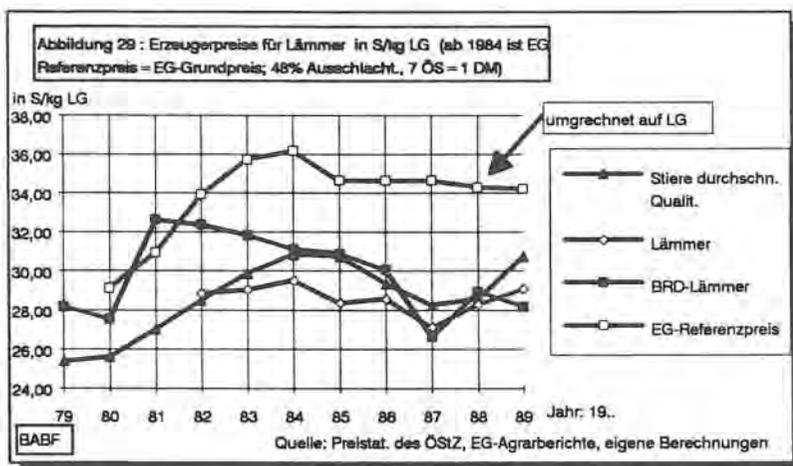
Allein wenn man unterstellt, daß jede Schafhalterfamilie oder deren engster Verwandtschaftskreis jährlich 3 Lämmer oder

Schafe selbst verzehrt, so ergibt sich ein Eigenverbrauch von ca. 1.600 Tonnen für das Jahr 1989. Das sind 38% der inländischen Lamm- oder Schaffleischerzeugung. Zudem ist es für die meisten kleineren Schafhalter kein Problem, ihre Lämmer im Bekanntenkreis oder im Umkreis des Wohnortes abzusetzen. Die Kleinstruktur der österreichischen Schafhaltung bedingte somit, daß trotz der steigenden Lammfleischerzeugung nur ein geringer Teil der Inlandsproduktion für die organisierte Vermarktung zur Versorgung der Konsumzentren zur Verfügung stand. Die wachsende Nachfrage in den Konsumzentren dagegen wurde vielmehr durch die Importeure und durch entsprechende Großhandelsunternehmen genutzt. Das heißt nicht, daß die Kleinststruktur, die Eigenversorgung und die Direktvermarktung in unmittelbarer geographischer Umgebung an sich ein Problem wären, sondern daß nach wie vor die organisierte Vermarktung, die zwischen den Bedürfnissen in den Konsumzentren und den Möglichkeiten der Erzeuger vermitteln sollte, einer Stärkung bedürfen würde, bzw. daß für den weiteren Aufbau einer solchen ein entsprechendes wirtschaftliches Klima vorherrschen müßte, was unter den derzeitigen Außenhandelsbedingungen wiederum schwierig zu realisieren ist. Mit der Bundesförderung von Geschäftsführertätigkeiten für Produktionsalternativen zur Organisation des Angebotes wurden in den letzten Jahren wichtige Impulse in diese Richtung gesetzt. Dennoch ist eine weitere Stützung einer differenzierten Be- und Verarbeitungsstruktur sowie der unterschiedlichen Marketingaktivitäten der inländischen Vermarktungsträger, um der breit gestreuten Nachfrage und der Importkonkurrenz gerecht zu werden, notwendig.

5.4. Die Preisentwicklung und Förderung der Schafhaltung im Vergleich zur EG

Die Preisentwicklung für Lammfleisch bzw. für Lämmer wurde in den 80er Jahren nicht vom zunehmenden Verbrauch oder den inländischen Angebotsmengen, sondern von der Importpreis-

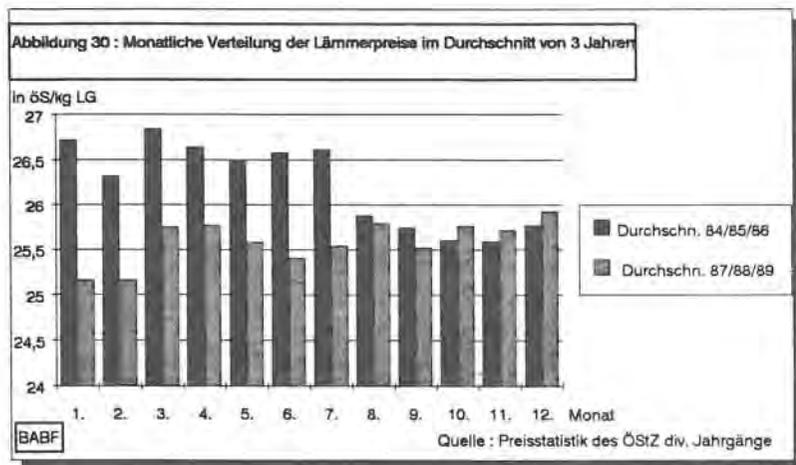
entwicklung getragen. Die Agrarpreisstatistik erfaßt die Lämmer- und Schafpreise pro kg Lebendgewicht im Monats- und Jahresdurchschnitt seit 1982. Abbildung 29 gibt diese Notierung im Vergleich zur Entwicklung der Stierpreise und der BRD-Preise bzw. EG-Grundpreise wieder.



Aufgrund des Fehlens von repräsentativen Märkten weist die österreichische Notierung der Lämmerpreise zwar nicht diese Schärfe auf wie andere Agrarpreisnotierungen, doch läßt sich seit 1984 eindeutig eine abnehmende Tendenz feststellen. Dabei wiesen die Lämmerpreise in der ersten Hälfte der 80er Jahre nicht jenes Wachstum auf wie die Rinderpreise (vgl. auch Abbildung 30). Ein Vergleich zum BRD-Niveau, welches auf Schlachtgewichtsbasis beruht und deshalb mit einer durchschnittlichen Ausschachtung von 48% korrigiert wurde, ergibt für Österreichs Lämmerpreisnotierung einen akzeptablen Entwicklungsverlauf.

Die Förderungsinstrumentarien der beiden Länder sind aber nicht vergleichbar. Während die EG - abgesehen von einigen besonderen regionalen oder agrarpolitisch bedingten Abwandlungen - an die Schafhalter Mutterschafprämien als sogenannten Einkommensausgleich, der die Differenz zwischen dem

Marktpreis und dem Grundpreis ausgleichen soll, zahlt, hatte Österreich in der Vergangenheit keine vergleichbaren Maßnahmen.



Die sogenannte "jährlich-10%-Aufstockungsprämie" pro gehaltenem Schaf über 1 Jahr ab 1990 ist, wie der Name schon sagt, anders motiviert und lag bei Nichtbergbauern und Bergbauern der Zone 1 mit 250 Schilling um ca. 64 Schilling unter der BRD-Mutterschafprämie und bei Bergbauern der Zone 2 bis 4 mit 350 Schilling um ca. 36 Schilling über dem ausländischen Vergleichsniveau. Bezüglich ihrer zu erwartenden Wirkung ist zu sagen, daß sehr viele Schafhalter nach dem ersten Jahr die weitere 10%-Aufstockung nicht schaffen dürften, sodaß die Anzahl der Anspruchsberechtigten schrumpfen wird. Außerdem schließt die fiktive Einheitswertgrenze von 350.000 Schilling einige schafhaltende Nebenerwerbsbetriebe aus.

Ansonsten, was die Mindesthaltungsanzahl von 12 Schafen über 1 Jahr (Zone 0 und 1) oder von 8 Schafen über 1 Jahr (Zone 2 bis 4) betrifft, ist die neue österreichische Zuschußregelung ähnlich strukturiert wie das EG-Prämiensystem, welches ab einem Mutterschafbestand von 10 Stück wirksam wird. Weiters gibt es in Österreich eine Förderung des Ankaufs von Zuchtschafen.

Letzteres hat in der EG keine Entsprechung, doch gibt es auch dort einzelstaatliche und regionale Maßnahmen mit ähnlicher Wirkung für die Schafhalter.

6. Das Lammfleisch im Spiegel der Verbrauchertrends und der Marktforschung

Die Ernährungsgewohnheiten sowie die Konsum- und Einkaufspräferenzen der Bürger industrialisierter Länder unterliegen bei gleichzeitiger Transformation der Gesellschaftsstrukturen zweifellos einem Wandel, dem in Zeiten einer quantitativen Marktsättigung erhöhte Aufmerksamkeit zuteil wird. Demographische Veränderungen wie zunehmendes Durchschnittsalter, mehr berufstätige Frauen und mehr private Haushalte, wobei die Form der Familie bei geringeren Haushaltsgrößen in ihren Innen- und Außenbeziehungen vielschichtiger wird, und der wachsende Wohlstand haben enorme Auswirkungen auf das Konsumverhalten bei Nahrungsmitteln. Zusammen mit dem Wertewandel, der unter dem Slogan "vom Pflichtbewußtsein zum Selbstentfaltungsbewußtsein" subsummiert werden kann, bilden sie den Hauptmotivator für die marktrelevanten Verhaltensänderungen.

Vor diesem Hintergrund wandeln sich gleichzeitig die Einstellungen der Konsumenten zu verschiedenen Inhalten, die u.a. auch stark mit der Ernährung verbunden sind, und von denen man sich wiederum erwartet, daß sie zu bestimmten zukünftigen Konsummustern führen (vgl. zum Einstellungs- und Imagebegriff BEHRENS U., 1983). Solche beobachtbaren Einstellungsänderungen insbesondere bezüglich der Ernährung, obwohl auch mit anderen Konsumbereichen rege Wechselwirkungen bestehen, sind:

- das wachsende Umwelt- und Gesundheitsbewußtsein
- die Genußorientierung und damit eng verbunden die Ausrichtung auf breit angelegte Qualitätsaspekte

- die Emotionalisierung des Konsums und ein Preisbewußtsein, das nur beim Alltäglichen Zurückhaltung auferlegt, während es beim Speziellen nicht an Großzügigkeit mangelt
- der Convenience-Aspekt, der die Nahrungsmittelnachfrage in starkem Ausmaß beeinflußt, sodaß Schnellimbisse, Tiefkühl- und Fertigspeisen der "Schnell- und Fertigmüch⁴e" weiter expandieren.

Durch die Summe dieser Wandlungsprozesse kommt es zu einer Auflösung der vormals homogenen Verbraucherstruktur, wobei die Spannung zwischen dem Besonderen und dem Alltäglichen die ideale Antwort auf den wachsenden Individualismus und die zunehmende Bedürfnisvielfalt in einer sich immer homegener fühlenden Gesellschaft zu sein scheint.

Trotzdem erwartet sich der "moderne" Konsument von Nahrungsmitteln, obwohl er gegenüber einer Akzentuierung der Produktinformation und ihrer Symbolik aufgeschlossen ist, keine produktkernfremden Aussagen, sondern schätzt die Produktwahrheit, "der gute Geschmack" und die "Frische" bleiben selbstverständlich als überdominante Qualitätsinhalte und damit als Botschaften, die einem Nahrungsmittel anhaften sollten, bestehen.

Allein anhand dieses allgemeinen sozialen, demographischen und psychographischen Verbraucherwandels läßt sich der Anstieg im Lammfleischkonsum erklären bzw. daraus ableiten, daß auch in Zukunft der Verzehr dieses Nahrungsmittels unter ceteris-paribus-Bedingungen weiter zunehmen wird, da die Imagekomponenten des Lammfleisches, soweit sie bekannt sind, in vielen Bereichen eine gute Übereinstimmung mit diesen Trends aufweisen.

Lammfleisch ist im Vergleich zu Schweine- und Rindfleisch in folgenden Items überlegen: Es ist "natürlich/unverfälscht", es ist "gesund", es ist "für Feinschmecker" und es ist "zart". Es liegt

bezüglich der Dimensionen "leicht verdaulich", "kalorienarm" und "mager" (GALLUP 1989) vor einer der beiden Vergleichsfleischsorten. In einer Befragung von HOPPICHLER J., (1982) unter den Küchenchefs der Salzburger Gastronomie wurde Lammfleisch in ähnlicher Weise als "zart", "schmackhaft", "für Feinschmecker" und als "Sonntagsfleisch" bewertet und in einer Mittellage bezüglich der Qualität, der Kalorienarmut und des Sättigungs- und Gesundheitswertes eingestuft. Die negativen Komponenten wie "teuer", "man wird seiner leicht überdrüssig", "viel Abfall beim Essen", "bereitet viel Arbeit beim Zubereiten" und "nur warm gut zu essen" sind gegeben. Selbst wenn "die Rangfolge Geflügel vor Rindfleisch, Schweinefleisch und Lamm", wie SCHEIKL G. und STEIDEL A., (1989, S. 69) anhand einer Repräsentativerhebung feststellten, in den Dimensionen "Sympathie", "Familie ißt gern" und "gerne kochen", wobei bezüglich der Komponente "gesund" nur das Schweinefleisch hinter dem Lammfleisch zurückfällt, "fest im Bewußtsein" des Durchschnittes der österreichischen Konsumenten "verankert ist", so können jene verbrauchsreduzierenden Faktoren beim derzeitigen österreichischen Konsumniveau an Lammfleisch keine Wirkung in Form einer Trendumkehr entfalten. Sie besagen lediglich, daß Lammfleisch sich auch in naher Zukunft nicht zum Massenprodukt eignet und auch kein breites Marktsegment innerhalb der Fleischsorten einnehmen wird. Zudem dürften manche ablehnenden Meinungen der Konsumenten auf einem Nichtwissen und Unkenntnis beruhen, sodaß mit zunehmendem Bekanntheitsgrad einige Negativkomponenten eine Abschwächung erfahren werden.

ZOKLITS M., (1990, S. 17) stellt in einer Studie über eine Befragung von Bio-Konsumenten u.a. sogar fest, daß "viele Bio-Konsumenten Lammfleisch automatisch als Fleisch aus biologischer Landwirtschaft, unabhängig von der tatsächlichen Produktionsweise, betrachten". 52% der befragten Personen würden Lammfleisch gerne kaufen, und es liegt damit in der Beliebtheitsrangfolge von Biofleisch und -fleischwaren knapp hinter dem Geflügel. Lammfleisch besitzt somit auch am Sektor der

Nahrungsmittel aus dem biologischen Landbau - vorausgesetzt, es stammt tatsächlich aus tiergerechter Haltungstechnik und nicht aus anonymen Importen oder aus Massentierhaltungsformen und deren Techniken - ein großes Marktpotential. Es ist unter den entsprechenden Auflagen eine "alternative Fleischsorte".

Ein anderer Zugang, um den relativen Stand des Produktes Lammfleisch zu charakterisieren, ergibt sich aus einer qualitativen Untersuchung des GALLUP-Institutes (1989, S. 72). Danach hängt in den Augen der Konsumenten "gute oder schlechte Qualität von Rindfleisch" von folgenden Vorstellungen oder Begriffen ab:

- Gute Qualität: natürlich, im Freien gehalten, Weide, in Bewegung, natürliche Fortpflanzung, junges Tier, Bauer, eine Weile abgehängt, ohne Streß geschlachtet.
- Schlechte Qualität: Massentierhaltung, in Boxen stehend, Hormone, künstliche Fortpflanzung, alt, Genossenschaft, Großbetrieb, zu frisch oder zu alt.

Wenn man diese Kategorien vom Rindfleisch auf das Lammfleisch umlegt, so würde die österreichische Schafhaltung und Lammfleischerzeugung (fast ausschließlich) geradezu ideal der Qualitätsidee der Konsumenten nahe kommen.

Das Entsprechen der Imagedimensionen mit den Trends im Ernährungsverhalten und die gegebenen Qualitätsvorstellungen der Konsumenten im Zusammenhang mit einem wachsenden Marktpotential für Lammfleisch lassen große Aktivitätsfelder für ein offensives Marketing erkennen, wobei einige Nachteile in der Marktanpassung, wie sie durch die alpine Haltungsform gegeben sind, zu Vorteilen umgewandelt werden könnten. Um sich auch bei einer EG-Annäherung oder bei einem eventuellen EG-Beitritt gegen den sich entwickelnden einheitlichen Binnenmarkt zumindest mit einem Teil der inländischen Schafhaltung und -vermarktung qualitativ absetzen zu können, wären klare Marken-

konzeptionen, eine Stärkung und Differenzierung der Träger und Organisationsformen am Lammfleischmarkt und ein kreatives Marketing eine Möglichkeit, die Regionalität und die landeskulturellen und naturräumlichen Werte der inländischen Schafhaltung zu erhalten.

7. Eine Pilotbefragung von Schafbauern, Gastronomen und Fleischhauern zum Thema: Probleme und Perspektiven der Lammfleisch- vermarktung in Österreich

Die Rahmenbedingungen in der Erzeugung von inländischem Lammfleisch (Saisonalität, Kleinststruktur, unterschiedliche Haltungformen), sein vergleichsweise geringes Konsumniveau (großes Einzugs- und Versorgungsgebiet bei organisierten Vermarktungsstrukturen) und seine Imagedimensionen und die daraus notwendigen Informationsinhalte implizieren, daß die für die Hauptfleischsorten vorwiegend gegebenen Vermarktungsorganisationsformen nur bedingt für eine Qualitätsstrategie für inländisches Lammfleisch geeignet sind. Die mehrstufige Vermarktung löst die Kommunikationsschnittstellen zwischen der Vielzahl der Erzeuger und den Verbrauchern auf und behindert damit die Vermittlung besonderer Qualitätsinhalte inklusive seiner ökologischen und kulturellen Dimensionen. Auch ein pragmatisches Herangehen an die Vermarktungsproblematik bei Lammfleisch läßt es sinnvoll erscheinen, daß die Direktvermarktung, speziell bei verbesserter Organisation und der Auf- und Ausbau von Erzeugergemeinschaften, am besten einer evolutionären Weiterentwicklung der bisherigen Strukturen entspricht. Es läßt sich dadurch auch das positiv besetzte "Bauernimage", die ökologische und tiergerechte Ausrichtung, der Bonus der Durchschaubarkeit und Kontrollierbarkeit und das Spezialistenimage wahrheitsgetreu an den Konsumenten vermitteln und dadurch längerfristig eine differenzierte Qualitätsstrategie absichern.

Aus diesen Gründen wurde auf eine Analyse der mehrstufigen Vermarktungswege und Organisationsformen verzichtet und statt dessen durch eine Befragung von Schafhaltern die Möglichkeiten

einer Forcierung der Direktvermarktung und der Bildung von Erzeuger- und Vermarktungsgemeinschaften und anderen bäuerlichen Kooperationsformen ausgelotet. Zusätzlich dazu war es notwendig, die Problemsicht von Gastronomen als wichtige Zielgruppe und Imageträger für Qualitätslammfleisch kennenzulernen und mit kleineren Unternehmen des Fleischergewerbes Möglichkeiten einer Zusammenarbeit abzutesten. Ziel war es, Informationen für neue Strategieansätze bei der Vermarktung von inländischem Qualitätslammfleisch zu erhalten und Kooperationsmöglichkeiten mit Gastronomen und Fleischern aufzuzeigen.

7.1. Die Befragung der Schafhalter

7.1.1. Befragungsumfang, -ziel und Methodenansatz

Befragt wurden 20 Schafhalter im Bundesland Kärnten. Die mündliche standardisierte Befragung durch die Autoren selbst wurde als Methode zur Informationsgewinnung gewählt, weil mit ihrer Hilfe sowohl Informationen, die auf quantitativen Angaben und Aufzeichnungen basieren, als auch solche, die qualitative Aussagen und Einstellungen zum Ausdruck bringen, strukturiert ausgewertet werden können. Ferner bot sich die Möglichkeit, im Anschluß an die Befragung eine Betriebsbesichtigung durchzuführen, um die tatsächliche Situation der befragten Schafbauern besser beurteilen zu können.

Angestrebt wurden mit der Befragung keine Repräsentationschlüsse, sondern ein möglichst detailliertes und wirklichkeitsnahes Aufzeigen der Tendenzen, Möglichkeitsfelder und Problembereiche bei der Vermarktung von Lammfleisch.

7.1.2. Vorgangsweise

Wie schon in Kapitel 3.4.1 kurz angerissen, diente als Vorlage für die Befragung ein zweiteiliger Fragebogen (Siehe Anhang). Der erste Teil beinhaltet Fragen, die sich mit der Betriebswirtschaft und Produktionstechnik beschäftigen. Dieser Teil wurde von RATSCHILLER (1990) sowohl erhoben als auch bearbeitet. Die Schwerpunktthemen des zweiten Teils sind vor allem der Absatz (Organisation, Vermarktungswege und Vermarktungszeitpunkt) und Einstellungsfragen zu Problemen der Vermarktung und zur überbetrieblichen Zusammenarbeit. Dieser Teil wurde von PRETTNER (1990) erhoben und bearbeitet.

Die Befragung dauerte insgesamt zwischen zwei und vier Stunden. Rückblickend sei zu bemerken, daß Interviews dieser Länge von den Befragten sehr viel Geduld und Konzentrationsfähigkeit abverlangen. Die Antworten wurden in den meisten Fällen von den Betriebsleitern in Zusammenarbeit mit deren Ehefrauen bzw. Eltern gegeben.

7.1.3. Auswahlkriterien

Die Betriebsauswahl erfolgte unter Berücksichtigung folgender relevanter Merkmale:

- Anzahl der Schafe
- Erschwerniszone
- Haltungsform
- regionale Streuung
- Nutzungsform (Schafzucht oder ausschließlich Lammfleischproduktion)
- Art der Vermarktung.

Von der Betriebserhebung wurden Betriebe, die weniger als 20 Schafe halten, ausgeschlossen (obwohl 92% der Kärntner Schafhalter weniger als 20 Schafe besitzen). Diese Entscheidung basiert auf der Annahme, daß kleine Schafbestände am Betrieb eine untergeordnete Rolle spielen und die Betriebsleiter kaum Auskunft über die Wirtschaftlichkeit des Betriebszweiges geben können. Ferner kann die Rückwirkung auf den Markt nicht untersucht werden, da bei derart kleinen Beständen die Tiere meist für den Eigengebrauch gehalten werden. Weiters wurde, der Bedeutung der Schafhaltung im alpinen Gebiet entsprechend, großer Wert darauf gelegt, daß Bauern aus allen Erschwerniszonen vertreten waren. Zusätzlich wurde darauf geachtet, daß sowohl Vertreter der alpinen Schafhaltung als auch solche der Koppelschafhaltung in die Auswahl einbezogen wurden. Dadurch wurde gleichzeitig dem Wunsch nach regionaler Streuung Rechnung getragen. Nicht zuletzt stellten die Bewirtschaftungsform (Zucht oder Lammfleischproduktion) und die Art der Vermarktung ausschlaggebende Auswahlkriterien dar.

7.1.4. Stichprobenumfang

Aufgrund begrenzend wirkender Faktoren wie Zeit und Geld wurde eine gründliche Befragung von 20 Betrieben als ausreichend angesehen. Das sind ca. 0,56% aller schafhaltenden Betriebe Kärntens. Ein Repräsentationsschluß auf die Gesamtheit ist aus diesem Grunde nicht möglich und gestattet. Allerdings ist die Aussagekraft in der Gruppe der Halter mit mehr als 31 Schafen schon wesentlich stärker. In dieser Gruppe wurden 11,1% der Gesamtbetriebe befragt.

Auf diese relativen Verhältnisse in der Stichprobengestaltung ist bei der Interpretation der folgenden angeführten Ergebnisse unter Berücksichtigung der Verhältnisse in der Kärntner Schafhaltung Bedacht zu nehmen.

7.1.5. Darstellung der Ergebnisse der Betriebserhebung

Die Darstellung erfolgt in der Weise, daß vorerst die 20 Einzelbetriebe anhand von rein betriebswirtschaftlichen Kriterien (Erwerbsart und Erschwerniszone) vorgestellt werden. Die weitere Beschreibung der Betriebe erfolgt aufgrund von Kriterien, die in enger Verbindung mit dem Markt gesehen werden müssen (Vermarktungszeitpunkt, Preise und Absatzwege).

7.1.5.1. Erwerbsart und Bedeutung der Schafhaltung innerhalb der Betriebsorganisation

Tabelle 32: Erwerbsart und Bedeutung der Schafhaltung innerhalb der Betriebsorganisation

Anteil der Schaf-GVE an den Gesamt-GVE	Vollerwerb	Nebenerwerb
genau 100 %	2	4
über 50 %	3	1
bis 50 %	6	4
GESAMT	11	9
Durchschnittsfläche pro Betrieb in ha; incl.Wald, excl. Alm	72	16

Quelle: eigene Berechnungen

Von den 20 Bauern bewirtschaften 11 ihren Hof im Vollerwerb und 9 im Nebenerwerb. Auffallend ist der große Unterschied in der Flächenausstattung. Für einige der Betriebe besteht vor allem wegen der geringen Flächenausstattung die Notwendigkeit, sich einen außerlandwirtschaftlichen Nebenerwerb zu suchen.

In der Regel sind Alternativen der extensiven Grünlandbewirtschaftung, wie beispielsweise die Schafhaltung, für Vollerwerbs-

betriebe als einzige Form der Tiernutzung von geringer Bedeutung. Durch die Umstellung von der Milchwirtschaft auf die Schafhaltung kommt es zu Deckungsbeitragsverlusten pro Hektar die, in Extremfällen mehr als 50% ausmachen können. Die Einkommensverluste können nur durch Ausdehnung der Fläche bzw. durch Aufstockung des Tierbestandes wettgemacht werden, wobei die Flächenausdehnung oft an der Möglichkeit des Zukaufes oder Pachtens (fehlendes Angebot bzw. finanzielle Gründe) scheitert. Eine Umstellung würde allerdings zu einer Einsparung von Arbeitskraftstunden zwischen 30 und 50% führen.

Die Milchschafrhaltung ist die einzige Form der Schafhaltung, mit der eine drei- bis viermal höhere Flächenproduktivität als in der Milchviehhaltung erwirtschaftet werden kann, wenn auch bei einer noch größerer Arbeitsintensität (PFINGSTNER 1982).

Vollerwerbsbetriebe

Obwohl bei der Schafhaltung (als einziger Tierhaltungsalternative) mit Deckungsbeitragsverlusten gerechnet werden muß, werden auf zwei Vollerwerbsbetrieben ausschließlich Schafe gehalten. Auf drei weiteren Betrieben machen die Schaf-GVE den überwiegenden Teil des Gesamt tierbestandes aus.

Die zwei Betriebe, die ausschließlich Schafe halten, erwirtschaften zwar kein nennenswertes Zusatzeinkommen, zeichnen sich aber durch extrem günstige Produktionsverhältnisse aus: für einen Betrieb ist die gut funktionierende Zusammenarbeit mit einem Ackerbaubetrieb von großem Vorteil. Auf diese Weise sind kaum eigene Maschinen angeschafft worden. Kraftfutter und Stroh werden im Austausch gegen Mist günstig bezogen.

Der andere Betrieb nimmt eine Sonderstellung durch seine Hüttehaltung ein. Die Kooperative besitzt keine Eigenflächen. Durch die außergewöhnliche Haltung und geschicktes Vermark-

ten kann dieser Betrieb Wolle, Felle, Strickwaren und auch das Fleisch und Zuchttiere zu sehr guten Preisen absetzen.

Jene drei Vollerwerbsbetriebe, deren Anteil an Schaf-GVE über 50% ausmacht, erwirtschaften Zusatzeinkommen aus folgenden Tätigkeiten:

- 2 Betriebe Milchwirtschaft und Händlertätigkeit mit Schafen
- 1 Betrieb Milchwirtschaft (Ziegen) und Waldwirtschaft

Die 6 Vollerwerbsbetriebe, bei denen die Schafhaltung weniger als 50% zu den Gesamt- GVE beiträgt, erwirtschaften den Großteil des Einkommens aus folgenden Betriebszweigen:

Tabelle 33: Einkommensquellen der 6 Vollerwerbsbetriebe

Anzahl der Betriebe	Einkommensquellen
1	Schweinehaltung, ausschließl. Direktvermarktung
1	Schweinehaltung und Ackerbau
1	Mastgeflügel und Waldwirtschaft
1	Milch- und Waldwirtschaft
2	Mutterkuhhaltung und Waldwirtschaft

Quelle: eigene Erhebungen

Die Schafhaltung macht auf diesen Betrieben zwischen 5 und 46% der Gesamt-GVE aus.

Nebenerwerbsbetriebe

In Kärnten sind über 60% der Betriebe auf ein außerlandwirtschaftliches Einkommen angewiesen. Die Probleme, die sich vorzugsweise für Grünlandbetriebe ergeben, sind vor allem die hohe

Arbeitsbelastung. In vielen Fällen wird die arbeitsaufwendige Milchviehhaltung beibehalten, obwohl die Zahl der am Betrieb verfügbaren Arbeitskräfte abnimmt. In diesen Betrieben sind sehr oft die Bäuerinnen, aber auch die Kinder und die am Hof lebenden Großeltern zusätzlich belastet.

Nachdem die extensiven Betriebszweige im Grünland zumeist weniger Arbeitskraftstunden benötigen, sind sie gerade für Nebenerwerbsbetriebe eine echte Alternative. Dadurch, daß eine zusätzliche Einkommensquelle zur Verfügung steht, hat die Flächenproduktivität nicht diese vordergründige Bedeutung wie in Vollerwerbsbetrieben. Dazu kommt, daß 6 der Nebenerwerbsbauern ein zusätzliches Einkommen aus der Schafzucht erwirtschaften, indem sie einen Teil der Nachzucht auf Versteigerungen zu guten Preisen verkaufen können.

Die Ergebnisse der Befragung zeigen, daß insgesamt 5 Betriebe die Chance der Schafhaltung als Arbeitserleichterung erkannt haben. Davon arbeiten 4 Bauern ausschließlich mit Schafen - das sind durchwegs extrem kleine Betriebe, die ohne außerlandwirtschaftliches Einkommen nicht überleben könnten. Bei einem weiteren Betrieb sind die Schafe neben 2 Mutterkühen und 2 Schweinen der bedeutendste Tierhaltungszweig.

Für 4 Betriebe ist die Milchviehhaltung weiterhin der Faktor, durch den der Großteil des landwirtschaftlichen Einkommens erwirtschaftet wird. Die Schafe machen in diesen Betrieben 6 bis 46% der Gesamt-GVE aus.

7.1.5.2. Erhebungsbetriebe in den Erschwerniszonen

Insgesamt liegen 16 der untersuchten Betriebe (80%) in einer der vier Erschwerniszonen. Dieser Prozentsatz ist, verglichen mit dem aus den Viehzählungsergebnissen 1987 (60,4% in Kärnten), sehr hoch.

Auf jeden Fall hat die Schafhaltung vor allem im alpinen Raum wichtige Aufgaben, wie z.B. die Nutzung von schwer zu mähenden Flächen bzw. von Almen, zu erfüllen. Einige der Befragten geben als Grund für die Schafhaltung an, daß gemessen an ihren Flächen das Milchkontingent zu gering sei oder die extreme Lage und andere erschwernende Bedingungen das Milchliefen nahezu unmöglich machen.

In der folgenden Aufstellung werden die Erhebungsbetriebe nach Zugehörigkeit zu den Erschwerniszonen in nachstehende Gruppen eingeteilt.

Tabelle 34: Betriebe in den Erschwerniszonen

Zone	Anzahl der Erhebungsbetriebe	Durchschnittsbestände laut		
		Befragung	Viehzählung 1989 1)	Viehzählung 1989 2)
0	4	368	9,5	48,4
1	4	155	11,0	59,0
2	5	136	10,2	41,5
3	5	131	10,9	50,4
4	2	110	13,3	35,8
Gesamt	20	182,5	10,5	46,7

1) schafhaltende Betriebe in Kärnten

2) schafhaltende Betriebe in Kärnten mit über 20 Schafen

Quelle: eigene Berechnungen

Es wurde, wie aus der Tabelle hervorgeht, großer Wert darauf gelegt, Betriebe aus allen Zonen zu erfassen.

Deutlich ist der große Unterschied der Durchschnittsbestände aus den Erhebungsbetrieben und jener aus den Viehzählungsergebnissen. Der Grund dafür ist, daß Betriebe mit weniger als 20 Schafen, die laut Viehzählung ca. 92% ausmachen, von der Befragung ausgeschlossen wurden. Aber auch im Vergleich zu den Daten der Viehzählungsstatistik der Betriebe über 20 Schafe zeigt sich, daß die befragten Schafhalter eher zu den größeren Betrieben gehören.

7.1.5.3. Vermarktungszeitpunkt

Ein großes Problem der heimischen Schafhaltung ist, wie schon in vorigen Kapiteln erwähnt, die Saisonalität des Angebotes. Ein Großteil der Inlandsproduktion kommt im Herbst nach dem Almbtrieb auf den Markt. Die Folgen sind Preisverfall und die Notwendigkeit des Exportes. Aus diesem Grund wurden die Fragen im Zusammenhang mit dem Vermarktungszeitpunkt so gestellt, daß eine allgemeine Aussage über die Saisonalität des Angebotes gemacht werden kann. Ferner war die Analyse des Zusammenhanges zwischen Bestandesgröße, Haltungsform und dem Vermarktungszeitpunkt interessant.

Der folgenden Tabelle ist zu entnehmen, daß 8 Betriebe saisonal, das heißt ausschließlich im Herbst vermarkten, während 12 Betriebe das ganze Jahr über anbieten können.

Tabelle 35: Vermarktungszeitpunkt in Abhängigkeit von Bestandesgröße und Haltungsform

SAISONALE VERMARKTUNG		Haltungsformen			
Klasse	Anzahl der Schafe pro Betrieb	AlpineSH*	KoppelSH*	HüteSH*	Summe
I.	mehr als 100	1	-	-	1
II.	50 bis 100	3	-	-	3
III.	bis 50	3	1	-	4
Gesamt		7	1	0	8
ASAISONALE VERMARKTUNG		Haltungsformen			
Klasse	Anzahl der Schafe proBetrieb	AlpineSH*	KoppelSH*	HüteSH*	Summe
I.	mehr als 100	2	5	1	8
II.	50 bis 100	-	1	-	1
III.	bis 50	-	3	-	3
Gesamt		2	9	1	12

SH* = Schafhaltung

Quelle: eigene Berechnungen

Vermarktungszeitpunkt in Abhängigkeit von der Bestandesgröße

Betrachtet man den Vermarktungszeitpunkt ausschließlich im Kontext mit der Bestandesgröße, so sind folgende Zusammenhänge festgestellt worden:

Von den insgesamt 13 Betrieben, die in die Größengruppen von mehr als 50 Schafen pro Betrieb (Klassen I und II) eingeordnet wurden, bieten 9 kontinuierlich und 4 saisonal an. Allerdings befinden sich unter den Herbstvermarktern 3 Halter von saisonalen Rassen, die keine andere Art der Vermarktung zulassen.

Die Vermarktung der 7 Betriebe, die der Gruppe von weniger als 50 Schafen (Klasse III) zuzurechnen sind, konzentriert sich beim überwiegenden Teil (4 Betriebe) auf den Absatz im Herbst. Jedoch bieten immerhin drei Halter kleinerer Bestände ganzjährig an und beweisen damit, daß die ganzjährige Vermarktung auch in kleinen Beständen möglich ist.

Das Ergebnis untermauert die Vermutung, daß Betriebe mit größeren Herden die kontinuierliche Vermarktung sowohl aus arbeitstechnischen als auch aus marktwirtschaftlichen Gründen vorziehen. In größeren Betrieben versucht man die Ablammungssaison in die Länge zu ziehen, um Engpässe in Bezug auf Arbeitskräfte zu vermeiden und um die Lämmern gestaffelt absetzen zu können. Mit Hilfe dieser Methode, wird das Risiko eines eventuell wirksam werdenen Preisverfalls verringert.

Kleinbetriebe nehmen lieber den Preisverfall in Kauf, der bei kleineren Mengen nicht so stark zum Tragen kommt, als daß sie auf eine Betriebsorganisation umstellen, die für ihren Betrieb weniger rationell erscheint. Eine Verlängerung der Ablammungssaison wäre in Kleinbeständen mit einem beträchtlichen Mehraufwand an Arbeit verbunden.

Vermarktungszeitpunkt in Abhängigkeit von der Haltungsform

Im folgenden wird der Vermarktungszeitpunkt ausschließlich unter dem Gesichtspunkt der Haltungsform betrachtet. Zusätzlich wird die These unterstellt, daß die Alpung eine saisonale Vermarktung mitverursacht und die Koppelschafhaltung eine asaisonale Vermarktung begünstigt.

Von den insgesamt 8 saisonal vermarktenden Betrieben praktizieren 7 eine Alpung der Tiere. Sie setzen die Produkte aus der Schafhaltung ausschließlich im Herbst ab (vgl. Tabelle 32). Zusätzlich sei darauf verwiesen, daß alle 8 saisonal anbietenden Schafbauern aus Oberkärnten kommen, wo die traditionelle

Schafhaltung mit den typischen Merkmalen: Sommeralping, Herbstvermarktung und eventuell sogar sparsame Winterfütterung noch sehr verbreitet ist.

Auch die asaisonale Vermarktung scheint im großen und ganzen die oben aufgestellte These zu untermauern, denn von insgesamt 12 Bauern, die ihre Produkte während des ganzen Jahres auf den Markt bringen, sind es immerhin 9 (75%), denen aufgrund der praktizierten Koppelschafhaltung ein Anbieten während des ganzen Jahres möglich ist. Die verbleibenden drei Betriebe beweisen, daß ein ganzjährige Vermarktung auch in Betrieben, die die Alm- bzw. Hütehaltung praktizieren, durchgeführt werden kann.

7.1.5.4 Preisunterschiede

Nach PFINGSTNER 1982 übt der Erlös pro Lamm einen entscheidenden Einfluß auf die Wirtschaftlichkeit der Produktion aus. In den DB-Kalkulationen von RATSCHILLER 1990 ist dies der Faktor, der die Wirtschaftlichkeit am meisten beeinflußt. Aus diesem Grund wurden die einzelnen, von den Bauern verlangten Preise unter verschiedenen Gesichtspunkten betrachtet und verglichen.

Tabelle 36: Preisdifferenzierung von Lammfleisch in öS/kg

Region	Preis	S/AS*	Alter in Mo.	Gewicht in kg
Mölltal	57,5	5:0	9,5	27,4
Drautal	60,7	2:3	7,6	22,9
Lavanttal	64,8	0:5	5,1	23,3
Kärntner Becken	68,3	1:2	4,8	17,5
Südkärnten	77,5	0:2	6,25	16,0

S/AS* = Verhältnis saisonale/asaisonale Vermarktung

Quelle: eigene Berechnungen

In der Tabelle kommt der regionale Preisunterschied sehr deutlich zum Ausdruck. Zwischen dem niedrigsten durchschnittlichen Kilopreis und dem höchsten besteht eine Differenz von öS 20,-.

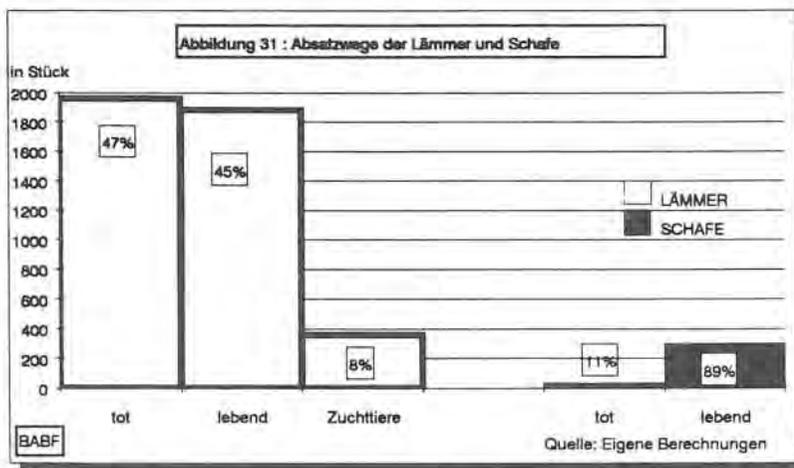
Im Mölltal, das relativ weit entfernt von größeren Konsumzentren liegt, werden die niedrigsten Kilopreise verlangt. Das mag damit zusammenhängen, daß in diesen Regionen ausschließlich im Herbst vermarktet wird und aufgrund des saisonalen Angebotes der Preisverfall deutlich zu spüren ist. In den anderen der Aufstellung zu entnehmenden Regionen ist die saisonale Vermarktung nirgends mehr so vorherrschend wie hier.

Sicherlich spielt aber auch die ganz einfach zu niedrige Bewertung des Produktes durch den Produzenten eine Rolle. Erstaunlich sind die relativ niedrigen Preise vor allem auch deshalb, weil gerade im Mölltal fast ausschließlich direkt an den Konsumenten abgesetzt wird. Ein zusätzlicher Grund für die niedrigen Preise ist möglicherweise die Qualität der Ware. Die dort vermarkteten Lämmer erreichen das höchste durchschnittliche Gewicht und das höchste durchschnittliche Alter. Ein wesentlicher Grund dafür, daß die Deckungsbeiträge im Mölltal dennoch relativ hoch sind, ist der Zuchtviehverkauf.

Die Preise pro Kilo Lammfleisch steigen mit zunehmender Nähe zu den Konsumzentren. Die Bewertung des Produktes durch den Produzenten wird in den restlichen Regionen wesentlich selbstbewußter vorgenommen als im Mölltal. Die höchsten durchschnittlichen Kilopreise erzielen die beiden Bauern aus Südkärnten, wobei erwähnt werden muß, daß einer der beiden seine Wanderherde während des Winters in der Umgebung von Wien hält und dort die besten Kilopreise erzielt.

7.1.5.5. Absatzwege für Schafe und Lämmer

Eine Unterscheidung der Betriebe nach der gewählten Art des Absatzes (direkter, indirekter Absatz oder Absatz über Zuchtviehversteigerung) erwies sich deshalb als sehr schwierig, weil fast jeder Bauer eine Kombination zwischen zwei oder mehreren Varianten praktiziert. Aus gegebenem Grund wurde auf die vermarkteten Stückzahlen zurüchgerechnet, um auf diese Weise die Formen des Absatzes zu eruieren und zu analysieren.



Dabei ergab sich, daß von den Erhebungsbetrieben insgesamt 4200 (92,5%) Lämmer und 336 (ca. 7,5%) Altschafe vermarktet wurden.

Bei der Vermarktung der Lämmer ist die Direktvermarktung der indirekten Vermarktung überlegen. Das Ausmaß des Zucht-lämmerabsatzes ist erwartungsgemäß unbedeutend. Beim Absatz der Altschafe ist die indirekte Vermarktung vorherrschend.

Im folgenden werden die Begriffe Direktvermarktung und indirekte Vermarktung abgegrenzt und erklärt.

Direktvermarktung

Darunter wird das Verkaufen des Fleisches direkt an den Konsumenten bzw. an einen gewerblichen Abnehmer, der die Funktion eines Endverteilers übernimmt (Gastronomie, Handelsketten und Fleischer) verstanden, wobei die Direktvermarktung in Form der Totvermarktung erfolgt.

Das Kriterium, mit dessen Hilfe der Verkauf an den Fleischer einmal zur indirekten und das andere Mal zur Direktvermarktung gezählt wird, ist demnach der Grad der Konsumreife. Der Lebendviehverkauf an einen Fleischer wird zur indirekten Vermarktung gezählt, während der Verkauf eines geschlachteten und auf Wunsch zerteilten und eventuell sogar zugestellten Lammes zur Direktvermarktung gerechnet wird.

Alle 20 Betriebe praktizieren in irgendeiner Weise den Direktabsatz:

- als einzige Form der Vermarktung: 3 Betriebe
- als Kombination mit der indirekten Vermarktung: 13 Betriebe
- als Kombination mit der Zucht: 4 Betriebe

Die verschiedenen Ausprägungen der Direktvermarktung, die von den befragten Bauern praktiziert werden, sind der Ab-Hof-Verkauf, die Zustellung auf Bestellung und die Belieferung gewerblicher Abnehmer. Von den einzelnen Betrieben werden zwischen 10 und 100 Prozent des Gesamtschafbestandes, das sind im Durchschnitt 55,5 %, direkt vermarktet.

Für einen erfolgreichen Direktvermarkter ist es wichtig, daß er eine positive Einstellung sowohl zu seinem Produkt als auch zu den Konsumenten hat. Weiters ist das Anbieten über das ganze Jahr, zumindest über einen Großteil des Jahres, von Bedeutung. Von Vorteil ist neben dem Anbieten des Produktes die Bereitstellung verschiedener Zusatz- und Serviceleistungen.

Direktvermarktung und Serviceleistungen

Die Frage nach den angebotenen Serviceleistungen beantworteten die Bauern folgendermaßen:

Tabelle 37: Das Niveau der Zusatzleistungen

Frage: Welche zusätzlichen Serviceleistungen bieten Sie Ihren Kunden an? (Vorgabe: Zerlegen, Verpacken, Zustellen, Rezepte, Hofbesichtigungen)

Niveau der Zusatzleistungen	Anzahl der Bauern, die diese Leistungen anbieten
Niveau 1: Schlachten, Zerlegen, Verpacken	3
Niveau 2: Niveau 1 + Rezepthefte	9
Niveau 3: Niveau 2 + Bauernhofbesichtigung	8
Summe	20

Quelle: eigene Erhebungen

Das Niveau 1 enthält die Serviceleistungen, die in gewissem Sinne zur Grundausstattung gehören: Schlachten, Zerlegen und Verpacken. Das Lammfleisch wird von 3 Bauern in dieser Form angeboten.

Das Niveau 2 beinhaltet zu den Leistungen des Niveau 1 auch die Beigabe von Rezeptheften und eventuell die Zustellung. Insgesamt beraten und betreuen 9 Bauern ihre Kunden auf diese Weise. Die 8 Bauern, die Serviceleistungen anbieten, die in dieser Wertung zu Niveau 3 gezählt werden, bieten neben den "handfesten" Leistungen zusätzlich einen Erlebniswert an, wobei sich der Kunde bei vorhandenem Interesse vor Ort im Verlauf einer Betriebsbesichtigung von den Produktionsbedingungen überzeugen kann.

Durch die Direktvermarktung erzielen die befragten Bauern, vor allem dann, wenn sie direkt an den Konsumenten bzw. an die Gastronomie vermarkten, die besten Preise.

Tabelle 38: Erzielte Preise bei der Direktvermarktung

Verkaufsvariante	Preise von bis	Durchschnittspreise
Ab Hof	ÖS 54,- bis 85,-	ÖS 65,3
gewerbliche Abnehmer	ÖS 65,- bis 70,-	ÖS 66,2
an Handelsketten	ÖS 56,- bis 57,-	ÖS 56,5

Quelle: eigene Berechnungen

Die Preise bei der Belieferung von Handelsketten fallen eindeutig niedriger aus. Allerdings werden in den meisten Fällen auch nur die Schlachtkörper geliefert, wobei sich der Bauer das Zerlegen und Verpacken erspart. Die Belieferung von Handelsketten ist gerade für Halter großer Herden ein wichtiger Absatzweg, da die Abnahme von Lämmern über das ganze Jahr vertraglich geregelt ist.

Die Direktvermarktung ist ein hilfreicher Beitrag zur Einkommenssicherung. Jedoch ist sie zumeist mit einem beträchtlichen Mehraufwand an Arbeit verbunden, denn wichtig ist, daß das Produkt mit einem hohen Grad an Konsumreife angeboten wird. Deshalb sind das Schlachten und Zerlegen Zusatzleistungen, auf die nicht verzichtet werden sollte. Serviceleistungen werden im allgemeinen vom Kunden gerne bezahlt. Für den Direktvermarkter sind sehr oft das Schlachten und Zerlegen die Arbeiten, die ihm relativ geläufig sind, problematischer wird es für ihn beim Verkaufen. Mit der Werbung um den Kunden dringt er in ein Gebiet, in dem er sich zumeist nicht sehr erfahren schätzt.

Direktvermarktung und Kommunikation

Im Verlauf der Befragung hat sich herausgestellt, daß nur insgesamt sieben, von zwanzig Bauern schon einmal in irgend einer Form Kunden selbstständig beworben haben. Die meisten haben versucht, durch Inserate in diversen Zeitungen auf ihre Produkte aufmerksam zu machen.

Eine etwas vehementere Werbestrategie betreiben zwei Landwirte, die in Eigenregie Geschäftsführer von Handelsketten angesprochen haben und dadurch eine ganzjährige Belieferung dieser Handelsketten mit Produkten aus der heimischen Schafhaltung erwirken konnten. Dieses "Vermarktungsteam" verteilt zusätzlich Handzettel und Aufkleber.

Der Großteil der Schafhalter verläßt sich in punkto Werbung jedoch auf die Mundpropaganda. So ist es nicht verwunderlich, daß sich der Kundenkreis zum überwiegenden Teil aus Nachbarn und Kunden aus der näheren Umgebung zusammensetzt. Nur insgesamt sechs Schafhalter vermarkten über einen Radius von 15 km hinaus. Aus diesen Fakten geht hervor, daß der Lammfleischmarkt ein sehr regionaler Markt ist, dessen Wirkungsbereich oft auf das eigene bzw. auf einige benachbarte Dörfer beschränkt bleibt, obwohl gerade in Ballungszentren der Wunsch der Konsumenten nach naturnah produzierten und gesunden Lebensmitteln spürbar ist. Verschiedene Konsumentenbefragungen in der Bundesrepublik aber auch in Österreich haben ergeben, daß die Konsumenten gerne direkt am Bauernhof einkaufen würden und auch bereit sind, für naturbelassene Produkte einen höheren Preis zu bezahlen. Die Stadtbevölkerung hätte durch das Einkaufen am Bauernhof die Möglichkeit, sich von den Produktionsbedingungen zu überzeugen bzw. mit dem Landwirt direkt in Kontakt zu treten, wodurch ein notwendiger Gedankenaustausch stattfinden könnte.

Direktvermarktung und Produktpalette

Bei der Direktvermarktung "Ab Hof" ist es für beide Seiten (Konsumenten und Produzenten) von großem Vorteil, wenn die Produktpalette vielseitig ist und daß neben dem Lammfleisch auch andere Produkte aus der Schafhaltung angeboten werden können. Besonders gefragt sind Verarbeitungsprodukte wie z. B. Würste, Salami usw., aber auch Felle, Wolle und Strickwaren tragen wesentlich zur Sortimentenerweiterung (Produktdifferenzierung) bei. Darüber hinaus kann die Angebotspalette auch durch andere landwirtschaftliche Produkte, die dem Qualitätsniveau des Lammfleisches entsprechen, erweitert werden (Produktdiversifizierung). Die Bereitschaft zur Vertiefung des Sortimentes durch Anbieten von Verarbeitungsprodukten bei den Erhebungsbetrieben kann aus nachfolgender Tabelle abgelesen werden.

Tabelle 39: Bereitschaft zur Veredelung der Produkte aus der Schafhaltung

Frage: Wenn Sie Ihre Lämmer bisher nicht weiterverarbeitet haben, könnten Sie sich vorstellen aus minderwertigen Teilstücken verschiedene Verarbeitungsprodukte herzustellen?

Antwortkategorien	Anzahl der abgegebenen Antworten
Ja	6
Nein	6
Ja - für Hausgebrauch	6
Nein wegen Marktferne	2

Quelle: eigene Erhebungen

Das bedeutet, daß sechs Bauern eine Weiterverarbeitung zumeist aus Gründen der Arbeitsbelastung ablehnen. Weitere sechs sind bereit, ihre Produkte zu veredeln. Durch eine überbetriebliche Zusammenarbeit bei der Verarbeitung bzw. Vermarktung wäre es

denkbar, daß jene Gruppe, die bereits für den Eigengebrauch Selchwaren herstellt, im Rahmen einer überbetrieblichen Zusammenarbeit bereit wäre, größere Mengen zu verarbeiten, um einen Teil davon zu verkaufen. Die andere Gruppe, die zu große Arbeitsbelastung und Marktferne als Grund dafür angeben, daß sie nicht weiterveredeln, könnte durch Zusammenarbeit auf diesem Sektor unter Umständen dazu bewegt werden, auf die Produktion von Selchwaren umzusteigen.

Bezüglich der Bereitschaft der Schafhalter zur Erweiterung der Produktpalette in punkto Sortimentbreite (damit wird im folgenden das Anbieten von Produkten, die nicht aus der Schafhaltung stammen, verstanden) wurden bei der Befragung folgende Erkenntnisse gewonnen:

- 11 Bauern bieten bereits andere Produkte an bzw. sind jederzeit bereit, solche anzubieten
- 9 Bauern bieten außer Produkten aus der Schafhaltung keine anderen Produkte an.

Von den 9 Landwirten, die nicht bereit sind, andere Produkte anzubieten, halten 6 außer Schafen keine anderen Tiere.

Direktvermarktung und Rechtsbestimmungen

Für die Bauern als Direktvermarkter ist vor allem das Einhalten der gesetzlichen Bestimmungen, die die Direktvermarktung betreffen, wichtig. Direktvermarkter dringen in Bereiche ein, die bislang anderen Berufsgruppen vorbehalten waren und die durch genaue Gesetzesregelungen ausformuliert sind. Zum Großteil (60%) haben sich die Befragten schon Gedanken über Rechtsbestimmungen, die die Direktvermarktung betreffen, gemacht und können solche auch nennen (Fleischschau, Hygienevorschriften, Produkthaftung u.ä.).

Trotzdem sei an dieser Stelle an die Adresse der Veranstalter von Weiterbildungskursen (die Beratung im allgemeinen) bzw. die

Verantwortlichen für die Erstellung von Lehrplänen in den landwirtschaftlichen Schulen fogender Hinweis gerichtet:

In Zukunft wird es von großer Bedeutung sein, die Landwirte auf dem Gebiet der Rechtsbestimmungen, die die Direktvermarktung betreffen, aber auch bezüglich der Kostenrechnung und Kalkulation sowie den Grundsätzen der Vermarktung zu schulen.

Die Probleme, mit denen die Schafhalter bezüglich der Direktvermarktung zu kämpfen haben, sind einerseits die teilweise großen Entfernungen zu den Konsumzentren, eine zu kleine Produktpalette und die Notwendigkeit, bei Ausweitung der Direktvermarktung größere Investitionen zu tätigen (Schlachtraum, event. Kühlraum etc.). Vielfach wurde auch der als zu niedrig empfundene Preis als Problem genannt.

Die Indirekte Vermarktung

Im allgemeinen werden alle Absatzwege, bei denen das Produkt erst über eine bzw. mehrere Zwischenstufen zum Konsumenten gelangt, zur indirekten Vermarktung gezählt. In der Schafhaltung fällt der Lebendviehverkauf an einen Händler bzw. Großhändler in diese Gruppe. Charakteristisch dabei ist, daß fast alle Qualitäten verkauft werden können, da der Händler zumeist selbst Schafhalter ist und die zugekauften Tiere, die das entsprechende Endgewicht noch nicht erreicht haben, in einer Art Endmaststation fertigmästet.

Die indirekte Vermarktung wird von 13 Betrieben ausgeübt:

- als Kombination mit Direktvermarktung und Zuchtviehverkauf : 4 Betriebe
- als Kombination mit einer oder mehreren Varianten der Direktvermarktung : 9 Betriebe

Als Handelspartner treten Fleischer, Händler aber auch Großhändler auf. Die indirekte Vermarktung bringt dem Bauern ver-

gleichsweise niedrige Kilopreise. Es werden zwischen öS 26,- und 30,- (im Durchschnitt öS 27,6,-) pro Kilogramm lebend bezahlt, was umgerechnet auf Totgewichte einen Kilopreis zwischen öS 52,- und 60,- entspricht. Allerdings ist für diese Form der Vermarktung auch der geringste Arbeitsaufwand notwendig. Die Bauern liefern die Lämmer bzw. Schafe an den festgesetzten Terminen zur Verladestelle. Es muß weder geschlachtet noch zerteilt werden. Auch die Arbeiten, die mit dem Verkaufen zusammenhängen wie Weiterverarbeitung und Werbung, entfallen bei der indirekten Vermarktung.

Im Lavanttal haben Schafbauern und Vertreter der Landwirtschaftskammer einen Verein gegründet, dessen Hauptaufgabe die Vermarktung von Lebendvieh ist. Zusätzlich werden über diesen Verein Produktionsmittel (Weidezaun, Ohrmarken u.ä.) billiger zugekauft. Ein zweiter Vermarktungsring dieser Art wurde mittlerweile im Drautal gegründet. Die Partner dieser Vermarktungsringe sind ausschließlich Händler aus anderen Bundesländern, denen die lebenden Tiere entweder per Bahn oder per LKW zugestellt werden. Die Übernahme von Transportkosten und Risiko wird durch die jeweiligen Verträge genau geregelt.

Insgesamt wurden sieben Bauern befragt, die Mitglieder in derartigen Organisationen sind. Bei ihnen entspricht der Anteil der Lebendviehvermarktung gemessen an der Gesamtvermarktung des Betriebes zwischen 8 und 90% (im Durchschnitt 43%). Erwartungsgemäß ist den Schafhaltern diese Art des Absatzes sehr angenehm. Problematisch dabei ist jedoch, daß auf diese Art dem Bauern die Wichtigkeit der Qualitätsfleischproduktion nicht vor Augen geführt wird, da wesentliche Informationen über das Marktgeschehen (Preisbildung, Anforderungen an die Qualität u.ä.) von ihm ferngehalten werden.

Zuchtviehverkauf

Nur 8,4% der vermarkteten Lämmer, die durch die Befragung erfaßt wurden, wurden als Zuchttiere verkauft. Insgesamt wurden 8 Züchter befragt. Sie vermarkten die für die Weiterzucht weniger geeigneten Lämmer folgendermaßen:

- direkt : 4 Betriebe
- indirekt : 4 Betriebe.

Die Abgrenzung zwischen Schafhalter und Schafzüchter ist sehr schwierig, vor allem deshalb, weil jeder Schafhalter jene Lämmer, die er für die Bestandesergänzung benötigt, nach züchterischen Kriterien aussucht und jeder Schafzüchter Lammfleisch produziert, indem er weniger geeignete Lämmer schlachtet oder verkauft. Im vorliegenden Fall wurden jene Bauern als Züchter bezeichnet, deren Schafe im Herdebuch eingetragen sind. Drei dieser Betriebe können wegen ihrer Herdengröße bzw. wegen dem geringen Eigenflächenanteil als ausgesprochene Hobbybetriebe bezeichnet werden.

7.1.5.6. Verpackung und Kennzeichnung

Die Verpackung erfüllt Aufgaben, die bei MAURER 1988 in zwei Gruppen eingeteilt werden. Das sind auf der einen Seite technische Aufgaben, z.B. Schutz bei der Lagerung und beim Transport. Auf der anderen Seite sind das kommunikative Funktionen wie Information, Identifikation und Werbung. Unter Berücksichtigung der Kosten, die werbewirksame Verpackungen verursachen, ist es verständlich, daß die Verpackung für den Verkauf auf dem Bauernhof in erster Linie zur Erfüllung der technischen Aufgaben gedacht ist. Verwendet werden hauptsächlich billige Produkte wie Fettpapier, Pappkartons u.ä. In Ausnahmefällen bieten die Direktvermarkter auf besonderen Wunsch auch tiefkühlfertige Portionen an. Wichtig ist, daß das Material ungebraucht und sauber ist. Umweltfreundliche Ver-

packungen erweisen sich als besonders günstig. Verpackungsmaterialien, die im Lebensmitteleinzelhandel verwendet werden, sind für die bäuerliche Direktvermarktung zu teuer, oft nicht sehr umweltfreundlich und meist auch überflüssig, da der Konsument, der am Bauernhof einkauft, keine sehr großen Ansprüche an die Verpackung stellt.

Das Image von Qualitätsprodukten sollte, um die Besonderheiten der Haltung und der Be- und Verarbeitung prägnant im Bewußtsein der Konsumenten zu verankern, durch einen Markennamen gefestigt werden. In der Direktvermarktung eines einzelnen Bauern wäre der Familienname in Verbindung mit einer Bezeichnung für das Produkt zu empfehlen. Vermarkten jedoch mehrere Bauern ein Produkt, das unter definierten Bedingungen erzeugt wurde, wäre ein Produktname in Verbindung mit der Herkunftsregion zu empfehlen. Die Marke sollte für Qualität und Produktwahrheit bürgen, um dem Kunden die Identifikation mit der Ware zu erleichtern.

Auf die Einführung eines Markennamens für Lammfleischprodukte reagierten die befragten Bauern folgendermaßen:

Tabelle 40: Einstellungen der Bauern gegenüber der Einführung von Markennamen für Produkte aus der Schafhaltung

Frage: Können Sie sich vorstellen, an einer Strategie für Markenlammfleisch teilzunehmen?

Antworten	Landwirte
ja	14
nein	4
weiß nicht	2
Summe	20

Quelle: eigene Erhebungen

Nicht zuletzt beim Vermarkten an Handelsketten bzw. Supermärkten erweist sich das Verkaufen des Produktes unter einem geschützten Markennamen als großer Vorteil. Der Kunde kann, vorausgesetzt er war mit der Ware zufrieden, wieder zum Markenprodukt greifen (Produktkontrolle).

Darüberhinaus ist die Werbung für Markenprodukte nicht nur effizienter, sondern auch konkreter, indem der Konsument z. B. auch über die Produktionsbedingungen aufgeklärt werden kann.

7.2. Eine Befragung von Gastwirten und Fleischern in Kärnten und deren Sichtweisen im Vergleich zu den Schafhaltern

Im vorliegenden Abschnitt werden die Befragungen, die an 11 Gastwirten und 5 Fleischern im Raum Villach/Faaker See und in der Umgebung von Flattach und Mallnitz/Mölltal durchgeführt wurden, vorgestellt.

7.2.1. Vorgangsweise

Sowohl die Gastwirte als auch die Fleischer wurden in verschiedener Hinsicht über das Produkt Lammfleisch befragt:

- wie der Bezug von Lammfleisch derzeit organisiert ist (Bezugsquelle, Bezugszeitpunkt)
- Herkunftsland der gekauften Produkte
- Fragen zur Qualität
- Fragen über gewünschte Zusatzleistungen
- Fragen zur Bereitschaft, mit den Bauern in engeren Kontakt zu treten

7.2.2. Auswahlkriterien

Die Gastwirte wurden aus den Prospekten, die von den jeweiligen Fremdenverkehrsbüros herausgegeben werden, ausgewählt. Für die Auswahl der beiden Regionen sprach der rege Sommerfremdenverkehr im Gebiet Faak am See, wo die Schafhaltung von weniger Bedeutung ist. Die Orte Flattach und Mallnitz wurden gewählt, weil sie einerseits in einem Gebiet mit ganzjährigem Fremdenverkehr liegen und andererseits, weil das Mölltal als Schafhaltungsgebiet mit traditionellen Haltungsformen (Alpine Schafhaltung) bekannt ist.

In jedem Gebiet wurde zwei Tage lang befragt. Die Auswahl der Betriebe erfolgte zufällig. Ausgesucht wurden nur Gastronomiebetriebe der mittleren und gehobenen Kategorien.

Die Auswahl der Fleischerbetriebe erfolgte nach folgenden Kriterien:

- der Standort (Villach -Stadt)
- die Betriebsgröße (eher kleinere Fleischerläden, die gezwungen sind, sich durch besondere Angebote von der Konkurrenz der Handelsketten abzuheben)
- das Sortiment (wird Lammfleisch angeboten)

7.2.3. Stichprobenumfang

Aufgrund des geringen Stichprobenumfanges ist diese Untersuchung nicht repräsentativ. Die Ergebnisse können aber als Anhaltspunkt bzw. als Orientierungshilfe gewertet werden.

7.2.4. Ergebnisse der Befragung der Gastwirte

Von 11 Gastwirten sehen 8 im direkt liefernden Schafbauern einen idealen Vermarktungspartner. Das weist darauf hin, daß der Landwirt auch für die Gastronomie zunehmend an Bedeutung gewinnt. Voraussetzung ist, daß der Bauer Qualitätsprodukte und vor allem auch frische Ware liefert. Zusätzlich wünscht sich die Gastronomie Serviceleistungen, die sie entweder vom Bezug beim Großhandel gewöhnt ist (Bezug von Teilstücken) oder solche, von denen der Gast profitiert und dessen Anbieten dem Gastwirt einen sicheren Marktnischenplatz verspricht.

Die Gastwirte wurden im Zuge der Erhebung zuerst über Erwartungen, die sie in das Produkt Lammfleisch setzen, befragt. Danach wurden ihnen eine Reihe von Zusatz- und Werbeleistungen vorgestellt, aus denen sie jene auswählen konnten, die für sie und ihre Gäste interessant wären.

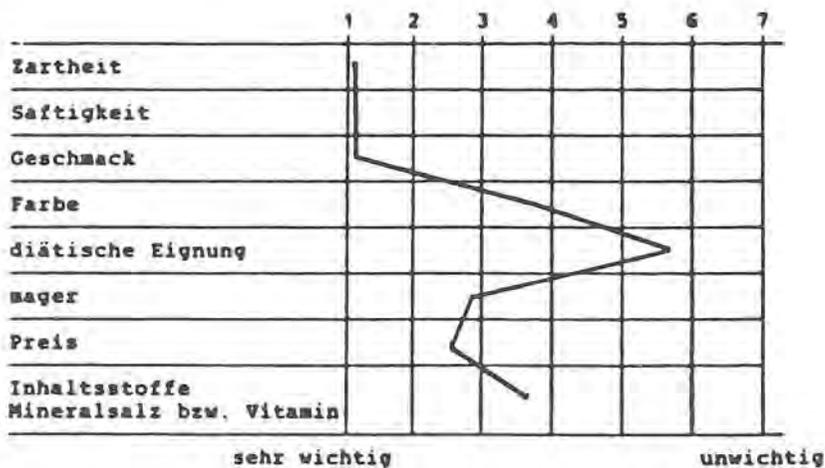
Die Darstellung der Ergebnisse der qualitativer Fragen wurde mittels Polaritätsprofilen realisiert. Polaritätsprofile gehen auf die Theorie der multidimensionalen Einstellungsmessung zurück (vgl. dazu HAMANN u. ERICHSON 1978, BEHRENS 1983). Sie basieren auf der Umwandlung ordinalskaliertes Werte in eine Rating-Skala (z.B. Notensystem von 1 bis 7), welcher Eigenschaften einer Intervallskala zugeordnet werden. Das bedeutet, daß auf Einzelergebnisse arithmetische Operationen angewandt werden können.

7.2.4.1. Ad: Lammfleischqualität

Zuerst wurden die 11 Gastwirte gebeten, die Eigenschaften bzw. auch die Kocheigenschaften, die sie sich vom Lammfleisch erwarten, mit Hilfe des erwähnten Notensystems von 1 bis 7 zu bewerten.

Polaritätsprofil 1: Qualitätsanforderungen der Gastwirte an Lammfleisch

Frage: Welche Eigenschaften sind bei Lammfleisch wichtig?



Quelle: eigene Erhebungen

Für die Gastwirte sind erwartungsgemäß Merkmale, die vom Gast nachgefragt werden, von besonderer Bedeutung. Dazu zählen mageres Fleisch, das zusätzlich zart, saftig, geschmackvoll und nicht allzu teuer ist.

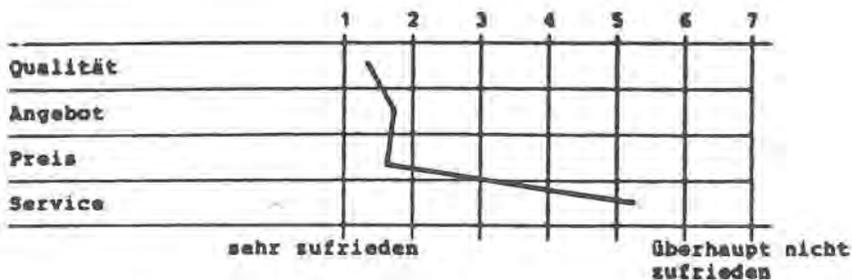
Merkmale, die vom Gastwirt als weniger wichtig empfunden werden sind entweder solche, die der Gast nicht überprüfen kann (Farbe und Inhaltsstoffe des Fleisches), oder solche, die von ihm nicht gefordert werden (diätetische Eignung).

7.2.4.3. Ad: Zufriedenheit mit inländischem Lammfleisch

Mit der Frage nach der Zufriedenheit mit Lammfleisch wurde versucht, eventuelle Mängel in der Produktion bzw. Vermarktung zur Sprache zu bringen.

Polaritätsprofil 3: Zufriedenheit der Gastwirte mit dem Produkt Lammfleisch

Frage: Sind Sie mit Ihrem Lammfleisch derzeit zufrieden?



Quelle: eigene Erhebungen

Sowohl die Qualität als auch das Angebot und der Preis werden vom Gastwirt als sehr zufriedenstellend empfunden. Hingegen werden die Serviceleistungen als eher mangelhaft bezeichnet. Das bedeutet, daß die Landwirte ihre Absatzsituation teilweise durch das Anbieten von Serviceleistungen wie Zustellung oder das Angebot von Teilstücken und vorbereiteten Teilstücken (z.B. Rollbraten) zu ihren Gunsten verändern könnten.

7.2.4.4. Ad: Zusatz- und Werbeleistungen:

In weiterer Folge wurde den Gastwirten eine Reihe von Zusatz- und Werbeleistungen in Aussicht gestellt. Sie konnten jene Alternativen ankreuzen, die ihnen besonders zusagen würden (siehe Tabelle 41).

Grundsätzlich würden es Gastwirte sehr begrüßen, wenn sie vom Landwirt auch Zusatz- und Werbeleistungen beziehen könnten. Obwohl zwei Hoteliers der Meinung sind, daß der organisatorische und finanzielle Aufwand, der damit verbunden ist, vom Landwirt nicht bewältigt werden kann. Ihrer Meinung nach sei der Bereich Landwirtschaft von dem des Tourismus streng zu trennen. Trotzdem sollte die Landwirtschaft in Zukunft mehr vom Tourismus profitieren, sei es in Form der Vermarktung an die Gastronomie oder an den Touristen selbst. Nach HOPPICHLER und SCHERMER 1989 sollten neue Ansätze für einen menschenfreundlichen und erlebnisreichen Tourismus, von dem sowohl die Touristen als auch die Bauern profitieren können, entwickelt werden.

Die meisten Nennungen erhalten die Alternativen Führung am Schafbauernhof, Besuchstage, Photoalben und das Buch mit den Anekdoten über Schafe. Sie dienen dazu dem Gast die Lebens- und Arbeitswelt der Bauern auf eine unkonventionelle Art vorzustellen.

Die Alternativen Handzettel, Tischkarten, Visitenkarten und Vorträge werden nicht so häufig genannt (3 Nennungen). Das mag damit in Zusammenhang stehen, daß es sich hier um herkömmliche Alternativen handelt, die verglichen mit der ersten Gruppe zuwenig spektakulär sind.

Tabelle 41: Zusatz und Werbeleistungen, die der Gastwirt gerne in Anspruch nehmen würde

Frage: Wären Sie auch an besonderen Zusatz- und Werbeleistungen durch Schafbauern interessiert?

Vorgegebene Alternativen	Zahl der Nennungen
* Schafbauernhofführungen für Gäste	7
* Besuchstage, besonders für Kinder	6
* Mithelfen und Mitarbeiten der Gäste am Bauernhof	3
* Vorträge über Schafhaltung am Abend	3
* Photoalben vom Schafbauernhof	6
* Ein Buch über Anekdoten vom Schaf für Gäste zum Anschauen	6
* Beschreibungen vom Schafbauernhof zum Einlegen in die Speisekarte	4
* Handzettel	2
* Tischkarten	3
* Visitenkarten als kleine Aufmerksamkeit für Gäste, die Lammfleischgerichte gespeist haben	3

Quelle: eigene Erhebungen

Einerseits findet das Mithelfen am Bauernhof großen Anklang, weil es eine Möglichkeit ist, in die Arbeitswelt der Landwirte Einblick zu gewinnen, andererseits stößt dieser Vorschlag auf Skepsis, weil von Seiten der Gastwirte befürchtet wird, daß der organisatorische Aufwand zu groß sei.

Gastwirte sind letztlich auch wegen ihrer Bereitschaft, für Qualitätsprodukte mehr zu bezahlen, interessante Partner für den Direktvermarkter.

Tabelle 42: Bereitschaft, für Qualitätslammfleisch mehr zu bezahlen

Frage: Wieviel wären Sie selbst bereit, für Markenlammfleisch mehr zu bezahlen (Prozentangabe)?

	Anzahl der Antworten	Prozentbereich	Durchschnitt
nein	2		
ja	9	10 - 50 %	20%

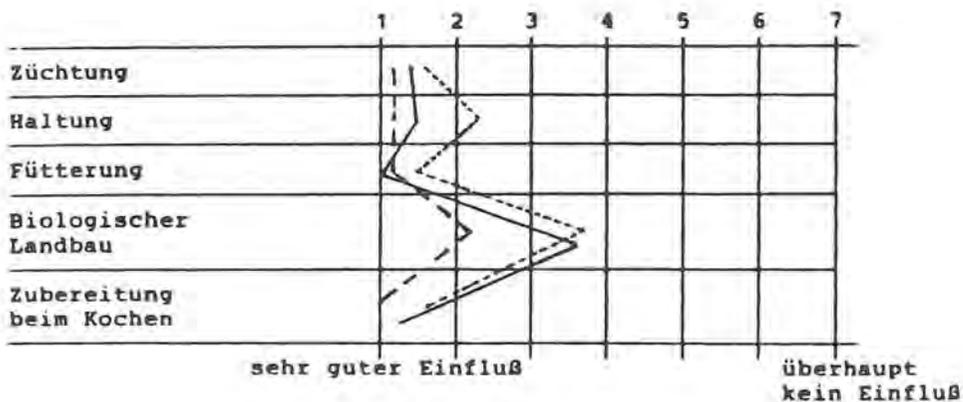
Quelle: eigene Berechnungen

7.3. Möglichkeiten der Verbesserung der Lammfleischqualität nach Meinung der Produzenten und der gewerblichen Abnehmer

Zu diesem Themenbereich wurden nicht nur die Bauern, sondern auch Gastwirte und Fleischer mit den gleichen Fragen konfrontiert. Damit sollten die Differenzen bzw. der Gleichklang der Vorstellungen und der Erwartungshaltungen abgetestet werden.

Polaritätsprofil 4: Lammfleischqualität unter Berücksichtigung verschiedener Einflußfaktoren

Frage: Wie erreicht man Ihrer Meinung nach Lammfleischqualität?



Landwirt
 Gastwirt
 Fleischer ———

Quelle: eigene Berechnungen

Die Tatsache, daß sich das Polaritätsprofil sehr nahe am linken Rand befindet, läßt erkennen, daß die Befragten allen vorgegebenen Einflußfaktoren einen erheblichen Stellenwert beimessen. Jedoch kommt es in der Zeile "Biologischer Landbau" zu einem einheitlichen Ausschlagen der Linien. Das bedeutet, daß die Befragten sich ziemlich einig darüber waren, daß der biologische Landbau alleine noch keine Garantie für eine Qualitätsfleischproduktion ist.

Die "Züchtung", richtige "Fütterung" und richtige "Zubereitung" werden einheitlich als wichtige Einflußfaktoren erachtet.

Die "Haltung" wird zwar von den Gastronomen und den Fleischern als sehr wichtig empfunden, der Bauer selbst mißt ihr jedoch eine geringere Bedeutung bei. Trotzdem sollten Schafbauern, die Qualitätslammfleisch erzeugen wollen, auf die Haltung besonderen Wert legen. Dies deshalb, weil optimale Haltungsbedingungen einerseits das Wohlbefinden der Tiere steigern und andererseits, falls der Bauer bereit ist, Hofführungen durchzuführen, eine tiergerechte, natürliche Haltung ein Aushängeschild und Garant für qualitätsorientierte Produktion ist. Zu Recht werden der Zucht, der Fütterung und der Haltung großer Wert beigemessen. Durch eine gezielte Zucht kann vor allem die Schlachtkörperqualität, konkret die Fleischleistung, verbessert werden. Zusätzlich kann der Anteil der wertvollen Teilstücke erhöht werden. Die Wertung der im Fragebogen vorgegebenen Zuchtziele durch die 20 befragten Bauern ergab nachstehende Reihung.

Tabelle 43: Wichtige Zuchtziele

Frage: Was wäre Ihrer Meinung nach bei der Züchtung von Qualitätslämmern besonders zu beachten (max. 3 Antworten möglich)?

Zuchtziele	Anzahl der Nennungen
Kreuzung mit Fleischrassen	17
Anteil der wertvollen Teilstücke	10
Leistungsprüfung in der Zucht	10
Ausschlachtungsprozente	10
Zartheit	5

Quelle: eigene Erhebungen

Sicherlich wirkt sich die Kreuzung der Bergschafe mit Fleischrassen in den meisten Fällen positiv auf die Fleischleistung aus.

Jedoch sollte davon Abstand genommen werden, sie zur einzig möglichen Form der Qualitätslammfleischproduktion zu deklarieren. Erwiesenermaßen gibt es auch Lämmer anderer Rassen, deren Fleischleistung den Qualitätsnormen entspricht. DOBOS 1988 schlägt in diesem Zusammenhang vor, von der Fruchtbarkeits- bzw. Fleischleistungsselektion wegzugehen und die Muttertiere nach der produzierten Lammfleischmenge, ausgedrückt in Kilogramm pro Jahr, zu beurteilen. Diese Beurteilung wäre, vom betriebswirtschaftlichen Standpunkt aus betrachtet, relevanter. Zudem würden sich die Diskussionen, welche der beiden Leistungen wichtiger sei, erübrigen.

Die Vorstellungen über die Fütterung von Qualitätslämmern wurden mit der Frage "was bei der Fütterung besonders zu beachten wäre", abgetestet. Folgende Ergebnisse wurden ermittelt:

Tabelle 44: Fütterungsmaßnahmen, die nach Meinung der Befragten die Qualität stark beeinflussen

Frage: Was wäre Ihrer Meinung nach bei der Fütterung von Qualitätslämmern besonders zu beachten?

Alternativen	Landwirte	Fleischer	Gastwirte
intensive Endmast	6	-	4
keine Importfuttermittel	9	-	5
keine Arzneifuttermittel	20	5	7
möglichst hoher Weideanteil	13	4	9
viel Kraftfutter	4	1	2
möglichst viel Rauhfutter	8	-	-

Quelle: eigene Berechnungen

Daraus geht hervor, daß es allgemein ein großes Anliegen ist, in der Fütterung auf den Einsatz von Arzneifuttermitteln zu verzichten. Weiters ist ein Trend zur extensiveren Fütterung zu er-

kennen, während ein vermehrter Kraftfuttereinsatz auf vergleichsweise wenig Zustimmung stößt. Das würde aber auch zur Folge haben, daß die Lämmer bei einer extensiven Fütterung auf keinen Fall schon mit 4 Monaten schlachtreif wären.

Generell ist zur Fütterung zu bemerken, daß, wenn die Anzahl der Gesamtschafe ausreichend groß ist, die Einteilung in Gruppen gleicher Leistungsstadien für eine bedarfsgerechte Fütterung, bei der zusätzlich Futterkosten gespart werden können, von großem Vorteil ist.

Der Einfluß der artgerechten Haltung auf die Erzeugung von Qualitätslammfleisch darf nicht unterschätzt werden.

Durch die richtige Zubereitung kann dem Qualitätslammfleisch tatsächlich noch der "letzte Schliff" verabreicht werden. Es können aber auch kleine Mängel, wie zu große Geruchs- bzw. Geschmacksintensität, durch die geeignete Zubereitung bis zu einem gewissen Grad korrigiert werden.

Auf die Information der Konsumenten über eine richtige Zubereitung wäre verstärktes Augenmerk zu legen (Beigabe von Rezeptheften).

7.3.1. Verbesserung der Lammfleischqualität durch Änderung der Produktionstechnik und des Angebotszustandes

Folgende Maßnahmen seien in diesem Abschnitt erwähnt:

- Schlachtung bei optimalem Lebensalter (6 bis 8 Monate)
- Schlachtung bei optimalem Mastendgewicht (40 bis 45 kg)
- Die Einhaltung von bestimmten Produktionsrichtlinien bei der Aufzucht (z.B. Fütterung)
- Das Anbieten von Teilstücken

7.3.1.1. Das Schlachalter bzw. Schlachtgewicht

Das Alter als Maßstab für Qualitätslammfleisch hat (siehe Qualitätskapitel) zu Recht eine große Bedeutung. Trotzdem sind die oft rein dogmatischen Diskussionen, die österreichweit zu diesem Thema geführt werden, in ihrem schon fast religionsartigen Charakter sehr schwer zu verstehen. Die einen setzten das optimale Schlachalter bei 4 Monaten, die anderen bei 6 Monaten und wieder andere bei einem Alter von bis zu einem Jahr fest. Abgesehen davon, daß man den Unterschied des Lebensalters von 4 und 6 Monaten ohnehin schwer feststellen kann, es sei denn durch einen, in der Praxis allerdings kaum durchführbaren, obligatorischen Nachweis des Geburtstermins, ist es nicht zielführend, in der Lammfleischproduktion den gleichen Fehler zu begehen wie in der Schweinemast (100 Tage Schwein) und zum Teil auch der Kälbermast.

Eine der Eigenschaften, die in der Gastronomie am Lammfleisch so geschätzt wird, ist der besondere Geschmack, der einem zu jung geschlachteten Lamm (100 Tage Lamm) fehlt. Außerdem kann ein derart junges Tier nur dann schlachtreif sein, wenn es intensiv gehalten wurde. Tiere aus der Intensivmast werden allerdings weder von den Gastronomen noch von den Fleischhauern nachgefragt.

Zum Alter und dem optimalen Mastendgewicht sei noch hinzugefügt, daß Extreme nach unten genauso qualitäts- und image-schädigend sein können wie Extreme nach oben. Das zu schwere, verfettete und zu alte Lamm bzw. Schaf ist noch immer für die negativen Imagekomponenten (talgiger Geschmack, zu intensiver Geruch) von Lammfleisch verantwortlich. Trotzdem sollte man für die Produktion nicht den anderen Extrempunkt (geschmacksneutrales Lamm) vorschlagen. Wenn die Abnehmer auf naturnahe Haltung Wert legen (Almhaltung, bzw. nicht zu intensive Kraftfuttergaben), dann müssen sie auch ein Lamm in Kauf nehmen, das beispielsweise erst zwischen 6 und 8 Monaten schlachtreif wird, d.h. 40 bis 50 kg schwer ist. In der Vermarktung

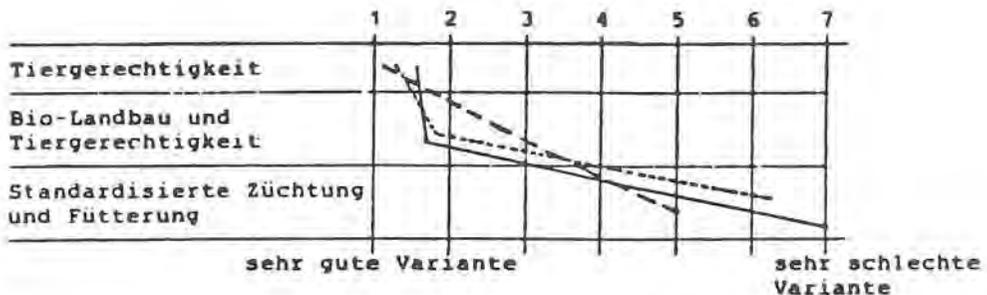
ist dann speziell auf die Haltungsbedingungen aufmerksam zu machen.

7.3.1.2. Unterschiedliche Haltungs- und Produktionsrichtlinien

Die Einstellung zu unterschiedlichen Haltungs- bzw. Produktionsbedingungen wurde anhand von drei vorgegebenen Produktionsrichtlinien erhoben.

Polaritätsprofil 5: Beurteilung der vorgelegten Produktionsrichtlinien

Frage nach Vorlage der Produktionsrichtlinien: Sind diese Produktionsrichtlinien für Sie überhaupt sinnvoll ?



Landwirt:

Gastwirt: - - - -

Fleischer: ———

Quelle: eigene Erhebungen

Tabelle 45: Varianten verschiedener Produktionsrichtlinien

VARIANTE 1 Tiergerechtigkeit	VARIANTE 2 Biologischer Landbau + Tiergerechtigkeit	VARIANTE 3 Standardisierte Züchtung u. Fütterung
<ul style="list-style-type: none"> - Weidegang während der Vegetationsperiode, Alpung auf traditionellen Schafalpen - Tiergerechte Aufstallung (Auslauf, Platzbedarf, Einstreu, Licht und Belüftung) - Wiederkäuergerechte Fütterung, keine Kraftfuttermast - Keine Futtermittel mit Antibiotika sowie chemischen Masthilfsmitteln - Wenn möglich, Einsatz von Kreuzungslämmern bzw. Lämmern aus Zuchtprogrammen 	<ul style="list-style-type: none"> - Keine synthetischen Stickstoffdünger (wasserlösliche Phosphatdünger und chlorhaltige Kalidünger) - Keine naturfremden syntetischen Pflanzenschutz- und Unkrautbekämpfungsmittel sowie Wachstumsregulatoren - Keine chemischen Lagerschutzmittel - Aufbereitung des Wirtschaftsdüngers durch Kompostieren oder Güllebelüftung - Keine Futtermittel mit Antibiotika oder sonstigen chemischen Masthilfsmitteln - Tiergerechtigkeit wie in Variante 1 	<ul style="list-style-type: none"> - Es werden nur Lämmer einer bestimmten Rasse oder spezielle Kreuzungslämmer akzeptiert - Die Lämmer erhalten eine standardisierte Futtermischung, insbesondere in der Endmastphase - Die Futtermischung ist garantiert antibiotikafrei

Quelle: eigene Zusammenstellung

Die ersten beiden Varianten werden von allen drei Gruppen sehr positiv bewertet, wobei der Gastwirt bei der Variante "Biologischer Landbau" ein wenig verunsichert ist, da er möglicherweise zu hohe Bezugspreise befürchtet. Hingegen wird die Variante 3 von allen drei Gruppen eher negativ, von den Fleischern sogar sehr negativ beurteilt.

Auf die Frage, bei welcher Variante die Befragten am liebsten teilnehmen würden, wurden folgende Antworten gegeben:

Tabelle 46: Reihung der Varianten nach dem Beliebtheitsgrad

Varianten	Anzahl der Nennungen ¹⁾		
	LW	FL	GW
V 1: Tiergerechtigkeit	17	2	8
V 2: Biol. Landbau und Tiergerechtigkeit	8	2	3
V 3: standardisierte Züchtung und Fütterung	2	-	-

1) LW = Landwirt, FL = Fleischhauer, GW = Gastwirt

Quelle: eigene Berechnungen

Mehrfachnennungen und Enthaltungen waren erlaubt. Die Bauern gaben an, für die Einhaltung der Variante "Tiergerechtigkeit" keine und für die Einhaltung der Richtlinien des "Bio-Landbaues" nur geringe Änderungen vornehmen zu müssen. Maßnahmen wie die Änderung der Düngerbehandlung und der Beikrautbekämpfung wurden genannt. Außerdem müßte sich der Zukauf von Kraftfutter fast ausschließlich auf biologisch wirtschaftende Betriebe beschränken.

7.3.1.3. Detailvermarktung

Für den Landwirt stellt sich, vor allem wenn er an die Gastronomie verkauft, die Frage, ob er neben ganzen Schlachtkörpern auch Teilstücke anbieten sollte. Von den 11 Gastwirten beziehen 9 ausschließlich Teilstücke, vorzugsweise Keule, Koteletts und in einigen Fällen auch Schultern. Das bedeutet, daß die Nachfrage nach Teilstücken sehr groß ist. Interessant für den Landwirt ist die Frage, in wieweit sich der zusätzliche Aufwand und das zusätzliche Risiko lohnen. Nachstehend wird eine Modellkalkulation vorgestellt, die die Beantwortung der oben gestellten Fragen erleichtern sollte. Ausgangspunkt für die Kalkulation sind folgende Annahmen:

Durch den Verkauf eines Lammschlachtkörpers (zerteilt) bei einem Fleischgewicht von 20 kg und einem Kilopreis von öS 60,- wird ein Rohertrag von öS 1.200,- erwirtschaftet. Der Verkauf von den wertvollen Teilstücken, die insgesamt 50% des Schlachtkörpers (BURGKART 1987) ausmachen, sollte einen Rohertrag erbringen, der die gleiche Höhe erreicht.

Tabelle 47: Anteil wertvoller Teilstücke am Gesamtschlachtkörper

Keule	34 % Anteil des Schlachtkörpers
Kotelett und Lende	16 % Anteil des Schlachtkörpers
Summe	50 % Anteil des Schlachtkörpers

Quelle: eigene Berechnungen

10 kg an wertvollen Teilstücken, die den Rohertrag für den nicht zerlegten und ausgelösten Schlachtkörper abzudecken hätten, müßten somit einen Kilopreis (für wertvolle Teilstücke) von öS 120,- erzielen. Nachdem jedoch die Gastwirte für ein heimisches Qualitätslamm im Durchschnittlich nur ca. 20% mehr ausgeben wollen, als ihnen ein Importlamm kostet (das sie bereits

zu einem Preis von öS 85,- erhalten), wäre ein realistischer Kilopreis von ca. öS 100,- zu kalkulieren.

Um auf diesen Preis zu kommen, wäre das zusätzliche Anbieten der Schulter zu einem geringeren Preis von beispielsweise öS 70,- notwendig.

Tabelle 48: Kalkulationsschema für den Detailverkauf

Rohertrag, den es zu erwirtschaften gilt:	öS 1.200.-
Verkauf der Schulter (17%) 3,4 kg á öS 70.-	öS 238.-
Rohertrag, der durch die wertvollen Teilstücke erwirtschaftet werden muß (10 kg)	öS 962.-
Preis von einem Kilo wertvoller Teilstücke	öS 96,2.-

Quelle: eigene Berechnungen

Durch den Verkauf der Schulter um öS 70,- pro Kilo wird es möglich, einen Kilo der wertvollen Teilstücke um ca öS 97,- zu verkaufen. Auf diese Weise verbleiben dem Landwirt ca. 6,5 kg Fleisch, welche, bewertet man sie mit öS 20,-, einen Erlös von öS 130,- bringen. Die niedrige Bewertung läßt sich auf die Unsicherheit zurückführen, mit der man dieses Fleisch auch tatsächlich auf den Markt bringen kann. Diese öS 130,- oder ein eventuell etwas besserer Erlös sollten auch das Risiko, das der Landwirt durch den Detailverkauf eingegangen ist, abdecken. Man sieht dabei aber auch, daß eine entsprechende Entlohnung der zusätzlichen Arbeit und der sonstigen damit verbundenen Kosten beim Detailverkauf unter den Bedingungen der Importkonkurrenz schwierig ist.

Jeder Direktvermarkter sollte, ausgehend von seinen tatsächlichen Produktionskosten, die Rentabilität des Detailverkaufs selbst durchkalkulieren und sich Gedanken darüber machen, wie

er die verbleibenden, weniger wertvollen Teilstücke am besten verwerten kann. Die Möglichkeiten, die sich anbieten, sind das Faschieren, und das Weiterverarbeiten zu Rollern bzw. zu Selchwaren (z.B. Schafsalami). Für welche der angeführten Varianten sich der Landwirt tatsächlich entscheidet, hängt von der jeweiligen Betriebsorganisation (verfügbare Arbeitskraftstunden, Wissen, Geschicklichkeit, u.ä.) ab.

Der Detailverkauf als Absatzvariante wäre für den Landwirt deshalb interessant, weil er dadurch den Umsatz steigern könnte. Eine Reihe von Gastwirten wäre bereit, direkt am Bauernhof einzukaufen, wenn sie ausschließlich wertvolle Teilstücke beziehen könnten. Ferner könnte durch das Anbieten von Spezialitäten wie Rollbraten, Selchwaren u.ä. das Image des Direktvermarkters gehoben werden.

Die Frage nach den Möglichkeiten, die ein Schafbauer hat, all diesen Anforderungen gerecht zu werden, wird im nächsten Kapitel behandelt.

7.4. Überbetriebliche Zusammenarbeit

All jenen, die mit der Schafhaltung beschäftigt sind ist die Tatsache bekannt, daß die heimische Produktion den Anforderungen des Marktes teilweise nicht gerecht wird. Die Qualitätslammfleischproduktion, die vom Markt gefordert wird und sich in der Praxis noch nicht im ausreichenden Maße durchsetzen konnte, scheint die Formel zu sein, mit deren Hilfe das Beziehungsgeflecht von Inlandsproduktion, Import und Konsumverhalten wieder in ein ausgewogeneres Verhältnis gebracht werden kann.

In der folgenden Tabelle sind die Probleme, die die österreichische Schafhaltung prägen, stichwortartig dargestellt.

Tabelle 49: Beziehungsgeflecht in der österreichischen Schafhaltung

Marktgegebenheiten	Betriebsstruktur	Anforderungen an die Betriebe	Anpassung an Marktgegebenheiten
<ul style="list-style-type: none"> - Import von Teilstücken ist von 1989 bis 1990 um 727 t gestiegen - jährliche Exportüberschüsse im September u. Oktober - Pro-Kopf-Verbrauch ist in den letzten 10 Jahren von 0,3 auf 0,9kg gestiegen (ca. 3.500 t) - die Produktion hat sich im gleichen Zeitraum nur knapp verdoppelt 	<ul style="list-style-type: none"> - 92% der Betriebe halten höchstens 20 Schafe - 60% der Betriebe liegen im Bergbauerngebiet (Zone 1 - 4) - 50% der Schafe werden gealpt 	<ul style="list-style-type: none"> - Qualitätslammfleischproduktion - Kontinuität - Veredelung der Produkte - Anbieten von Zusatz- und Serviceleistungen - Detailverkauf 	<ul style="list-style-type: none"> - Investitionen tätigen (Schlacht- Kühlraum, Transportfahrzeug) - Schlachtung bei optimalem Mastengewicht - leistungsgerechte Fütterung - gestaffelter Almbetrieb - Werbemaßnahmen, Anbieten von Serviceleistungen - zusätzliche Ausbildung, ständige Weiterbildung

Quelle: eigene Erhebungen

Hauptziele der Schafhaltung sind die Sicherung der bäuerlichen Einkommen und die Versorgung der Konsumenten mit Produk-

ten hoher Qualität. Eine zielführende Strategie dafür ist unbestritten die Qualitätsproduktion, die Kontinuität und Flexibilität voraussetzt. Dadurch können Importe substituiert und Exporte reduziert werden.

Ökologische und marktwirtschaftliche Entwicklungen (Brachliegen von Almen, Überschußproduktion u.ä.) deuten darauf hin, daß der Schafhaltung in Zukunft größere Bedeutung zukommen wird. Die politischen Entwicklungen sowohl im Osten (Entwicklung zur Marktwirtschaft) als auch im Westen Europas (Entwicklung zum EG-Binnenmarkt) sind weitere Faktoren, die ein Forcieren der Produktion von Qualitätslammfleisch notwendig machen, denn sowohl in der BRD als auch in einigen osteuropäischen Ländern (z.B. CSFR, Ungarn) wird Lammfleisch derzeit schon sehr viel billiger produziert als in Österreich. Das Angebot an Billigprodukten aus dem Ausland würde die Schafbauern einem im Extremfall existenzgefährdenden Preisdruck aussetzen. Aus diesem Grund ist es wichtig, daß die heimischen Schafhalter sich rechtzeitig auf ein Angebot umstellen, das nicht mit der Importware konkurrieren muß. Die Erzeugung von Qualitätsprodukten nach bestimmten Produktionsbedingungen und das Anbieten von Zusatzleistungen sind Mittel, mit denen sich die heimischen Schafbauern einen sicheren Platz am österreichischen Markt erarbeiten können.

7.4.1. Rahmenbedingungen

Die Ausgangspositionen für die Qualitätsproduktion ist in Kärnten denkbar ungünstig. Die Halter kleiner Herden bis zu 20 Schafen (immerhin 92% aller Kärntner Schafhalter) sind in diesem Punkt nicht zuletzt aus ökonomischen Gründen benachteiligt. Ausgehend von ihren Betriebsverhältnissen werden im folgenden einige Probleme, die im Zusammenhang mit der Qualitätsproduktion auftreten, behandelt.

Nimmt man, um ein Beispiel zu nennen, einen Mutterschafbestand von 18 Tieren an, so werden bei einem durchschnittlichen Aufzuchtergebnis (195%) jährlich rund 30 Lämmer abgesetzt. Ein kontinuierliches Anbieten würde für diesen Schafhalter konkret bedeuten, daß er jedes Monat 2 bis 3 Lämmer schlachten muß. Praktiziert er weiterhin das saisonale Vermarkten, so konzentriert sich die gesamte Arbeit, die mit dem Schlachten und Vermarkten verbunden ist, auf 2 Termine pro Jahr. Das asaisonale Anbieten verursacht also in derart kleinen Betrieben einen Mehraufwand an Kosten und Arbeitszeit. Zusätzlich müßte ein Teil der Lämmer anstatt gealpt auf eingezäunten Heimweiden gehalten werden, was eine verminderte Heuernte zur Folge hätte. Andernfalls müßte der Schafbauer ein- oder zweimal ein paar Lämmer von der Alm abtreiben. Der höhere Preis, der durch die asaisonale Vermarktung erwirtschaftet werden sollte, müßte zumindest den Mehraufwand an Arbeit und die Mindererträge der Heuernte abdecken.

Weiters steht der Schafbauer, der eine kleine Herde hält, vor dem Problem, all die Anforderungen, die neben der Kontinuität der Belieferung von seinem gewerblichen Partnern an ihn gestellt werden, zu erfüllen.

Durch die Vermarktung von 30 Lämmer (je 20 kg Fleischgewicht) wird bei einem durchschnittlichen Kilopreis von öS 64,- ein Rohertrag von öS 38.400,- pro Jahr erwirtschaftet. Von diesem Betrag müßten:

- einerseits die variablen Spezialkosten der Haltung, der Grünlandbewirtschaftung und der Vermarktung (Transportkosten, Fremdlöhne, anfallende Werbekosten) bezahlt werden
- andererseits müßte, falls Investitionen getätigt werden, der verbleibende Deckungsbeitrag für die Rückzahlung der Annuitäten ausreichen

Nachstehend wird eine sehr einfache Rohertragskalkulation aufgestellt, die dem Landwirt die Entscheidung, auf Qualitätsproduktion umzustellen, aus ökonomischer Sicht erleichtern sollte. Der Modellrechnung liegen der niedrigste, der durchschnittliche und der höchste Kilopreis, der in der Befragung der Schafbauern angegeben wurde, zugrunde. Es wird von der Annahme ausgegangen, daß der Konsument bereit ist, für bessere Qualität mehr zu bezahlen.

Tabelle 50: Auswirkungen veränderter Kilopreise auf den Rohertrag

Schlachtgewicht pro Lamm	Kilopreis in öS	Rohertrag in öS	je Betrieb mit 30 vermarktbar Lämmern		
			Gesamtrohertrag	Rohertragsdifferenzen	
20 kg	54,-	1.080.-	32.000.-		
20 kg	64,-	1.280.-	38.400.-	6.000.-	
20 kg	85,-	1.700.-	51.000.-	12.600.-	18.600.-

Quelle: eigene Berechnung

Die Differenz von öS 6.000,- ergibt sich unter der Annahme, daß für Qualitätsprodukte eine Preissteigerung pro Kilo um öS 10,- möglich wäre. Bei der Erhöhung des Kilopreises um öS 31,- ergäbe sich eine Differenz des Rohertrages von öS 18.600,-. Es wird dabei unterstellt, daß keine höheren produktionstechnischen Kosten mit der Qualitätserzeugung von Lammfleisch verbunden sind.

Jeder Bauer sollte für seinen Betrieb Aufzeichnungen über Mehraufwand an Geld und Arbeitszeit führen und ausrechnen, ob der erhöhte Rohertrag die zusätzlichen Kosten abdecken kann. Er muß auch die Preisdifferenz, die die Kunden bereit sind in Kauf

zu nehmen, abschätzen können, wobei aber im Durchschnitt davon auszugehen ist, daß die Schafhalter sich in keinem konkurrenzfreien Raum bewegen. Sehr hohe Preise sind nur unter Spezialbedingungen (besondere Qualität, besonderes Vertrauen, besonderes Service, besondere Festlichkeiten) erreichbar. Ein hoher Preis sollte jedoch nie auf dem Nichtwissen der Konsumenten basieren.

7.4.2. Überbetriebliche Zusammenarbeit von Schafbauern (horizontale Vernetzung)

Eine Möglichkeit speziell für Kleinbauern, in die Qualitätsproduktion einzusteigen, ohne eine Kostenexplosion befürchten zu müssen, ist die überbetriebliche Zusammenarbeit. Bezüglich der Art und der Intensität der Zusammenarbeit gibt es eine Vielzahl von Variationsmöglichkeiten. STEFFEN und BORN 1987 unterscheiden zwischen horizontaler und vertikaler Integration. Wobei die horizontale Integration eine Bezeichnung für die Zusammenarbeit von Betrieben gleicher Funktion (z.B. gemeinsame Mast, gemeinsamer Absatz u.ä.) ist. Die vertikale Integration dagegen ist dadurch gekennzeichnet, daß Betriebe mit verschiedenen Funktionen zusammenarbeiten (z.B. Produzent, Verarbeiter und Vermarkter). Im Rahmen der Befragung wurden die Landwirte auch über ihre Einstellung zu Kooperationen befragt.

Die überwiegend positive Einstellung zur Zusammenarbeit hängt möglicherweise mit dem, für die einzelnen Landwirte spürbar werdenen Absatzproblemen zusammen. Von 20 befragten Bauern sind immerhin 11 bereit, einen Aufgabenbereich in einer Organisation zu übernehmen (siehe Tabellen 51 und 52).

Tabelle 51: Bereitschaft zur Bildung von Vermarktungsgemeinschaften

Frage: Könnten Sie sich vorstellen, mit Schafhaltern zusammen eine Vermarktungsgemeinschaft einzugehen?

Antwortkategorien	Anzahl der Antworten
ja	12
nein	8

Quelle: eigene Erhebungen

Bedauerlich ist, daß kein Landwirt den Aufgabenbereich "Veredelung von Lammfleisch" übernehmen wollte, weil gerade dieser Sektor für eine Kooperative von großer Bedeutung ist.

Die Verarbeitung von Fleisch wird sowohl vom finanziellen (Anschaffung von Wurstmaschine, Selchschrank u.ä.) als auch vom arbeitstechnischen Standpunkt aus betrachtet erst bei größeren Mengen rentabel. Nachdem jedoch die Verarbeitung hohe Anforderungen an das Wissen und die Erfahrung der Bauern stellt, wäre es von enormer Bedeutung, dem Landwirt durch eine entsprechende Aus- bzw. Weiterbildung die Möglichkeit zu verschaffen, sich dieses Wissen anzueignen, denn es sind gerade Verarbeitungsprodukte, die vom Konsumenten sehr gerne nachgefragt werden.

Tabelle 52: Arbeitsbereiche, die Landwirte innerhalb einer Organisation gerne übernehmen würden

Frage: Wären Sie zu einer Mitarbeit in einer Vermarktungsorganisation bereit; Meine Mitarbeit könnte bestehen in:

Arbeitsbereiche	Nennungen
Mitarbeit bei Werbeveranstaltungen	6
Transport	6
Mitarbeit bei Messeveranstaltungen	4
Schlachten und Zerlegen	4
Übernahme von Vermittlungstätigkeiten	3
Veredelung von Lammfleisch	-

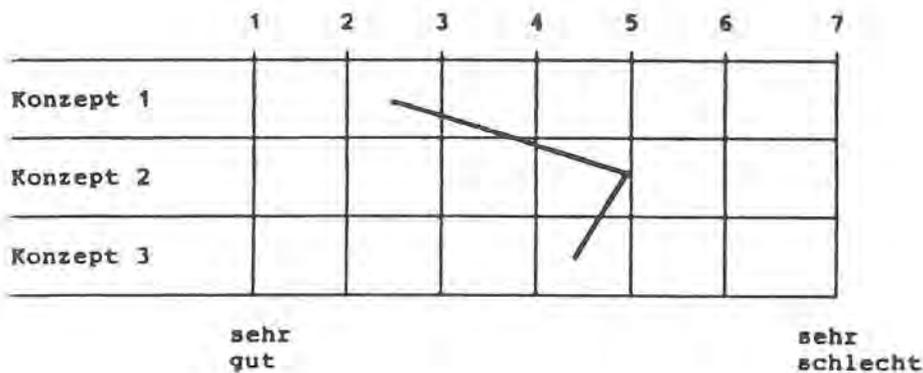
Quelle: eigene Erhebungen

Ein weiterer Schritt bei der Befragung zum Themenkomplex Kooperativen war die Konfrontation der Bauern mit drei verschiedenen Organisationstypen, die sich durch die Intensität der Zusammenarbeit voneinander unterscheiden (siehe Anhang). Bei jedem der Organisationsmodelle ist eine Vermittlungsstelle eingeplant, die je nach Modell einen unterschiedlichen Aufgabenbereich übernimmt. Beim Konzept Nr. 1 beschränkt sich die Tätigkeit der Vermittlungsstelle auf das Sammeln und Koordinieren von Angebot und Nachfrage. Im Konzept Nr. 2 zählen außerdem die Zustellung durch den Lämmerexpress zu ihrem Aufgabenbereich. Die Schlachtung wird in den ersten beiden Modellen von den Bauern selbst durchgeführt, während sie im Konzept Nr. 3 von der Vermittlungsstelle übernommen wird. Grundsätzlich kann die Vermittlungsstelle sowohl vom Konsumenten als auch vom Landwirt in Anspruch genommen werden. Eine weitere Gemeinsamkeit der Modelle besteht darin, daß trotz der Mitgliedschaft in einer dieser Kooperativen die Direktvermarktung vom Landwirt an den Konsumenten gleichberechtigt neben der Vermarktung über die Vermittlungsstelle bestehen kann. Bei der Frage nach der Beurteilung der Konzepte waren die Landwirte sehr zaghaft. Nur wenige

(6 Landwirte) konnten sich konkret für ein bestimmtes Modell entscheiden. Das mag damit zusammenhängen, daß sie in der kurzen Zeit die möglichen Folgen einer bestimmten Variante zu wenig abschätzen konnten bzw. daß sie sich durch keine Variante eindeutig angesprochen fühlten. Fallweise wurde damit argumentiert, daß jeder Zusammenschluß, der tatsächlich funktioniert, begrüßenswert sei, egal wie er konkret organisiert sei.

Polaritätsprofil 6: Beurteilung der Organisationskonzepte im Vergleich

Frage: Wie beurteilen Sie die Vermarktungskonzepte im Vergleich? (Vorlage der Organogramme)



Quelle: eigene Berechnungen

Die schlechteste Wertung erhielt die Variante 2 "Zustellung durch den Lämmerexpresß". Die Angst vor zu hohen Kosten scheint größer zu sein als der "Reiz des Neuen". Die Variante 1

erhielt die beste Wertung. Ein Zusammenschluß mit fallweise gemeinsamen Schlachterminen erscheint dem Bauern am ehesten durchführbar. Die Variante 3, bei der die Schlachtung und Vermarktung zentral durchgeführt wird, wird von den Landwirten mit einem gewissen Maß an Skepsis betrachtet.

Auch der Eröffnung eines eigenen Geschäftslokales für den Verkauf von Produkten aus der Schafhaltung steht der Großteil der Befragten ablehnend gegenüber.

7.4.3. Überbetriebliche Zusammenarbeit mit Gastwirten und Fleischern (vertikale Vernetzung)

Nicht nur die horizontale Zusammenarbeit kann für den einzelnen Landwirt von entscheidender Bedeutung sein, sondern auch Kooperativen, bei denen sich Betriebe mit unterschiedlichen Funktionen zusammenschließen, können durchaus für alle beteiligten Gruppen Erfolg versprechen. Eine Zusammenarbeit von Bauern mit Fleischhauern oder der Gastronomie müßte bei entsprechenden partnerschaftlichen Rahmenbedingungen auf jeden Fall für alle Gruppen Vorteile bringen.

Tabelle 53: Bereitschaft der gewerblichen Abnehmer zur Zusammenarbeit mit dem Landwirt (n = 16)

gewerbliche Abnehmer	Zusammenarbeit	
	ja	nein
Fleischer	4	1
Gastwirte	9	2

Quelle: eigene Erhebungen

Die große Bereitschaft der gewerblichen Partner zu einer Zusammenarbeit mit dem Landwirt deutet darauf hin, daß sie sich

von einer derartigen Partnerschaft einige Vorteile für ihren eigenen Betrieb erwarten.

7.4.3.1. Die Zusammenarbeit mit Gastwirten

Die Gastwirte gehen mit Erwartungshaltungen in eine solche Partnerschaft, ähnlich wie sie bereits unter Punkt 7.5.2. in Tabelle 41 dargestellt wurden. Sie sind an Qualitätsprodukten aus der Schafhaltung, aber auch an Produkten, die nicht aus der Schafhaltung stammen und vom Landwirt selbst erzeugt werden, interessiert.

Tabelle 54: Verarbeitungsprodukte, die beim Gastwirt auf großes Interesse stoßen (n= 11)

Produkte	Nennungen
Hauswürste	9
Schafkäse	10
Schafsalami	9
Verarbeitungsprodukte aus Wolle	3
Frische Küchenkräuter oder Kräutermischungen	5
andere Spezialfleischsorten	3
Bauernspeck	4
Bauernschnaps	3
andere Produkte	3

Quelle: eigene Erhebungen

Die Gastwirte, die von einem Großteil ihrer Partner direkt beliefert werden, würden diese für sie unkomplizierte Art des Bezuges auch vom Landwirt wünschen.

Ihren Beitrag in diesem Modell sehen die Gastwirte darin, Schwerpunktkaktionen wie Lammfleischverkostungen oder einen

"Gourmet-Lammfleischmonat" u.ä. zu veranstalten. Damit wollen sie zur Imageaufbesserung ihrer Produkte, speziell des Lammfleisches, beitragen. Informationsabende, bei denen die Gastwirte ihre Wünsche direkt den Produzenten mitteilen und die Bauern den Gastwirten von ihren Produkten und Produktionsverfahren berichten können, finden in Kärnten unter anderem auf Initiative der "Kärntner Köche", die besonders an der Zusammenarbeit mit dem Landwirt interessiert sind, bereits statt.

7.4.3.2. Zusammenarbeit mit Fleischern

Die Kontakte zwischen dem Fleischer und dem Landwirt müßten nicht wie jene zwischen Gastwirt und Landwirt neu geknüpft werden. Sie könnten auf den traditionellen Beziehungen aufgebaut und um einige, gewissermaßen unkonventionelle Teilaspekte, erweitert werden.

Die Fleischer, die sich für eine Zusammenarbeit mit dem Direktvermarkter, der in gewisser Weise zum Konkurrenten des Fleischers wird, interessieren, gehen mit folgenden Erwartungshaltungen in eine Kooperation mit den Landwirten:

- prompte Belieferung mit einwandfreier Ware
- Umsatzsteigerung durch den Verkauf von Ware mit Herkunft
- Qualitätsimage für den eigenen Betrieb

Bei den Wünschen nach Zusatz- und Werbeleistungen sind die Fleischer, unter realistischer Einschätzung der finanziellen Verhältnisse des Schafbauern, eher bescheiden.

Der Wunsch nach Rezeptheften scheint logisch, nachdem viele Konsumenten über die Zubereitung von Lammfleisch völlig uninformiert sind.

Tabelle 55: Zusatzleistungen, die die Fleischer gerne in Anspruch nehmen würden (n= 5)

Zusatzleistungen	Nennung
Rezepthefte	3
Plakate, Aufkleber, Beschreibungen vom Schafbauernhof	2
Handzettel, Visitenkarten, Verkaufsschilder, Tragtaschen	1

Quelle: eigene Erhebung

Plakate, Aufkleber und Beschreibungen vom Schafbauernhof sind Informationsträger, die vom Fleischer unter anderem zur Dekoration des Verkaufsladens gerne in Anspruch genommen würden. Tragtaschen, Verkaufsschilder, Handzettel und Visitenkarten sind Werbemittel, die aus der Sicht des Fleischers für den Landwirt entweder zu teuer sind (Tragtaschen und Verkaufsschilder) oder kaum eingesetzt werden (Handzettel und Visitenkarten).

In der folgenden Aufstellung sind jene Leistungen aufgelistet, die die Fleischer, die zur Zusammenarbeit mit Bauern bereit wären, anbieten würden.

Tabelle 56: Leistungen, die von den Fleischern innerhalb einer Kooperative erbracht werden könnten (n= 5)

Art der Leistung	Anzahl der Nennungen
Vermieten von freien Kühl- bzw. Schlachtraumkapazitäten	1
Lohnschlachtungen durchführen	1
Kosten für einen Kühlwagen teilen	-
gemeinsame Markenlammfleischstrategie erarbeiten	1
für oder gemeinsam mit den Bauern Veredelungsprodukte herstellen	1

Quelle: eigene Erhebungen

Betont werden muß, daß die Befragung von 5 Fleischern nicht repräsentativ ist. Trotzdem wird ersichtlich, daß auch die Fleischer, die selbst unter dem starken Druck von Seiten der Handelsketten und Supermärkte leiden, relativ großes Interesse an unkonventionellen Modellen zeigen.

Die hier vorgestellten Varianten zeigen nur einen Bruchteil der Kooperationsmöglichkeiten auf. Wichtig für das Gelingen einer Organisation ist, daß sich die einzelnen Mitglieder mit ihrer Produktions- bzw. Vermarktungsgemeinschaft auch tatsächlich identifizieren und voll engagieren und die Organisation nicht als eine Art Dienstleistungsbetrieb betrachten, dessen sie sich nur im Notfall bedienen.

Eine wieder etwas anders geartete Form der Zusammenarbeit wäre die Errichtung einer Vermittlungsstelle, bei der einerseits die Bauern ihre schlachtreife Lämmer eine gewisse Zeit vor dem geplanten Schlachtermin melden und andererseits die Gastwirte, Fleischer und Haushalte ihren Bedarf an Lammfleisch bekanntgeben könnten. Eine ähnliche Initiative wurde von den "Kärntner Köchen" angeregt, indem sie durchsetzen konnten, daß in einer von der Stadtgemeinde Villach regelmäßig erscheinenden Zeitung eine Seite nur für Anzeigen von Bauern und Gastwirten reserviert wurde.

Tabelle 57: Einstellungen zur Einrichtung einer Vermittlungsstelle

Antwortkategorien	Landwirte	Gastwirte	Fleischer
ja	9	10	2
nein	11	1	3

Quelle: eigene Erhebungen

Während die Mehrzahl der Landwirte und Fleischer der Errichtung einer Vermittlungsstelle eher ablehnend gegenübersteht, sind die Gastwirte von einer derartigen Idee begeistert. Für die ablehnende Haltung sind sicherlich die Sorgen um allzu hohe Kosten ausschlaggebend, während die unkomplizierte und rasche Art, zu gewünschten Informationen zu kommen, insbesondere die Gastronomen für eine Vermittlungsstelle stimmen läßt. Die Vermittlungsstelle könnte neben der Börsentätigkeit (Koordination des Angebotes und der Nachfrage) auch Managementaufgaben wie Werbung, Entwicklung einer Markenstrategie sowie die Kontrolle über die Einhaltung von Produktionsrichtlinien übernehmen.

8. Perspektiven im Lammfleischmarketing

8.1. Ansatzpunkte für eine allgemeine Informationsstrategie für Lammfleisch

Durch die zunehmenden Importe von gekühltem Lammfleisch aus dem Osten bzw. der EG wird es notwendig, österreichisches Qualitätslammfleisch auch in der Öffentlichkeit zur Diskussion zu stellen. Es geht darum, Bewußtsein für österreichisches Qualitätslammfleisch insbesondere beim städtischen Konsumenten zu schaffen. Das heißt, es geht um ein Hervorheben seiner:

- Qualitätsstandards
- Differenziertheit
- Vorzüge
- besonderen Erzeugungsumstände und Schafhaltungsformen
- landeskulturellen Bedeutung
- Umweltrelevanz, Ökologie- und Tiergerechtigkeit
- Qualitätsgarantie
- besondere Vermarktungsstruktur

Ziel sollte es sein, die Vorzüge von österreichischem Lammfleisch inklusive seiner positiven Imagedimensionen im Bewußtsein der Konsumenten zu verankern.

Zu informieren wäre, was österreichische Lammfleischqualität ist: geschmackvoll, frisch, ökologiegerecht, tiergerecht, umweltgerecht, direkt vom Bauern oder einer Erzeugergemeinschaft.

Zu informieren wäre, wo es österreichisches Qualitätslammfleisch gibt: z.B. durch eine Direktvermarkter- oder Erzeugergemeinschaftslandkarte, durch eine Gastronomielandkarte, durch einen Gourmetführer für österreichische Lammfleischspezialitäten.

Zu informieren wäre über die Schafalping, die Weidehaltung, die derzeitigen beschrittenen Wege, österreichisches Qualitätslammfleisch auf den Markt zu bringen, über die bäuerliche Haltung und Erzeugung, über Lammfleischspezialitäten und Verarbeitungsprodukte.

Zu informieren wäre, daß österreichisches Qualitätslammfleisch anders erzeugt wird und einen anderen Weg zum Verbraucher nimmt: z.B. direkt vom Schafbauern, direkt von der Erzeugergemeinschaft, oder auch von ausgesuchten Vertragshändlern oder über die Qualitätsgastronomie.

Zu informieren wäre darüber, wie sich Konsumenten durch ihre Wahl für österreichisches Qualitätslammfleisch aktiv an der Erhaltung der Kulturlandschaft und am Aufbau umwelt- und tiergerechter Produktionstechniken in der Landwirtschaft beteiligen können.

Gleichzeitig ist es aber notwendig, Qualitätslammfleischprogramme in vielfältiger Weise zu unterstützen:

- durch Beratung, Spezialberatung und Schulung in Züchtung, Haltung und Fütterung
- durch den Aus- und Aufbau von qualitätsorientierten Direktvermarkter- und Erzeugergemeinschaften, durch verstärkte Förderung von Geschäftsführertätigkeiten und marktrelevanten Investitionen (Anlagen und Informations- und Werbematerial)
- durch eine fundiertere Aufbereitung von Marktinformationen, Rezepten und Kulturinhalten im Zusammenhang mit der Schafhaltung und der Koch- und Speisekultur
- durch Schaffung von Instrumentarien zum Aufbau einer umfassenden Qualitätsgarantie
- durch eine aktive Zusammenarbeit mit Vereinigungen und Personen, die sich nicht nur verbal für eine ökologische und tiergerechte

rechte Ausrichtung der landwirtschaftlichen Erzeugung einsetzen

- durch eine weitere Förderung ökologie- und tiergerechter Erzeugungs- und Haltungstechniken

Zielgruppen für eine solche Informationskampagne könnten sein:

- Feinschmecker
- Qualitätskonsumenten der Bürger- und Bildungsschicht
- Städter
- Erlebnis- und Abwechslungsorientierte
- Kreative
- der/die Hausmann/frau, der/die zum Wochenende etwas Besonderes kocht
- der neugierige Wochenendausflügler, der einen Schafbauern besuchen möchte
- umweltbewußte Fleischkonsumenten
- Kulturbewußte
- jene, die die internationalen Küche schätzen usw.

Ansprechpartner für Lammfleisch sind, wenn man die semantischen Dimensionen vom Lamm oder Schaf wie "lieb, weiß, zart, besonders, speziell..." (GALLUP 1989) heranzieht, primär nicht die kraftvollen Sportlernaturen, sondern die gefühlvollen, sinnlichen und nachdenklichen Menschen.

8.2. Strategieansätze für eine organisierte Lammfleischvermarktung auf der Ebene von Erzeugergemeinschaften

8.2.1. Das Zielsystem

Die im folgenden angeführten Marketingziele bauen auf die bisherigen Strukturen der Lammfleischvermarktung auf und würden

eine Differenzierung der österreichischen Qualität von der billigen Importware ermöglichen. Ziele könnten sein:

- Die Konsumenten mit einem qualitativ hochwertigen Lammfleisch zu versorgen, wobei den Qualitätsvorstellungen umfassend entsprochen wird, um gleichzeitig dem Konsumenten eine entsprechende Dienstleistung inklusive einer fundierten Information über die Schafhaltung und deren Produkte bereitzustellen
- Eine möglichst hohe Wertschöpfung für die schafhaltenden Betriebe, d.h. auch eine möglichst starke Beteiligung der Schafhalter zu gewährleisten
- Dadurch sollte es möglich sein, das positive Image und den Qualitätsbonus in den Augen der Konsumenten von "Bauernhof, natürlich, tiergerecht, überschaubar, ohne Streß geschlachtet, alpine Wiesen und Weiden..." voll zu nützen
- Motivation der Schafhalter, sich selbst an der Vermarktung und an der Information über ihr Produkt zu beteiligen.
- Einbindung breiterer Bevölkerungsschichten in die Diskussion einer umweltgerechten Landwirtschaft durch eine offene Ansprache der Problemkreise von ökologie- und tiergerechter Erzeugung
- Gewährleistung ökologischer und tiergerechter Standards und Definition von Produktionsrichtlinien und sonstiger Qualitätsstandards
- Aufbau einer Qualitätserzeugung durch Züchtungs-, Beratungs- und Haltungskonzepte, die den Produktionsrichtlinien entsprechen
- Aufbau eines Informationsnetzes zwischen Schafhaltern (Produktionsgemeinschaften) und den mit der Vermarktung betrauten Institutionen und Unternehmungen

- Einbindung von schafhaltenden Kleinbetrieben in die Qualitätskonzepte

8.2.2. Markenpolitik

Eindeutig geht aus der Befragung der Kärntner Schafhalter hervor, daß sie mehrheitlich eine Markenstrategie für ihr Lammfleisch begrüßen würden; wobei sich aber in diesem Meinungsprofil auch der allgemeine Trend, die weitgehende Homogenität landwirtschaftlicher Produkte durch einfache originelle Namensgebung zu überwinden, verstanden worden sein könnte, ohne daß auf der Erzeugerebene eindeutige differenzierende Aktivitäten gesetzt werden müßten.

Markenpolitik verlangt aber neben einer klaren Produktaussage und einem Markennamen, der einen produktspezifischen Informationsgehalt vermitteln und positive Wertassoziationen beim Konsumenten hervorrufen sollte, vor allem auch klare Richtlinien bei der Erzeugung. Das heißt, es geht um Erzeugungsnormen, die genau zu definieren sind und sich in einhaltbaren, belegbaren und nachvollzieh- und kontrollierbaren Qualitätsstandards niederschlagen.

Eine Markenpolitik verlangt somit auch vom Schafhalter eine nicht geringe Bereitschaft, seine Produktionstechniken umzustellen, zum gemeinschaftlichen Handeln und auch zu einer entsprechenden Identifikation mit dem Programm. Weiters ist eine möglichst durchgängige Konzeption von den Schafhaltern über die Be- und Verarbeitung und Verteilung der Produkte bis hin zu den Verbrauchern notwendig, will man nachhaltig die Bedürfnisse der anvisierten Konsumenten befriedigen, um dadurch einen höheren Preis zu erzielen.

8.2.3. Träger und Organisationsformen in der Lammfleischvermarktung

Den Schafhaltern ist die eigentliche Struktur der Vermarktung relativ gleichgültig, sofern sie einen entsprechenden Erfolg - d.h. eine bessere Entlohnung der eingesetzten Arbeit - gewährleistet und sofern sie das Gefühl haben, nicht benachteiligt zu werden. Sie lassen sich aber auch nicht gerne bis überhaupt nicht in eine zu straffe Organisationform einbinden, um nicht Gefahr zu laufen, die eigenen Dispositionsmöglichkeiten, insbesondere in der Direktvermarktung, zu verlieren. Das heißt, daß auch eine Konkurrenzierung der Direktvermarktung auf den lokalen Märkten nicht gewünscht wird, sondern lediglich eine Unterstützung dieser Vermarktungsform.

Zum Aufbau und zur Mitarbeit in einer überregionalen Vermarktungsorganisation zur besseren Versorgung der Konsumzentren besteht aber ein eindeutiges, aktives Engagement. Durch Eigenorganisation und durch Mitarbeit der Schafhalter wäre auch ein Mitspracherecht und eine aktive Mitgestaltungsmöglichkeit bei der Umsetzung einer differenzierten Vermarktungskonzeption gegeben.

Eine Erzeugergemeinschaft benötigt nichtsdestotrotz eine durchschaubare Organisationsform mit weitgehenden Organisationskompetenzen und einer klaren Verantwortlichkeit für die Geschäftsführung. Notwendig sind somit:

- eine aktive Geschäftsführung mit einer entsprechenden Ausbildung, Motivation und Kommunikationsfähigkeit
- Vertrauen der Erzeuger in die Geschäftsführung
- entsprechende finanzielle Mittel zum Start
- Gewährleistung einer möglichst weitgehenden Be- und Verarbeitung und eine möglichst hohe Konsumreife der Produkte

- Übertragung von Entscheidungs- und Handlungsbefugnissen auf die Geschäftsführung
- möglichst vollständige Kommunikation mit den Mitgliedern und eine daraus folgende Marktplanung
- Die Bereitschaft, sich einer gemeinsam erarbeiteten Konzeption beizuordnen.

Probleme bei der Bildung von Erzeugergemeinschaften ergeben sich zumeist nicht wegen fehlender personeller Ressourcen oder wegen der mangelnden Bereitschaft zur Mitarbeit, sondern vielmehr in den fehlenden Mitteln zur finanziellen Ausstattung und/oder auch aufgrund der fehlenden Risikobereitschaft.

Darüber hinaus wären Erzeugergemeinschaften auch in der Lage, überbetriebliche Leistungen zu erbringen, wie z.B.:

- gemeinsamer Betriebsmitteleinkauf
- Aufbau eines Schafgesundheitsdienstes
- Informationsaustausch bezüglich Probleme in den Bereichen Züchtung, Haltung und Fütterung
- überbetriebliche Zusammenarbeit für kostengünstige Investitionen für die Betriebe und für die Erzeugergemeinschaft
- Unterstützung der Direktvermarktung durch Vermittlertätigkeit und Zurverfügungstellung von Informations- und Werbematerial
- Endmast nicht schlachtreifer Tiere durch die Erzeugergemeinschaft oder durch einzelne Mitglieder in tiergerechter Form

8.2.4. Produktplanung, Produktionsrichtlinien, Qualitätsstandards und Produktprogramm

8.2.4.1. Festlegen von Qualitätsstandards

Die Qualität von Lammfleisch wurde im Rahmen dieser Arbeit sehr weitgehend und differenziert diskutiert. Wichtig ist, daß man für ein besonderes Markenlammfleisch einen eindeutigen Qualitätsstandard findet, der neben einem möglichst hohen Genuß- und Eignungswert auch den umfassenden Qualitäts- und Nutzenerwartungen der Konsumenten entspricht.

Die besten und am einfachsten handhabbaren Kriterien, um eine Lammfleischqualität festzulegen, sind eine Kombination aus Züchtungs-, Haltungs- und Fütterungsrichtlinien mit einem bestimmten Schlachtalter unter der Prämisse einer ökologischen und tiergerechten Ausrichtung. Darüber hinaus ist eine gleichmäßige Behandlung des Fleisches - insbesondere das Abhängen - notwendig und ein möglichst behutsamer Umgang mit den Tieren vor und während der Schlachtung anzustreben.

Bei einem Qualitätsprogramm braucht es sich nicht - wahrscheinlich soll es gar nicht - um eine einzige einheitliche "objektivierbare" Standardfleischqualität handeln, sondern man kann vielmehr auch darauf abzielen, wenn man die Wirkung der unterschiedlichen Qualitätskriterien kennt, für seine Kunden die gewünschte Fleischqualität im Rahmen seiner Bedingungen bereit zu stellen. Die allgemein sich verschlechternden Umweltbedingungen globaler und lokaler Natur, die zunehmenden Industrialisierungstendenzen in der Landwirtschaft, das Realisieren eines Zusammenhangs der Lebensmittelqualität mit der Art und Weise der Nahrungsmittelerzeugung und des Nahrungsmittelkonsums und der allgemeine Trend vom "Kalorien-Essen" zum "Genuß-Essen" lassen, wenn die "objektiven" Qualitätskriterien von Genuß-, Eignungs- und

Gesundheitswert erfüllt sind, umweltbezogenen und ethischen Inhalten (ökologischer Wert und Kulturwert) eine Dominanz in einer längerfristigen Qualitätsstrategie zukommen. Die Qualität landwirtschaftlicher Produkte sollte sich also nicht allein in direkt meßbaren standardisierten Fleischqualitätskriterien niederschlagen, sondern in einer optimalen Kombination mit einer verantwortungsvollen und nachhaltigen Landwirtschaft realisiert und zum Standard geführt werden. Wenn diese Bedingungen erfüllt werden, so ließe sich auch eine differenzierte Produktlinie für österreichisches Lammfleisch gegenüber der Importware durchsetzen.

8.2.4.2. Der Problembereich der Alpenen Schafhaltung (siehe auch Kapitel 2.3.1.1.)

Die Probleme, die sich im Zusammenhang mit der Alpenen Schafhaltung und deren Saisonalität ergeben, könnten gleichzeitig in die Qualitätskonzeption eingebaut und in positiver, d.h. image-relevanter Richtung transformiert werden. Die Schafalping ist in punkto ökologischer und tiergerechter Ausrichtung und auch durch ihre landeskulturelle Bedeutung ein besonderer Qualitätsbonus. Weide und Alping sind in den Augen der Konsumenten äußerst positiv besetzte Werte.

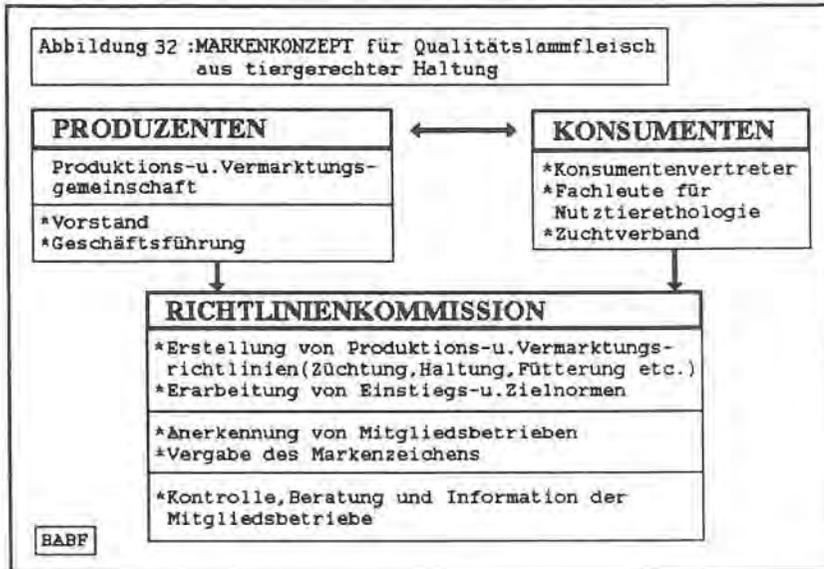
Jene eventuellen Qualitätsmängel, wie z.B. ein schlechter Futterzustand beim Almbetrieb ließen sich durch eine Endmastphase oder durch einen Almbetrieb schlachtreifer Lämmer während der Almpingperiode auffangen. Einerseits besteht dadurch die Notwendigkeit, jene Schafbauern, die ihre Tiere alpen oder jene, die sich primär als Züchter verstehen, im Bereich einer etwas intensiveren Endmast bei gleichzeitiger Weidehaltung zu beraten. Fehlt eine diesbezügliche Bereitschaft der Bauern, so könnten diese Lämmer in bestimmten, ausgesuchten Betrieben endgemästet werden. Solche Endmastbetriebe müßten besonderes Augenmerk auf tiergerechte Haltung (Weide) und "natürliche"

Fütterung (keine Antibiotikazusätze oder sonstige Leistungssteigerer und Importfuttermittel) legen. Sie sollten auch keine größeren Bestände hinzunehmen dürfen als ca. 50 Stück und müßten auch eine entsprechende Flächenausstattung aufweisen, um nicht in den Nimbus und in die Versuchung zu gelangen, Massentierhalter zu sein bzw. deren besondere Techniken anzuwenden.

8.2.4.3. Qualitätssicherung: Garantie und Kontrolle

Ein wichtiger Parameter in der Qualitätsausrichtung ist auch eine entsprechende Gestaltung des Kontroll- und Garantieinstrumentariums für die Qualitätskriterien, insbesondere auch für Kriterien, die eine Ökologie- und Tiergerechtigkeit gewährleisten.

Hier ist zu entscheiden, ob man sich bestehenden unabhängigen privaten Verbänden mit einer eingeführten Richtlinienmarke (wie z.B. Verbände des biologischen Landbaues, Verband der kritischen Tiermedizin, Tierschutzverbände) anschließt oder ob man als Erzeugerverband einen eigenen Kontroll-, Beratungs- und Informationsdienst einrichtet. Bezüglich des Qualitätskriteriums Tiergerechtigkeit gibt es insbesondere bei Schafen spezielle Richtlinien vom Verband für kritische Tiermedizin und von der Arbeitsgemeinschaft für biologischen Landbau.

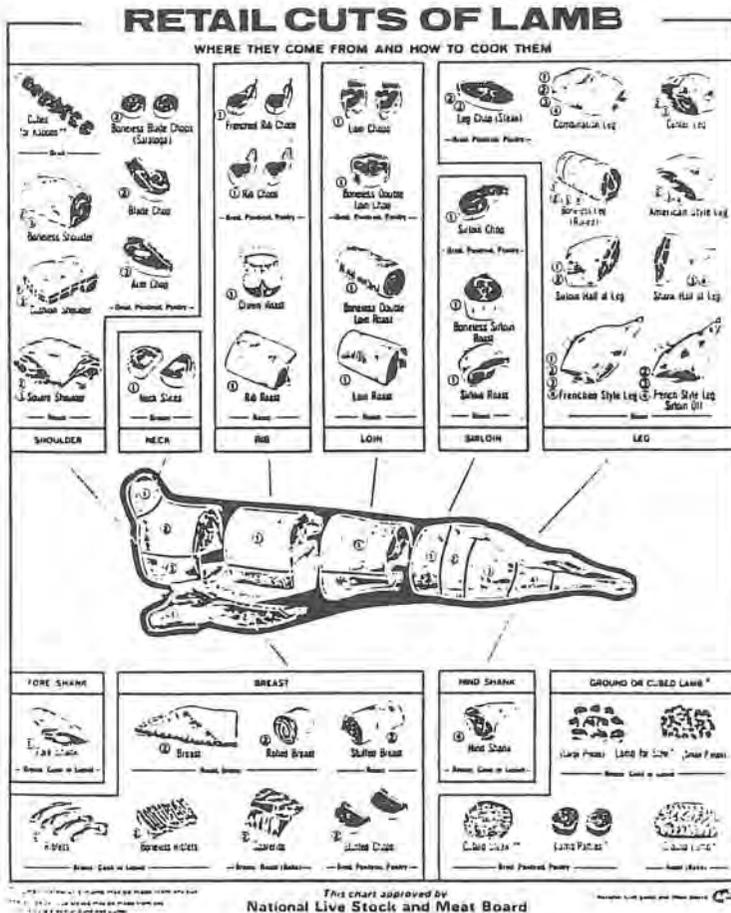


Eine eingehende Diskussion dieser Normen in Zusammenarbeit mit den Schafzuchtverbänden und den Schafhaltervereinigungen und anderen Fachleuten auf dem Gebiet der Nutztierethologie wäre wünschenswert. Es wäre ein Versäumnis, das Engagement und das Wissen von Fachvertretern und Fachleuten für eine verantwortungsvolle Landwirtschaft nicht für die österreichischen Schafhalter zu nützen. Darauf hinzuweisen ist auch, daß insbesondere in Bezug auf Haltungs- und Fütterungsbedingungen die österreichischen Schafhalter im Vergleich zu anderen Tierhaltungssparten die Anforderungen an die Tiergerechtigkeitsnormen relativ leicht bewerkstelligen könnten.

8.2.4.4. Produktprogramm

Aufgabe von Erzeugergemeinschaften wäre es auch, ein vielfältiges Produktprogramm zusammenzustellen. Nachdem die Bereitschaft der befragten Landwirte zur höherwertigen Veredelung nicht sehr groß war, müßten diese Aktivitäten primär von

Abbildung 33: Teilstücke der Feinzerteilung bei Lämmern nach der amerikanischen Schnittführung; Kochempfehlungen



Erklärung:

- | | | | |
|----------------------|---------|----------------|-----------------------|
| braise | dünsten | panbroil | in der Pfanne grillen |
| broil | grillen | panfry | in der Pfanne braten |
| cook in liquid | kochen | roast | braten |

Quelle: National Live Stock and Meatboard USA

einer gemeinsamen Organisation übernommen werden. Zu prüfen wäre auch, ob nicht in Zusammenarbeit mit einzelnen ausgesuchten kleineren Vertragsfleischern, wiederum unter speziellen Richtlinien (z.B. kein Nitritpöckelsalz), die Verarbeitung und Veredelung nicht am kostengünstigsten vorgenommen werden könnte. Zu denken ist an:

- Räucherwaren
- Würste
- luftgetrocknete Waren
- Faschiertes
- spezielle Grillstücke in besonderer Schnittführung (siehe Abbildung 33)

Eine attraktive Fleischpalette sollte auch in Kombination mit besonderen Zusatzleistungen (Gewürz- und Kräutermischungen, frische Küchenkräuter, Rezepturen) darauf abzielen, die Produkte in möglichst verwendungsfertiger und in möglichst problemlösender Form dem Konsumenten anbieten zu können. Darüber hinaus gehören zum Produktprogramm auch andere Erzeugnisse aus der Schafhaltung, wie z.B.: Wolle, Felle, Strickwaren, Teppiche, Polster, Kissen, Fußwärmer etc. bis zu Kosmetika.

8.2.5. Preisgestaltung

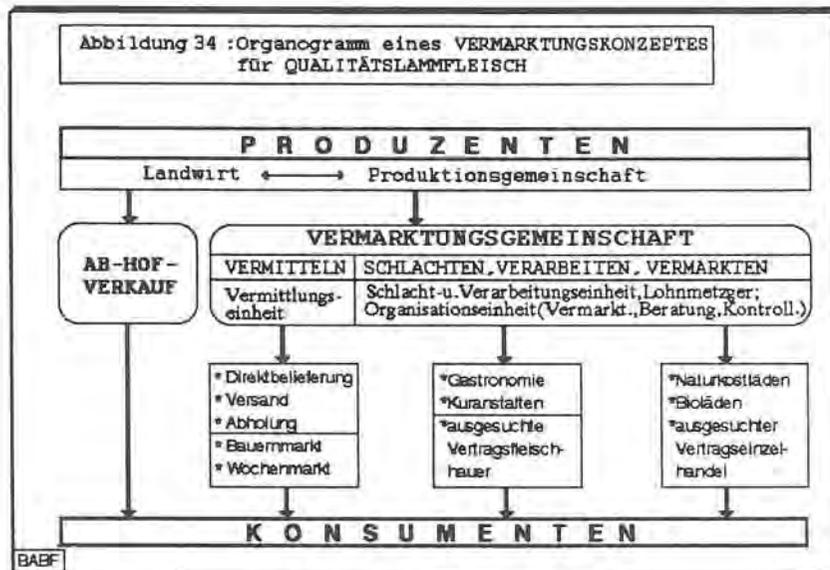
Eine österreichische Qualitätslammfleischerzeugung unter Vorgaben von Ökologie- und Tiergerechtigkeitsstandards ist nur denkbar unter einer eindeutigen Hochpreispolitik. Auch ist das Lammfleisch in seinen Imagedimensionen kein Produkt der "Alltäglichkeit", sondern eine Spezialität, sodaß sich bei entsprechender Qualität höhere Preise erzielen lassen.

Wichtig sind klare Preisvorgaben, die nicht überschritten werden sollten, insbesondere nicht unter Ausnutzung eines fehlenden Informationsstandes der Konsumenten (und selbstverständlich

auch nicht unterschritten werden dürfen). Innerhalb dieses Bereiches lassen sich die Preise nach Ab-Hof-Verkauf oder indirekter Vermarktung, nach Saison, nach Abnahmemenge, nach unterschiedlichen Fleischqualitäten und -kategorien, nach dem Grad der Verarbeitung und nach der Bindung und Treue eines Abnehmers oder Handelspartners differenzieren. Sollte es gelingen, ausgesuchte Vertragsfleischer oder Einzelhändler, die sich ausschließlich der Qualitätsvermarktung verpflichten, zu gewinnen, so ist auch eine Handelsspannenplanung notwendig.

8.2.6. Die Wege der Verteilung des Lammfleisches

Über die Distributionsmöglichkeiten gibt die Abbildung 34 Auskunft. Das Verhalten der Marktpartner im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels ist wie bei anderen Frischnahrungsmitteln im großen und ganzen ein allgemeines. Je größer der Umsatz und je stärker die Marktstellung, umso höher sind zumeist die Anforderungen an den Lieferzeitpunkt, Produktgestaltung, Produktbetreuung, Verpackung und umso höher sind zumeist auch die Monopolisierungstendenzen, der Preisdruck und der Druck, möglichst zu standardisieren. Dadurch steigt für die Produzenten parallel dazu die Notwendigkeit, sich einer zu starken Abhängigkeit zu entziehen (Lieferzeitpunkt, Produktbetreuung und Produktgestaltung sind aber in der Qualitätsvermarktung auch bei anderen Partnern wichtige Leistungskomponenten). Von besonderer Bedeutung ist es deshalb, eine relativ multiple Verteilung der Produkte anzustreben und eine flexible Distributionsinfrastruktur aufzubauen (z.B. Bauernmärkte, Wochenmärkte, Abhol- und Zustelldienst, Gastronomien, Spezialitätenhändler, Verarbeitungsprodukte, Grillgelegenheiten, breites Informationssystem).



Eine längerfristige Geschäftsbeziehung mit Handelspartnern ist nur möglich, wenn eine gegenseitige Anerkennung des Nutzens aus der Qualitätsstrategie gegeben ist. Der Handelspartner muß somit in der Lage sein, das hochpreisige Qualitätserzeugnis als Spezialität seinen Kunden und seinen Gästen erfolgreich anzubieten und sollte jenen Zielgruppen nahe sein, die eine entsprechende Nachfrage nach diesen entwickeln. Damit kann der Handelspartner auch das allgemeine Qualitätsimage für sich als Ganzes nützen bzw. sein bisheriges Qualitätsprogramm optimal ergänzen. Deshalb ist es auch notwendig, bei jenen Konsumentenschichten, die in der Regel Qualität nachfragen, einen hohen positiven Bekanntheitsgrad und weitgehende Informationstiefe zu erreichen.

8.2.7. Informationsstrategien

Qualitätskonsumenten werden in der Regel nicht von oberflächlichen Werbeinformationen oder marktschreierischen Slogans

und irrealen Bildern angesprochen bzw. gewonnen, sondern haben zumeist eine große Neugierde für ein Produkt und deshalb auch zumeist ein relativ tiefes Wissen darüber. Aus diesem Grund geht es beim Qualitätsmarketing von Nahrungsmitteln darum, den Konsumenten möglichst genau, wahrheitsgetreu, objektiv und fundiert zu informieren. Das Produkt, seine Erzeugung, seine Herkunft und seine Eigenschaften und Besonderheiten sollen somit bekannt gemacht werden; und dies gilt insbesondere auch für Qualitätslammfleisch. (Ein Bild von Wolfgang Amadeus Mozart z.B. sollte man nicht auf Fleischprodukte kleben!) Es bedarf also einer sehr integeren Beschreibung des Produktes von seiner bäuerlichen Erzeugung, über seine Be- und Verarbeitung bis zu seiner Verteilung inklusive seiner Qualitätskomponenten.

Als eine der bedeutendsten kommunikativen Zielgruppen in diesem Marktsektor sind insbesondere wegen ihres Wissens und wegen ihrer Multiplikatorwirkung die Küchenchefs der gehobenen Gastronomie, aber auch die Leiter der gutbürgerlichen Restsaurantbetriebe, anzusehen. Des weiteren ist es notwendig, unter jenen Gruppen und Vereinigungen, die längerfristig Führungs- und Elitelfunktionen und damit Meinungsführung anstreben, bekannt zu sein. Alternativ- und Umweltgruppen, Studenten und basisdemokratische Gruppierungen, Journalisten und Intellektuellenzirkel usw. sind nicht wegen ihrer großen Anzahl interessant, sondern deshalb, weil aus ihnen Trends für das Erkennen neuer Qualitäten hervorgehen.

Wichtig erscheint es nicht so sehr, traditionelle Zielgruppierungen anzusprechen, sondern den neuen sozialen Verhältnissen und ihrer Dynamik gerecht zu werden. Kommunikative Leitbildfunktion bei Nahrungsmitteln hat nicht mehr das traditionelle Hausfrauenbild, das geprägt ist vom Begriff der "Sparsamkeit" und vom Begriff des "Gut-Bekochens", sondern der gemeinsame Einkauf und das gemeinsame Kochen von Mann und Frau, das Einladen von Freunden und die kommunikative Lösung von "Küchenproblemen". Ansprechpartner sind somit auch die Hausmänner und vor allem junge Menschen, die gemeinsam

etwas Besonderes probieren und erleben wollen. Ansprechpartner sind weiters Gruppierungen innerhalb der modernen Freizeitgesellschaft wie Radfahrer, Radwanderer und Wochenendausflügler, die zum gastronomischen Erlebnis neigen sowie Wanderer, die Land und Leute kennenlernen wollen. Weiters genannt werden können Bildungshungrige, Kulturbewußte und Abenteuerlustige und die von EDV und Büroalltag Gelangweilten usw. (siehe auch Kapitel 8.1.).

Zielgruppen lassen sich aufgrund des breit gestreuten Wohlstandes nicht mehr so sehr durch soziologische Schichtungen ausmachen, sondern viel mehr durch situative Komponenten. Daß sich die Gastronomie "Besuchstage am Schafbauernhof", Hofführungen" oder "Photos und Beschreibungen vom Schafbauernhof" primär als Zusatz- oder Werbeleistungen vorstellen können, kommt nicht von ungefähr.

Es sind aber auch im Zusammenhang mit der Kommunikation wiederum Grenzen gegeben, die dort überschritten werden, wo aus dem Schafbauern ein "Show-Bauer" wird oder gemacht werden möchte.

Erfolgreiche Schafhaltung, insbesondere unter dem Druck freier Märkte (EG-Beitritt), wird in Zukunft mehr vom Bauern verlangen als Schafe zu halten, sie zu füttern und auf ein Angebot des Händlers zu warten. Ein Bemühen um eine besondere Erzeugungsform, um die regionalen Märkte durch Direktvermarktung und um ein gemeinsames, zielgerichtetes Vorgehen, um die Konsumzentren zu versorgen, wird notwendig sein.

9. Lammfleisch international - Weltmarkt und EG

9.1. Der Weltmarkt von Schaf- und Lammfleisch

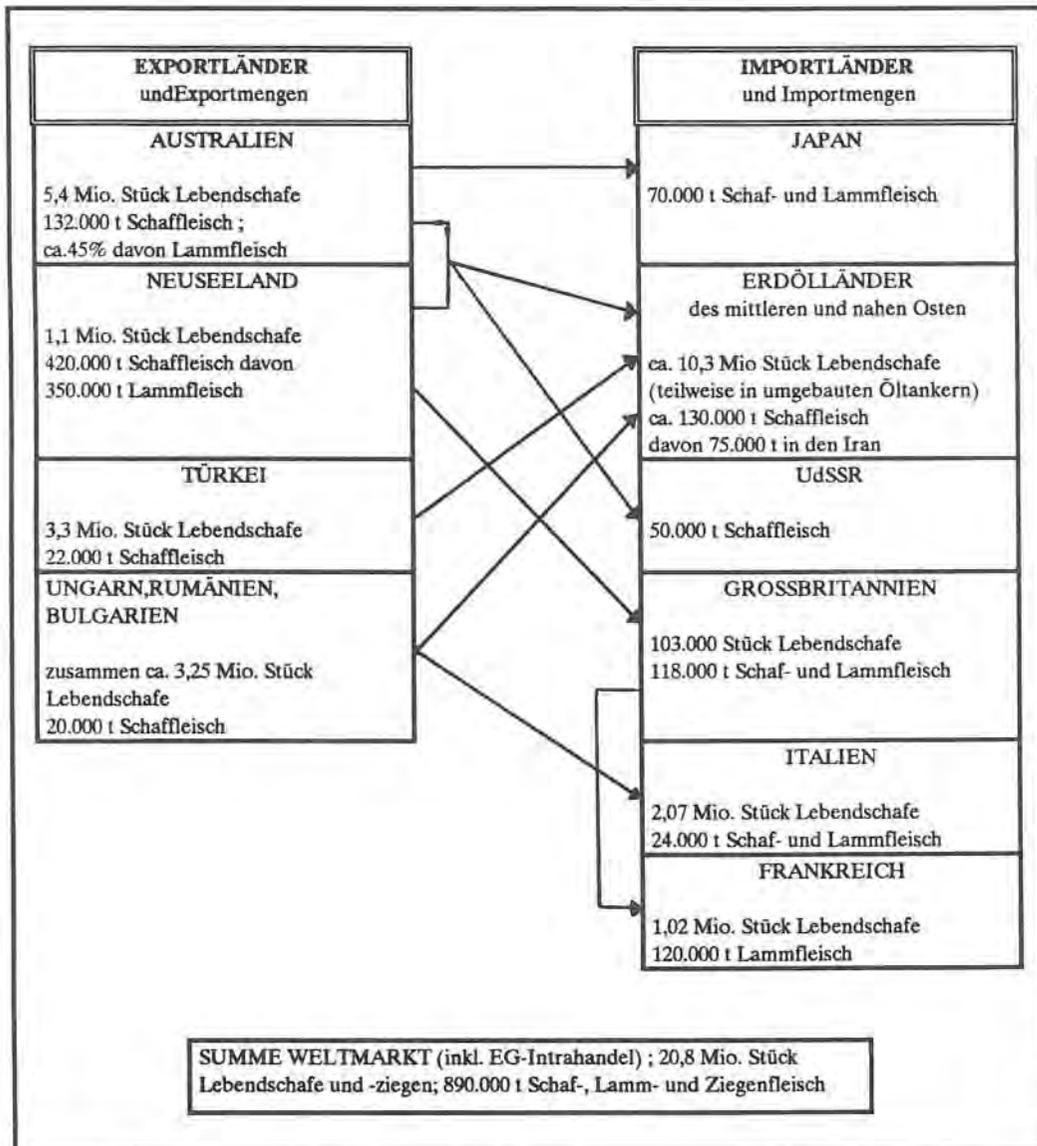
Schaf- und Lammfleisch ist ein wichtiges internationales landwirtschaftliches Handelsprodukt. 13% der Weltschaffleisch-erzeugung - gegenüber ca. 12% bei Rindfleisch - wurden 1989 weltweit gehandelt .

Neuseeland und Australien als die bedeutendsten Ausfuhrländer sowie die erdölproduzierenden Staaten des mittleren und nahen Osten, Großbritannien, die UdSSR und Japan als die dominanten Einfuhrländer nehmen im Lebendschaf- und Schaf- und Lammfleischhandel eine Schlüsselstellung ein. Aber auch die Lebendexporte Ungarns, Bulgariens und Rumäniens, sowie die Importe Italiens - teilweise aus diesen Ländern - sind mengenmäßig insbesondere für den europäischen Raum von Bedeutung. Die wichtigsten weltweiten Handelsströme im Jahre 1989 an Lebendschafen und Schaffleisch finden sich in Abbildung 35.

Das niedrige Niveau der Weltmarktpreise kann durch die äußerst extensive und damit kostensparende Schafhaltung in Großbeständen in den Exportländern erklärt werden.

Witterungseinflüsse in Ozeanien, die Verhältnisse am Weltmarkt für Wolle, die Kaufkraft der Länder des mittleren und nahen Osten, der Devisenmangel der Oststaaten, der Dollarkurs und einzelstaatliche und gemeinschaftliche Außenhandelschutzmechanismen bestimmen den Angebotsdruck auf den westeuropäischen Markt. So sind auch durch die jüngste Nahostkrise oder durch die Konkretisierung der Ergebnisse der noch laufenden GATT-Verhandlungen größere Auswirkungen und Impulse auf den Schaf- und Lammfleischmarkt auch mittelfristig zu erwarten.

Abbildung 35 : Weltweite Handelsströme an Schaf-, Lamm- und Ziegenfleisch



Quelle: PROBST F-W.,(1989), diverse Jahrgänge von AGRA-EUROPE

9.2. Die Entwicklung der EG-Marktordnung, ihr aktueller Stand und ihre Wirkung

Der Eintritt Großbritanniens und Irlands in die EG und der darauf folgende "Hammelkrieg" mit Frankreich aufgrund preislicher und struktureller Differenzen zwischen diesen Ländern führten 1980 zur EG-Marktordnung. Diese Marktordnung sah folgende Maßnahmen vor:

1. Ausgleich von eventuellen Einkommensverlusten durch Gewährung einer Mutterschafprämie, die nach 7 bzw. im Laufe der Jahre nach 6 und 5 Großregionen unterschiedlich gestaltet war, um die Differenz zwischen tatsächlichem Marktpreis und vorgegebenem Grundpreis (Zielvorgabe) auszugleichen. Der Grundpreis ist zudem saisonal in Anlehnung an die Marktpreiszyklen gestaffelt (Die Auszahlung der Prämie erfolgt erst ab einem Schafbestand von 10, in Griechenland ab 5 Mutterschafen).
2. Preisstützung durch variable Schlachtprämien in Großbritannien. Letztere sind der Unterschied zwischen saisonalem Marktpreis und saisonalem Leitniveau (85% vom Grundpreis). Die Summe der auszahlbaren Mutterschafprämien verringert sich dabei um die Summe der Schlachtprämien. Die Schlachtprämien müssen aber bei der Ausfuhr in Mitgliedsländer zurückgezahlt werden (= "claw-back"), nicht jedoch bei der Ausfuhr in Drittländer wie z.B. Österreich. Eine Interventionsregelung war gegeben, wurde aber nicht angewendet.
3. Außenhandelsschutz durch Abschöpfung bis auf den Grundpreis bzw. bis zur vertraglichen (10% bei Selbstbeschränkungsabkommen) oder GATT-Grenze (20%).
4. Zusätzlich zur direkten Marktordnung wurde der Handelsverkehr mit Drittländern durch sogenannte Selbstbeschränkungsabkommen begrenzt. Danach haben sich 12 Länder, darunter alle wichtigen Exportländer (aber auch

Österreich) verpflichtet, bei ihrer Ausfuhr in die EG eine bestimmte Jahresmenge nicht zu überschreiten, wobei aber nach Frankreich nicht mehr als 7.000 Tonnen und nach Irland nichts gelangen durfte. In Summe umfaßten diese vertraglich fixierten Mengen ca. 342.000 Tonnen Schaf- und Lammfleisch, wovon allein Neuseeland 77% einnahm.

Da die Gesamtnettokosten der EG-Marktordnung fast beschleunigt in außerordentlichem Ausmaß anstiegen - der Haushaltsplan der EG sah für 1990 bereits einen Mittelbedarf von 1,45 Milliarden ECU vor, nachdem er 1981 nur 200 Millionen und 1987 erst 800 Millionen ECU betragen hatte - wurden von der Kommission die Grundpreise in der zweiten Hälfte der 80er Jahre kaum noch angehoben, und ab 1988 auch eine Stabilisatorenregelung, bezogen auf das Wachstum der Mutterschafbestände, zur Reduzierung des Einkommensausgleichs eingeführt.

Im September 1989 wurde eine neue Verordnung des Rates zur Reform des Marktes für Schaf- und Ziegenfleisch erlassen, wobei es das primäre Ziel ist, mit Hilfe von Übergangsregelungen bis 1993 auch auf diesem Gebiete einen einheitlichen Binnenmarkt mit einem einheitlichen Marktordnungsinstrumentarium zu schaffen. Dabei ergeben sich unter Beibehaltung der bisherigen Grundstruktur der Marktordnung folgende Änderungen:

- Einheitliche Mutterschafprämien als Differenz zwischen Grundpreis und einheitlichem Marktpreis einer gemeinschaftlichen Standardqualität; Unterscheidung zwischen Erzeugern "schwerer Lämmer" und Erzeugern "leichter Lämmer" (Schafmilcherzeuger). Letztere, die Bergschaf- bzw. Zuchtschafhalter in den Berggebieten und die Ziegenhalter in Griechenland, in bestimmten Regionen der Mittelmeerländern und die Fleischziegenhalter in Berggebieten erhalten 70% der Mutterschafprämie. Zusätzlich werden bei Beständen über 500 Mutterschafen (über 1.000 in benachteiligten Gebieten) die Prämien oberhalb dieser Grenze halbiert. Übergangsregelung: Bis 1993 finden noch Staffelungen nach vier unterschiedlichen

Gebieten (GB, nördliche Länder, Italien-Griechenland, Spanien-Portugal) Berücksichtigung, wobei die Mittelmeerländer bei Erfüllung einiger Bedingungen schon ab 1991 mit den nördlichen EG-Ländern gleichgesetzt werden.

- Abschaffung der variablen Schlachtprämien und damit des "claw-back" in Großbritannien. Übergangsregelung: Reduzierung der Schlachtprämien auf 75% (1990), 55% (1991) und 40% im Jahre 1992.
- Entfall der Interventionsregelung und dafür Beihilfen zur privaten Lagerhaltung - fakultativ, wenn der Marktpreis der EG und der Marktpreis einer Notierungszone unterhalb von 90% (mit einem Ausschreibeverfahren unterhalb von 85%) des saisonalen Grundpreises absinkt - bzw. verpflichtend, wenn sich der Marktpreis einer Notierungszone (d.h. eines Landes) unterhalb von 70% des saisonalen Grundpreises befindet.
- Stabilisatorenregelung, wenn der garantierte Höchstbestand an Mutterschafen die 63,4 Mio. Stückmarke übersteigt und gleichzeitige Reduzierung des Grundpreises um den gleichen Prozentsatz, um als Referenzpreis für die Mutterschafprämie zu gelten. Übergangsregelung: Trennung zwischen Großbritannien (Höchstbestand von 18,1 Mio. Mutterschafen) und übriger EG, wobei aber die beiden Gebiete bei unterschiedlichem Wachstum in der Wirkung der Stabilisatoren bereits zunehmend aneinander angeglichen werden.
- Die Selbstbeschränkungsabkommen mit Neuseeland und Australien wurden um weitere 47.000 Tonnen Schaf- und Lammfleisch, teilweise zugunsten osteuropäischer Länder, reduziert, wobei im Gegenzug der vertragliche Zollsatz von 10% entfällt und die erlaubte Höchstmenge einer Einfuhr nach Frankreich auf 13.000 Tonnen und nach Irland auf 450 Tonnen erhöht wurde. Die erlaubte vertragliche Importmenge in die EG beträgt nun ca. 257.000 Tonnen Schaf- und Lammfleisch.

Dadurch ergibt sich bei Erreichung des angestrebten Zieles der EG-Marktordnung ein großer gemeinsamer und dynamischer Schaf- und Lammfleischmarkt ohne irgendwelche Behinderungen an den innergemeinschaftlichen Grenzen, wobei der Preis für Lammfleisch durch die kostengünstigsten Produktionsstrukturen und Haltungsformen und durch die jeweiligen Transportkosten in die Nachfragezentren nicht mehr unterschiedlich für Großregionen und Länder, sondern einheitlich für die gesamte EG gebildet wird. Die Mutterschafprämie wird überall die gleiche Höhe aufweisen, während das einheitliche europäische Währungssystem die bisherigen Paritätsschwankungen und ihre behindernden Effekte auflösen soll.

In wie weit sich regionale Märkte behaupten können, wird von deren Möglichkeiten, sich durch Marketingmaßnahmen qualitativ abzusetzen, abhängen. Im allgemeinen ist aber zu erwarten, daß die Schafhaltung und Lammfleischerzeugung dort an Bedeutung gewinnen und sich konzentrieren wird, wo die günstigsten Voraussetzungen für eine kostenminimale Produktion und Verarbeitung gegeben sind. Für jene Länder und Gebiete, die bisher ein hohes Lammfleischpreisniveau hatten, wird der Preis absinken; für jene Länder, die bisher große Mengen zu relativ niedrigen Preisen absetzten, wird nach einem Preisanstieg ein starker Anreiz gesetzt, die Schafhaltung auszudehnen. Demnach werden Großbritannien und Irland und eventuell die Mittelmeerländer Spanien und Portugal nach einer Verbesserung ihrer Produktionstechnik und -struktur den zukünftigen europäischen Lammfleischmarkt dominieren. Auch deuten die Aufstockungen der Mutterschafbestände in diesen Ländern und der sinkende EG-Marktpreis bzw. Preisverfall im Jahre 1990 bereits an, daß der Wettbewerb um die Produktionsanteile bereits begonnen hat.

Ob diese Zielvorgaben der EG-Marktordnung dann tatsächlich ohne schwerwiegende agrarpolitische Friktionen erreicht werden, kann nicht gesagt werden. Die Kommission hat jedenfalls in ihren Preisvorschlägen für das Jahr 1991 schon eine Pauschalbeihilfe von 4 ECU je Mutterschaf in Berggebieten und benachteiligten

Gebieten in Aussicht gestellt. Die ersten Vorwirkungen der neuen EG-Marktordnung wurden auch bereits für Österreich spürbar, indem die Importpreise absanken und die Importmengen insbesondere in Form frischer Schlachtkörper aus der BRD stark anstiegen. Diese Tendenzen dürften sich bei einer linearen Weiterentwicklung des EG-Lammfleischmarktes fortsetzen.

Zusammenfassung und Ausblick

Die Intensivierung und Rationalisierung der landwirtschaftlichen Betriebe in Österreich nach dem 2. Weltkrieg haben es mit sich gebracht, daß verschiedene extensive Produktionszweige mit geringer betriebswirtschaftlicher Rentabilität stark an Bedeutung verloren oder gänzlich eingestellt wurden.

Einer dieser betroffenen Produktionszweige im Grünlandgebiet ist die Schafhaltung, die vor allem aufgrund der starken Ausdehnung der Milchviehhaltung sowie der Aufgabe bzw. Aufforstung extensiver Grünlandflächen bis Mitte der 70er Jahre stark zurückgedrängt wurde.

Da die Schafhaltung zudem sowohl bei den Bauern (Schaf = "Kuh des kleinen Mannes", Schafbauer = Kleinhäusler) als auch bei den Konsumenten (Schaffleisch = Schöpsernes) ein eher negatives Image besaß, war sie als wichtiger Produktionszweig des Berggebietes stark rückläufig.

Ab diesem Zeitpunkt hat sich die Schafhaltung vorwiegend als Lammfleischlieferant wegen der immer akuter werdenden Überschuß- und damit Finanzierungsproblematik, den sich verändernden gesellschaftlichen Anforderungen an die Landwirtschaft (Qualität, Ökologie) sowie der Änderung der Ernährungsgewohnheiten und durch gewisse Impulse aus dem Bereich der Alternativszene wieder einigermaßen erholt.

Die Analyse der verschiedenen Teilbereiche, von strukturellen, betriebswirtschaftlichen bis hin zu marktwirtschaftlichen Aspekten, brachte folgende Ergebnisse und Erkenntnisse:

In Österreich wird noch jedes zweite Schaf gealpt - die Schafhaltung verlagert ihren Schwerpunkt aber zunehmend vom Berggebiet in die günstigeren Lagen

Seit Mitte der 70er Jahre nimmt der, insgesamt kleinstrukturierte, Schafbestand in Österreich, vor allem in den östlichen Bundesländer, kontinuierlich zu (Schafbestand 1989: 289.000). Die Alpine Schafhaltung (Schwerpunkt Westösterreich) ist zwar nach wie vor die dominierende Haltungsform, die höchsten Bestandeszuwächse sind aber durch die expandierende Koppelschafhaltung in den flacheren Regionen, vor allem in Ostösterreich, zu verzeichnen. Die Schafzucht (primär die Bergsschafzucht) konzentriert sich unverändert im westösterreichischen Bergland. Wie wichtig dieser Produktionszweig speziell für die Bergbauernbetriebe ist, zeigt der Umstand, daß 56 % aller Schafhalter und 62 % des österreichischen Schafbestandes im Bergbauerngebiet liegen, dabei vor allem in den extremen Erschwerniszonen. In Österreich wird jedes zweite Schaf gealpt.

1980 führten fast die Hälfte aller Schafbauern ihrer Betriebe im Nebenerwerb, eine Entwicklung, die sicherlich zunehmen wird, da die Schafhaltung als kapital- und arbeitsexensiver Betriebszweig gerade für Grünlandbetriebe mit Erwerbsskombination attraktiver ist.

Die Schafhaltung ist eine zukunftssträchtige betriebswirtschaftliche Alternative für extensiv wirtschaftende Grünlandbetriebe

Für Betriebe, die in die Schafhaltung (Lämmermast, Zucht) einsteigen wollen, ist die Rentabilität dieses Betriebszweiges von zentraler Bedeutung. Literaturstudien zeigen, daß die Lämmermast in der Arbeitsproduktivität sowohl mit der Milchviehhaltung (bis 4.000 kg) als auch mit anderen Betriebszweigen des Grünlandes durchaus konkurrenzfähig ist. In der Flächenproduktivität kann die Schafhaltung nur dann mit der Milchviehhaltung mithalten, wenn die Richtmenge überschritten wird und

folgedessen jede andere Form der Grünlandverwertung wirtschaftlicher ist.

Vergleicht man die verschiedenen Produktionstechniken der Lämmermast miteinander, so schneidet die Lämmermast mit F1-Gebrauchskreuzungen (weibliches Bergschaf x Fleischwidder) am besten ab, da sie sowohl wegen der hohen Aufzuchttrate (Fruchtbarkeit) des Bergschafes als auch wegen der überlegenen Schlachtkörperqualität der Fleischschafassen (z.B. Schwarzkopf, Texel) gegenüber der Lämmermast ausschließlich mit Bergschafen oder Fleischrassen die höchsten Deckungsbeiträge erzielt.

Eine empirische Analyse der betriebswirtschaftlichen Situation schafhaltender Betriebe in Kärnten

Um die betriebswirtschaftliche Situation der Schafhaltung in Österreich unter Praxisbedingungen untersuchen zu können, wurden in Kärnten die Betriebsdaten von 20 Schafbauern mittels eines kombinierten Erhebungs- und Fragebogens erhoben. Bei der Analyse der Erhebungsbetriebe (Deckungsbeitrags- und Fixkostenkalkulationen, Erfassung der Betriebsorganisation) kristallisierten sich im wesentlichen drei Gruppen von Schafhaltern heraus:

Gruppe 1: Schafhalter mit weniger als 15 Mutterschafen

Gruppe 2: Schafhalter mit 15-100 Mutterschafen

Gruppe 3: Schafhalter mit über 100 Mutterschafen

- Bei der Gruppe der Schafhalter mit weniger als 15 Mutterschafen handelt es sich vorwiegend um kleine Nebenerwerbsbetriebe, in denen die Schafhaltung hauptsächlich aus Interesse, Tradition oder als Hobby betrieben wird und der Ertrag aus der Schafhaltung für das Betriebseinkommen von untergeordneter Bedeutung ist. In dieser Gruppe findet man einen relativ großen Anteil an Schafzüchtern, die wegen des erforderlichen verhältnismäßig hohen Arbeits- und Pflegeaufwandes oft kleinere

Bestände halten. Wegen des hohen Anteils an abgesetzten, hochpreisigen Zuchttieren (Herdebuchtiere) sind die Roherträge in dieser Gruppe relativ hoch, doch treten auch höhere Arbeitsbedarfswerte und variable Kosten auf.

- Betriebe der Gruppe 2 sind Vollerwerbs- und Nebenerwerbsbauern, die von der Schafhaltung alleine nicht leben können und deshalb auch andere Betriebszweige aufweisen. Bei diesen Bestandesgrößen findet meist über die Direktvermarktung bereits eine Marktversorgung, die über die Selbstversorgung und die Belieferung des Bekanntenkreises hinausgeht, statt. In dieser Gruppe ist bereits eine deutliche Verminderung des Arbeitsaufwandes je Mutterschaf festzustellen, womit auch die Arbeitsproduktivität steigt.
- Die untersuchten Großbetriebe (über 100 Mutterschafe), bei denen die Schafhaltung meist schon eine dominante Rolle spielt, sind ausschließlich Vollerwerbsbetriebe, die ihr Betriebseinkommen zum Großteil bzw. zur Gänze aus der Schafhaltung erwirtschaften. Aufgrund der großen Bestände werden hier die niedrigsten Arbeitsbedarfswerte je Mutterschaf erreicht, die jedoch nur gering über jenen der Gruppe 2 liegen.

Bezüglich der Wirtschaftlichkeitsparameter der Lämmermast wurden vor allem der Einfluß des Aufzuchtergebnisses, der Lämmerpreise und der Bestandesgröße sowie der Lage der Betriebe (Erschwerniszone) auf den Betriebserfolg (Deckungsbeitrag) untersucht.

Es zeigte sich, daß neben dem Aufzuchtergebnis vor allem der Lämmerpreis, der wiederum von der Lämmerart, vom Verarbeitungsgrad und der Vermarktungsart abhängig ist, ein zentraler Rentabilitätsfaktor ist.

Für Umstellungsbetriebe und Neueinsteiger ist die Fixkostenbelastung durch Gebäude und Maschinen ein wesentliches Erfolgskriterium. Teure Spezialmaschinen bzw. Stallneubauten

sind in der Schafhaltung betriebswirtschaftlich, wenn überhaupt, erst ab sehr großen Beständen zu verkraften (Fixkostendegression). Deshalb sollten vorrangig Möglichkeiten der überbetrieblichen Zusammenarbeit und die Nutzung bzw. Adaptierung von Altgebäuden ins Auge gefaßt werden.

Der österreichische Lammfleischmarkt wird wesentlich vom Weltmarkt bzw. von der Marktsituation in der EG beeinflusst

Obwohl sich die Inlandsproduktion von Schaf- und Lammfleisch seit 1970 mehr als verdoppelte (1989: ca. 4.500 t), sind die einheimischen Produzenten derzeit nicht in der Lage, den wachsenden Inlandsverbrauch an Lammfleisch abzudecken. Große Teile der Produktion (und der Produktionszuwächse) werden wegen der Kleinstruktur der österreichischen Schafhaltung entweder für den Selbstbedarf verbraucht oder im Umkreis des Wohnortes direktvermarktet, wodurch die wachsenden inländischen Produktionsmengen nur in geringem Maße auch zur Versorgung der Konsumenten in den Konsumzentren zur Verfügung stehen. Die steigende Nachfrage in den Konsumzentren wird vor allem durch zunehmende Importmengen bedient. Dementsprechend sind die Importe von Schaf- und Lammfleisch seit 1982 überproportional stark von 776 t auf ca. 2.700 t (1990) gestiegen, wobei die gleichzeitige Verringerung des durchschnittlichen Importpreises und der damit verbundene Preisdruck am Inlandsmarkt die starke Abhängigkeit des österreichischen Lammfleischmarktes vom Welt- bzw. EG-Markt verdeutlicht. Bezüglich der Importstruktur ist eine Verschiebung von der Tiefkühlware aus Australien und Neuseeland hin zu frischem und gekühltem Lammfleisch aus den osteuropäischen Staaten (CSFR, Ungarn, Polen) und im verstärkten Maße auch aus der BRD festzustellen, womit sich die Konkurrenzstellung der Importe zur Inlandsware nicht nur mengenmäßig, sondern auch qualitativ verschärft.

Die auf einem sogenannten Selbstbeschränkungsabkommen mit der EG beruhenden Lebendschafexporte nach Italien, die vor allem wegen des durch die Alpine Schafhaltung bedingten,

saisonalen Angebotsschubes im Herbst zur Marktentlastung notwendig werden, sind seit 1980 (16.800 Stück) rückläufig und konnten 1989 auf 5.800 Stück reduziert werden. Die für Schaf- bzw. Lammfleisch relevanten Außenhandelsbestimmungen (AHG, VWG, GATT etc.) werden in einem eigenen Kapitel ausführlich abgehandelt.

Die Preisentwicklung für Lämmer bzw. Lammfleisch wurden in den 80er Jahren nicht vom Inlandsverbrauch oder der Inlandserzeugung, sondern von der Entwicklung der Importpreise bestimmt. Dennoch ist im Vergleich zum BRD-Preisniveau ein akzeptabler Entwicklungsverlauf der inländischen Lämmerpreise festzustellen.

Veränderte Verbrauchergewohnheiten fördern den Lammfleischabsatz

Aufgrund der demographischen Veränderungen, des wachsenden Wohlstandes sowie des gesellschaftlichen Wertewandels bei gleichzeitiger quantitativer Marktsättigung haben sich die Ernährungsgewohnheiten und die Ansprüche der Konsumenten an die Qualität landwirtschaftlicher Produkte (wachsendes Umwelt- und Gesundheitsbewußtsein, Genußorientierung, Qualitätsbewußtsein) stark verändert. Dieser Wandel kommt in vielen Bereichen den Imagekomponenten des Lammfleisches (naturnah, für Feinschmecker etc.) entgegen und läßt deshalb zukünftig auf eine weitere Steigerung des Inlandverbrauches schließen.

Dieses wachsende Marktpotential bietet den einheimischen Lammfleischerzeugern und -vermarktern in Zukunft vielfältige Möglichkeiten und Chancen, bei entsprechender Qualitätsorientierung der Produktion sowie mittels offensiver, kreativer Marketingstrategien ihre Marktanteile auszubauen und sich gegenüber der niedrigpreisigen, ausländischen Konkurrenz zu behaupten.

Probleme und Perspektiven der Lammfleischvermarktung: eine empirische Untersuchung von Bauern, Gastronomen und Fleischhauern

Mit dem Ziel, Informationen für neue Strategieansätze für die Vermarktung von inländischem Qualitätslammfleisch zu gewinnen, wurde im Rahmen dieses Projektes eine Pilotbefragung von 20 Schafbauern, Fleischhauern und Gastronomiebetrieben zum Themenbereich "Probleme und Perspektiven der Lammfleischvermarktung in Kärnten" durchgeführt. Untersucht wurden vor allem die Marketingbereiche Vermarktungszeitpunkt, die Preisgestaltung und die Art der Vermarktungswege. Hinsichtlich der Vermarktungsart ermöglicht der Ausbau der Direktvermarktung unter den spezifischen Rahmenbedingungen der österreichischen Lammfleischproduktion (Kleinstruktur, Saisonalität, unterschiedliche Haltungsformen, geringes Konsumniveau, spezielle Imagedimensionen) am ehesten eine evolutionäre Weiterentwicklung der derzeitigen Strukturen. Aus diesem Grund konzentrierte sich die Befragung auf das Ausloten der Möglichkeiten einer Forcierung der Direktvermarktung und der Bildung von Erzeugergemeinschaften und bäuerlichen Kooperationsformen, wobei flankierend dazu die Problemsicht der Gastronomie als wichtige Zielgruppe sowie Kooperationsmöglichkeiten mit Fleischhauern abgetestet wurden. Bei der Auswertung der Befragung wurden folgende wichtige Erkenntnisse gewonnen:

Die Direktvermarktung von Lammfleisch hat sich bewährt - die Weiterverarbeitung und das Marketing sind aber noch relativ unterentwickelt

- Alle 20 Betriebe betreiben Direktvermarktung, entweder als einzige Vermarktungsform oder in Kombination mit der indirekten Vermarktung oder der Schafzucht, wobei vor allem die Formen des Ab-Hof-Verkaufes und der Zustellung auf Bestellung praktiziert werden.

- Ein Großteil der Bauern bietet dem Kunden als Serviceleistung neben Schlachten, Zerlegen und Verpacken zusätzlich Rezepthefte oder die Möglichkeit einer Hofbesichtigung an.
- Durch die Veredelung und Direktvermarktung des Lammes, die mit einem höheren Arbeitsaufwand verbunden sind, lassen sich gegenüber dem indirekten Absatz, der aber vor allem für Halter großer Bestände ein wichtiger Vermarktungsweg ist, durchschnittlich bis zu öS 10,- mehr je kg Schlachtkörper erzielen.
- Ein beträchtlicher Anteil der Befragten lehnt die Weiterverarbeitung (Veredelung) von Produkten aus der Schafhaltung vor allem wegen des höheren Arbeitsaufwandes und wegen mangelnder Marktnähe ab, während über 50 % der befragten Bauern neben Produkten aus der Schafhaltung auch andere Produkte anbieten (diversifizierte Produktpalette).
- der Großteil der befragten Bauern wäre bereit, an einer Marktstrategie für Lammfleisch mitzuwirken

Qualitätsstrategien aus der Sicht der Bauern und der Gastronomie

Qualitativ hochwertiges Lammfleisch läßt sich nach einhelliger Meinung sowohl der Produzenten als auch der Gastronomen und Fleischhauer vor allem durch züchterische Maßnahmen und durch eine bedarfsgerechte Fütterung erzielen, wobei speziell die Lämmermast mit F1-Gebrauchskreuzungen erwähnt wird, da sie sich positiv auf die Fleischqualität auswirkt.

Nach der Konfrontation der Befragungsgruppen mit der Vorlage dreier Varianten für Haltungs- bzw. Produktionsrichtlinien (Variante 1: "Tiergerechtigkeit", Variante 2: "Biologischer Landbau und Tiergerechtigkeit", Variante 3: "Standardisierte Züchtung und Fütterung") zur Erreichung einer optimalen Produktqualität sprechen sich die Befragten mehrheitlich für die Variante 1 (Weidegang, tiergerechte Aufstallung, wiederkäuergerechte Fütterung, keine Medizinalfuttermittel, Einsatz von Fleischras-

sen) aus, aber auch die Variante 2 fand einigen Anklang. Die dritte Variante, die den Richtlinien einer intensiven Lämmermast entspricht, wird hingegen weitgehend abgelehnt.

Das Spektrum der Kooperationsmöglichkeiten zwischen Bauern, Gastronomen und Fleischhauern

Gerade in der kleinstrukturierten Schafhaltung ist ein gewisser Grad an horizontaler und vertikaler Vernetzung notwendig, um eine qualitativ hochwertige Produktpalette möglichst asaisonal anbieten zu können und die arbeits- und teilweise kapitalintensiven Vermarktungsschritte im Rahmen der Direktvermarktung zu bewältigen.

Zur Frage einer stärkeren horizontalen Vernetzung, also der Bildung von Erzeugergemeinschaften, hatte über die Hälfte der befragten Bauern grundsätzlich eine positive Einstellung. Zudem würden sich über 50 % der Befragten dazu bereit erklären, innerhalb einer derartigen Organisation einen gewissen Aufgabenbereich zu übernehmen. Als die beste, realistischste Form einer solchen Organisation präferieren die Bauern einen Zusammenschluß mit fallweise gemeinsamen Schlachterminen, während sie einer engeren, ganzjährigen Kooperation, die sämtliche Vermarktungsfunktionen eigenverantwortlich übernimmt, eher skeptisch gegenüberstehen.

Bezüglich einer stärkeren Zusammenarbeit der Produzenten mit der Gastronomie und den Fleischhauern (vertikale Vernetzung) ist die Bereitschaft der gewerblichen Abnehmer stark positiv. Die Gastronomie wäre vor allem an einer Palette von bäuerlichen Qualitätsprodukten interessiert und würde im Gegenzug dazu die Veranstaltung von Lammfleischwochen oder -verkostungen und ähnliche Schwerpunktaktionen durchführen. Die Fleischhauer wiederum erwarten sich durch derartige Kooperationen mit den Bauern einerseits ein zusätzliches Qualitätsimage für ihren Betrieb und wären ihrerseits bereit, freie Schlacht- und Kühl-

kapazitäten etc. zur Verfügung zu stellen. Die Errichtung einer Vermittlungsstelle zur Koordination von Angebot und Nachfrage (Produktbörse) würde vor allem von den Gastronomen sehr begrüßt werden, während Bauern und Fleischhauer Bedenken wegen zu hoher Kosten äußern.

Ansätze für eine Vermarktungskonzeption für österreichisches Qualitätslammfleisch

Aus den Analysen der vielfältigen Bereiche des österreichischen und internationalen Schaf- bzw. Lammfleischmarktes ergeben sich für die Entwicklung einer Vermarktungskonzeption für österreichisches Qualitätslammfleisch folgende grundlegende Strategieansätze:

- Durchführung einer umfassenden Informationskampagne über die besondere Qualität des einheimischen Lammfleisches und seinen Vorzügen (auch denen des Produktumfeldes und -images)
- stärkere Unterstützung regionaler Qualitätslammfleischprogramme durch Förderung, Beratung und Schulung

Schließlich werden in einem weiteren Kapitel Strategieansätze für eine organisierte Lammfleischvermarktung auf der Ebene von Erzeuger- und Vermarktungsgemeinschaften entwickelt, die sich mit den Teilbereichen der Markenpolitik, den möglichen Organisationsformen und -konzepten, der Produktplanung, Produktionsrichtlinien und Qualitätsstandards sowie der Preispolitik, der Distribution und der Kommunikationspolitik eingehend befassen. Im abschließenden Kapitel "Lammfleisch international - Weltmarkt und EG" werden die internationalen Handelsströme sowie die Entwicklung, der aktuelle Stand und die Wirkung der EG-Marktordeung für Schaf- und Lammfleisch ausführlich abgehandelt.

Zusammenfassend läßt sich sagen, daß die Produktionsalternative Qualitätslammfleisch vor allem für Grünland- und Bergbauernbetriebe sowie für die Nebenerwerbslandwirtschaft unter bestimmten betrieblichen Voraussetzungen eine attraktive Einkommensalternative darstellen kann und auch volkswirtschaftlich den Anforderungen an eine moderne, ökologie- und tiergerechte sowie qualitäts- und marktorientierte Landwirtschaft entspricht.

Um sich bei einer EG-Annäherung bzw. dem EG-Beitritt gegen den sich entwickelnden einheitlichen Binnenmarkt zumindest mit einem Teil der inländischen Schafhaltung und -vermarktung qualitativ absetzen zu können, bieten klare Markenkonzeptionen, eine Stärkung und Differenzierung der Träger und Organisationsformen am Lammfleischmarkt und ein kreatives Marketing Möglichkeiten, die Regionalität und die landeskulturellen und naturräumlichen Werte der inländischen Schafhaltung zu erhalten.

Literaturverzeichnis

- AID: Lammfleisch erzeugen, Auswertungs- und Informationsdienst für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten, Bonn 1980
- Arab Alidusti, A.: Untersuchungen über den optimalen Zeitpunkt der Schlachtung bei Mastlämmern; agrarwiss. Dissertation; Stuttgart (Hohenheim) 1975
- Augustini, Ch./Temisan, V./Lüdden, L.: Schlachtwert: Grundbegriffe und Erfassung; In: Rindfleisch, Kulmbacher Reihe Band 7; Kulmbach 1987
- Behrens, U.: Imageanalyse für Butter und Margarine - Theoretische Grundlagen, methodische Probleme, Fallstudie; Agrarwirtschaft: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, Marktforschung und Agrarpolitik, Sonderheft 101, 1983
- Birnkammer, H.: Die Bedeutung der Fruchtbarkeitsleistung in der Schafhaltung, Der Tierzüchter Nr. 28, 1976
- Breuss, F.: Österreichs Außenwirtschaft 1945 - 1982, Institut für angewandte Sozial- und Wirtschaftsforschung, Wien 1983
- Brüne, Ch.: Zucht, Haltung, Ernährung - Schaf, In: Schmidt, D. (Hrsg) Tierzucht, Landwirtschaftliches Lehrbuch 2, Stuttgart (Hohenheim) 1982
- Burgkart, M.: Praktische Schafhaltung, München 1987
- Dobos, G.: Zeitgemäße Schafhaltung, Graz, Stuttgart 1988
- Dobos, G.: Bedeutung der Fruchtbarkeitsleistung in der Schafzucht; In: Der fortschrittliche Landwirt 7/1988, Graz
- Dobos, G.: Fruchtbare Bergschafe durch eine Nucleus-Herde; In: Der fortschrittliche Landwirt 12/1988, Graz
- Doehner, H. u. Mitarbeiter: Handbuch der Schafzucht und Schafhaltung, Parey, Berlin, Bd. 1 u. 2 1941, Bd. 3 1944

- Freigang, W.: Milchschafthaltung in Österreich, Diplomarbeit aus dem Institut für Tierproduktion der Universität für Bodenkultur, Wien 1986
- Freudenreich, P.: Beschaffenheit von Fleisch- und Fettgewebe von Lammfleisch verschiedener Herkünfte. Mitteilungsblatt der Bundesanstalt für Fleischforschung, Kulmbach Nr. 38, Kulmbach 1984
- Freudenreich, P. u.a.: Fettqualität und sensorische Eigenschaften des Muskelfleisches verschiedener Tierarten. Mitteilungsblatt der Bundesanstalt für Fleischforschung, Kulmbach Nr. 96, Kulmbach 1987
- Freudenreich, P.: Zum Schlachtwert beim Lamm; In: "Deutsche Schafzucht" 24, 1985
- Freudenreich, P.: Zusammenhänge zwischen quantitativer und qualitativer Eigenschaften des Schlachtwertes von Lammfleisch. Mitteilungsblatt der Bundesanstalt für Fleischforschung, Kulmbach Nr. 88, Kulmbach 1985
- Gallup: Qualitative Untersuchung - Rindfleisch, Österreichisches Gallup-Institut, Wien 1989
- Gerstmayer, J./Hahn, J.: Baurichtpreise 1985, Skizzenblätter aus LDW Baukunde Vorlesung und Übung, Wien, 1986
- Groier, M./Hoppichler, J.: Stand, Entwicklungen und Probleme der Schafhaltung in Österreich, Bundesanstalt für Bergbauernfragen, Wien 1986
- Groier, M./ Hoppichler, J.: Produktionsalternative Qualitätsrindfleisch am Beispiel "Styria Beef", Bundesanstalt für Bergbauernfragen, Forschungsbericht 23, Wien 1988
- Gutschi, A.: Schafhaltung im Nebenerwerb, Landtechnische Schriftenreihe des Österr. Kuratoriums für Landtechnik Nr. 137, Wien, 1987
- Haid, H.: Vom neuen Leben, Alternative Wirtschafts- und Lebensformen in den Alpen, Innsbruck 1989

- Hoppichler, J.: Die Möglichkeiten einer genossenschaftlich organisierten Vermarktung von Lammfleisch am Beispiel der Tauernlammverwertungsgenossenschaft und das Image von Lammfleisch aus der Sicht der Salzburger Gastronomie, Diplomarbeit des Institutes für Agrarökonomik der Universität für Bodenkultur, Wien 1982
- Hoppichler, J./ Schermer, M.: Direktvermarktung: Chance Gastronomie; In: Die Bergbauern, Nr. 122, Wien Jänner 1989
- Jury, H.: Beurteilung nach Kriterien und Rassen, Seminarunterlage für "Lammfleischproduktion- ein Beratungsschwerpunkt", Wien, 1986
- Jury, H.: Organisation der Lammfleischproduktion in Kärnten - Planung und Erfolge, Seminarunterlage für "Lammfleischproduktion ein Beratungsschwerpunkt", Wien, 1989
- Kolk, J.: Förderung der Schafzucht in Österreich; In: Der fortschrittliche Landwirt 24/1989
- Kühne, D. u.a.: Fettsäuremuster verschiedener Tierarten; In: "Fleischwirtschaft" 66/3), 1986
- Kühne, D. u.a.: Zusammensetzung der Fette bei verschiedenen Tierarten. Mitteilungsblatt der Bundesanstalt für Fleischforschung, Kulmbach Nr. 84, Kulmbach 1984
- Leitzmann, C. u.a.: Lebensmittelqualität aus der Sicht des Verbrauchers. AID-Verbraucherdienst 35, Heft 4, Gießen 1990
- Maurer, O./ Maurer-Rogy, K. / Untersberger, H.: Direktvermarktung, Handbuch für Bauern, Öst. Bergbauernvereinigung, Wien 1988
- Niesel-Lessenthin, B.: Faustzahlen für Landwirtschaft und Gartenbau, Landwirtschaftsverlag GmbH, Münster-Hiltrup, 1988
- Nitter, G./Schäfer, F. : Grenznutzen von Fruchtbarkeitseigenschaften beim Schaf in Abhängigkeit vom Leistungsniveau und Haltungssystem; In: Der Tierzüchter 34, 1982

- Pfingstner, H.: Produktionsalternativen im Grünlandgebiet, Schriftenreihe des Agrarwirtschaftlichen Instituts Nr. 37, Wien, 1982
- Pfingstner, H.: Ökonomik der Lämmermast, Seminarunterlage für "Lammfleischproduktion- ein Beratungsschwerpunkt", Wien, 1989
- Prändl, O.: Fleisch-Technologie und Hygiene der Gewinnung und Verarbeitung, Stuttgart 1988
- Prettner, E.: Rückwirkungen der Organisations- und Absatzformen der Lammfleischerzeugung auf den landwirtschaftlichen Betrieb anhand von Beispielsbetrieben aus Kärnten, Institut für Agrarökonomik der Univ. f. Bodenkultur, Diplomarbeit, Wien 1990
- Probst, F.: Die Märkte für Schlachtvieh und Fleisch, Agrarwirtschaft: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, Marktforschung und Agrarpolitik, Jg. 39/Heft 12, 1990
- Prost, E.: Kriterien für den Begriff: Lebensmittelqualität; In: Fleischwirtschaft, Band 66/7, 1986, S 1114 - 1115
- Ratschiller, G.: Schafhaltung in Kärnten. Betriebswirtschaftliche und strukturelle Bedeutung, Univ. f. Bodenkultur, Diplomarbeit, Wien 1990
- Reichsthaler, R.: Quantifizierung und ökonomische Beurteilung von Bewirtschaftungerschwernissen in Bergbauernbetrieben, Schriftenreihe für Agrarwirtschaft 19, Wien, 1984
- Regenermel, G./ Schmid, M.: Neuland, die Wiederentdeckung ländlicher Direktvermarktung, Wien 1989
- Rumetzhofner, K.: Das Angebot an Schaffleisch in Österreich, Stand und Entwicklungen unter besonderer Berücksichtigung staatlicher Förderungsmaßnahmen, Univ. f. Bodenkultur, Diplomarbeit, Wien 1982
- Rutzmoser, R. u.a.: Schafhaltung im bayerischen Alpenraum, Bayerisches landwirtschaftliches Jahrbuch 1/1978, München 1978
- Scheickl, G. u.a.: Rindfleisch im Verbraucherurteil als Grundlage einer breit angelegten Marketingstrategie - Ergebnisse

- einer Repräsentativerhebung in Österreich, Institut für Agrarökonomik der Universität für Bodenkultur, Wien 1990
- Schlolaut, W. u.a. : Schafhaltung, Frankfurt 1985
- Schwarzelmüller, W.: Wirtschaftliche und landeskulturelle Bedeutung der Schafalpung in Österreich; In: Alm und Bergbauer 11 u.12/1985, Innsbruck
- Seuss, I.: Nährwert von Fleisch und Fleischerzeugnissen; In: "Fleischwirtschaft, 20(1), 1990
- Souci-Fachmann-Kraut: Die Zusammensetzung der Lebensmittel, Nährwerttabellen, Stuttgart 1986
- Steffen, G. u.a.: Betriebs- und Unternehmensführung in der Landwirtschaft, Stuttgart 1987
- Temisan, V. u.a.: Wege zur Erzeugung von Qualitätsrindfleisch; In: Rindfleisch, Kulmbacher Reihe Band 7, Kulmbach 1987
- Unabhängige Gesundheitsberatung (UGB): Lebensmittelqualität aus der Sicht des Verbrauchers; in: UGB-Forum 5/90, Gießen 1990
- Weisheit, H.: Beitrag zur Ermittlung der österreichischen Schafproduktion; In: BMLF (Hrsg), Veröffentlichungen der Bundesanstalt für alpenländische Landwirtschaft, Irdning 1987
- Weisheit, H.: Schafhaltung, Landtechnische Schriftenreihe des Österr. Kuratoriums für Landtechnik Nr.137, Wien 1987
- Wilke, E.: Schafzucht, Schafhaltung und Fütterung, Deutscher Schäferkalender, Stuttgart 1985
- Zehentner, R.: Umdenken müssen auch die Bauern; In: Zukunft, Zeitschrift für Politik, Wissenschaft und Kultur, 5/88, Wien 1988
- Zwatz, N.: Zucht, Seminarunterlage für "Lammfleischproduktion - ein Beratungsschwerpunkt", Wien 1986

Quellenverzeichnis

- Agra-Europe: Diverse Jahrgänge
- Agra-Europe (1989): Reformverordnung zur Marktorganisation für Schaf- und Ziegenfleisch, Dokumentation/ Heft 43/1989
- Agra-Europe (1984): Verordnung (EWG) Nr. 871/84 des Rates, Dokumentation 6/Heft 16/84
- Agrarbericht der Bundesregierung (BRD): diverse Jahrgänge, Bonn
- Bericht über die Lage der Landwirtschaft 1988: Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Wien 1989
- BM für Land- u. Forstwirtschaft: Baurichtpreise 1989, Wien, 1989
- BM für Land- u. Forstwirtschaft: Sonderrichtlinien für die Förderung der Schafhaltung, Wien, 1989
- BM für Land- u. Forstwirtschaft: Standarddeckungsbeitragskatalog 1989, Wien, 1989
- Die Lage der Landwirtschaft in der Gemeinschaft (EG): Bericht 1989, Brüssel - Luxemburg, 1990
- Grünes Europa - Mitteilungen zur gemeinsamen Agrarpolitik: Schaffleisch, Monatsheft 5-1984, Nr. E 201; Hrsg.: Dienst für "Agrarinformation" der Kommission der Europäischen Gemeinschaft. Brüssel - Luxemburg 1984
- Kärntner Schafzuchtverband: Jahresbericht 1987, Klagenfurt, 1988
- KTBL-Arbeitsgemeinschaft "Bauwesen": Beleuchtung in landwirtschaftlichen Betriebsstätten Nr 1033, Hilstrup 1975
- Land- und forstwirtschaftliche Landesbuchführungsgesellschaft: Richtsätze für die Bewertung baulicher Anlagen, Wien 1983
- Jahresbericht der Vieh und Fleischkommission: Wien, diverse Jahrgänge
- ÖAMTC: Was kosten die Autos wirklich?, Wien 1988

Österreichisches Kuratorium für Landtechnik: ÖKL-Richtwerte für die Maschinenselbstkosten für das Jahr 1988/89, Wien 1989

Österreichisches Statistisches Zentralamt (ÖStZ): Alperhebungen, Außenhandelsstatistik, Agrarpreisstatistik, Bodennutzungserhebung, Schlachtstatistik, Viehzählungsergebnisse, Wien, diverse Jahrgänge

Anhang

Erhebungs- und Fragebogen

FRAGEBOGEN SCHAFHALTUNG

I. ALLGEMEINE BETRIEBSDATEN

Gemeinde							
Zone							
Einheitswert (+ Alm + Pachtfl.)							
Erwerbsart							
Mitglied bei Schafzuchtverband							

II. FLÄCHEN

1. Flächenstruktur (in ha)	HB			AL		
Eigenfläche						
Pachtfläche						
verpachtete Fläche						
gesamte Betriebsfläche						
Acker						
Grünland						
Landwirtschaftl. Nutzfläche						
Wald						
Sonstiges (unproduktive Fläche)						
2. Grünland	HB			AL		
Wiesen						
" 1. Schnitt						
" 2. Schnitt						
" 3. Schnitt						
Weiden						
Portionsweide						
Umtriebsweide						
Standweide						
3. Ackernutzung						
Silomais						
Körnermais						
Getreide						
Weizen						
Hafer						
Gerste						
Roggen						
Feldfutterbau						
Hackfrüchte						

V VIEHBESTAND

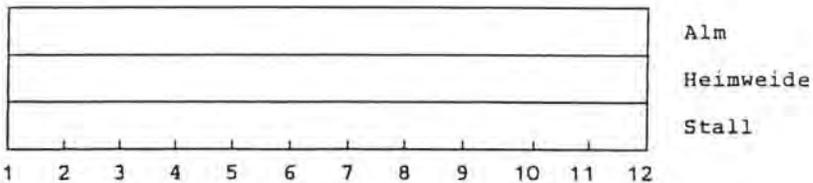
Art	Anzahl			
Rinder				
davon Milchkühe				
Schweine				
Geflügel				
Ziegen				
Schafe				
Sonstiges				

VI SCHAFHALTUNG

Art	Anzahl				Mast				Zucht				Rasse
Mutterschafe													
Lämmer													
Jährlinge													
Widder													

Ø Fruchtbarkeit (2 - 3 J) (in %)			
Aufzuchtergebnis (in %)			
Ablammungstermine			
Ø ND pro Mutterschaf in Jahren			

Betriebsorganisation:



Dauer in Tagen: Stall Heimweide Alm

— Lämmer
 ---- Schafe

- Schnittzeitpunkte:

	Ø Datum	Konservierung	Mechanisierung
1. Schnitt			
2. Schnitt			
3. Schnitt			

Konservierung: 1 = Bodentrocknung
 2 = Rautertrocknung
 3 = Vortrocknen + Heubelüftung
 4 = Silage

- Fütterung/Ration:

Tierart	Stall	Weide
güstes/niedertragendes MS		
hochtragendes MS		
säugend Einzellamm		
* Zwillinge		
Lämmer		
Mastlämmer		
Jährlinge		
Widder		

- Ø Schlachalter (in Monaten)		
- Ø Schlachtgewicht (in Kg)		

- Düngung mit Wirtschaftsdünger	Menge, Art	Zeitpunkt
Wiese		
Weide		
Äcker		

VII ROHERTRAG

Produkt	Anzahl		Gewicht		Preis/Einheit		Summe
	Handel	Direk.	Handel	Direk.	Handel	Direk.	
Lämmer							
Altschafe							
Lammfleisch							
Ganzes Lamm							
Hälfte							
Teilstücke							
Verarb. Prod							
Zuchttiere							
Wolle							
Felle							

VIII KOSTEN

- Viehzukauf:

	Anzahl		Preis	
Mutterschafe				
Jährlinge				
Widder				

- Futterzukauf:

	Menge		Preis	
Kraftfutter				
Mineralfutter				
Heu				
Sonstiges				

	Mengen				Preise			
Kunstdünger								
Kalk								
Pflanzenschutz								
Strohzukauf								

	Kosten			
Tierarzt				
Medikamente				
Entwurmungsmittel				
Bademittel				

Zäune				
Wegerhaltung				
Gebäudeerhaltung				

Fremdkosten				
Maschinenring				
Fremdarbeitskräfte				
Schur				
Klauenpflege				
Sonstiges				

Variable Vermarktungskosten (Energie, Warmwasser, Kühlung etc.)								
Schlachten (FAK)								
Verarbeitung (FAK)								
Verarbeitungszusätze								

Pachtkosten								
Versicherung								
Verbandsbeitrag								
Sonstiges								

IX INVESTITIONEN (der letzten 10 Jahre, bezogen auf Schafhaltung)

	ART	PREIS				FIN.
Gebäude						
Grundzukauf						
Schlachtraum						
Sonstiges						

X ARBEITSBEDARF

Art	Akh/Tag			WI	Akh			
	SO							
füttern								
einstreuen								
tränken								
Geburtshilfe								
Klauenpflege								
Hygiene								
Schur								
Zäune								
Alm								
Entmisten								
Wiedepflege								
Düngung								
Sonstiges								

Arbeitsbedarf der Vermarktung

Art	Akh			
Schlachten				
verarbeiten/zerlegen				
verpacken				
zustellen				
Sonstiges				

Vorhandene Arbeitskräfte		
Vollarbeitskräfte		
Teilarbeitskräfte		
Arbeitskräfte - stundenweise		

X EINSTELLUNGSFRAGEN zur BETRIEBSWIRTSCHAFT

o Seit wann sind Sie auf Schafhaltung umgestiegen?

--	--	--	--

o Was waren die Gründe dafür?

--	--	--	--

--	--	--	--

- o Wollen Sie Ihren Betrieb in Zukunft eher intensivieren oder extensivieren (Zucht, Fütterung, Düngewirtschaft, Produktionsverfahren etc.)

intensivieren 1, extensiviere 2, gleich 3

- o An welche Maßnahmen ist dabei gedacht?

- o Werden Sie zukünftig in der Schafhaltung größere Investitionen vornehmen?

ja = 1, nein = 2, weiß nicht = 3

- o Wenn ja, welche?

- o Wo liegen Ihrer Meinung nach die größten Probleme in der Schafhaltung?

VERMARKTUNG

o Wie ist Ihr Angebot an Produkten aus der Schafhaltung zeitlich gestaffelt?

ganzjährig = 1, saisonal= 2, sonstiges = 3

Lämmer	
Lammfleisch	
Verarbeit. Produkt.	
Wolle	
Felle	
Sonstiges	
Zuchttiere	

o Bei Saisonalität: Können Sie sich vorstellen, Ihre Produktion und Vermarktung auf eine ganzjährige Marktbelieferung umzustellen?

ja 1, nein 2, weiß nicht 3

o Welche Maßnahmen wären vorstellbar?

Preisstaffelung	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Vorzeitiger Almbtrieb	<input type="checkbox"/> 1	
Mastprämien	<input type="checkbox"/> 1	
Sonstiges	<input type="checkbox"/>	

DISTRIBUTION

o Wie vermarkten Sie Ihre Produkte?

direkt	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/>
über Handel	<input type="checkbox"/> 2	
beides	<input type="checkbox"/> 3	

o Sind Sie Mitglied einer Vermarktungsgemeinschaft?

ja 1, nein 2

wenn ja, welche:

o Wer sind Ihre Partner bei indirekter Vermarktung?

	Fleischhauer	Stück (kg)		pro Jahr		Sonstige
		Händler	Großhändler	Großhändler	Sonstige	
Lämmer						
Altschafe						
Zuchtschafe						
Wolle						

o Wird die Ware abgeholt der müssen Sie liefern?

abgeholt 1, liefern 2

Fleischhauer

Händler

Großhändler

Sonstiges.....

o Welche Form der Direktvermarktung praktizieren Sie?

Form	Schafffleisch	kg (Stück) pro Jahr		Wolle	Zuchtschafe
		Verarb. Prod.	Felle		
Ab Hof					
Lieferung auf Bestellung					
Privat					
Geh. Gastr.					
Gastronomie					
Spezial. Gesch.					
Sonstiges					
Bauernmarkt					
Wochenmarkt					
Sonstiges					

o Wer kauft bei Ihnen direkt ab Hof ein (in %) ?

Nachbarn

Kunden aus der Region

Kunden aus der Stadt

Touristen

Sonstige

o Wie weit entfernt wohnen Ihre Kunden (in %)?

- bis 5 km
- 5 bis 15 km
- über 15 km

o Welches Transportmittel benutzen Sie?

- eigenen Klein-LKW 1
- gemeinschaftl. Kühlwagen 1
- Sonstiges 1

o Wieviele Lieferfahrten bzw. wieviele Gesamtkilometer werden dabei zurückgelegt?

- Lieferfahrten
- Gesamtkilometer

--	--	--

--	--	--	--

SCHLACHTEN, BE- und VERARBEITEN

o Wo schlachten bzw. verarbeiten Sie Ihre Lämmer?

- Eigene Hausschlachtung 1
- Gemeinschaftsschlachtung 1
- Lohnschlachtung beim Metzger 1
- Sonstiges 1

o Wenn Sie Ihre Lämmer bisher nicht weiterverarbeitet haben: Könnten Sie sich vorstellen, aus den minderwertigen Teilstücken verschiedene Verarbeitungsprodukte herzustellen?

- ja 1, nein 2, weiß nicht 3

welche?:

o Könnten Sie sich vorstellen, neben Produkten aus der Schafhaltung auch andere Nahrungsmittel in Ihre Produktpalette aufzunehmen?

- ja 1, nein 2, weiß nicht 3

welche?:

VERMARKTUNGSMODELLE, ORGANISATION

o Könnten Sie sich vorstellen, mit Schafhaltern zusammen eine Vermarktungsgemeinschaft einzugehen?

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/>
ja	nein	bin bereits Mitglied	

o Würden Sie es begrüßen, wenn Vermittlungsstellen für die Vermarktung der Lämmer eingerichtet würden? (Solche Vermittlungsstellen hätten die Aufgabe, Konsumenten und Abnehmer anzuwerben und zu vermitteln, Informationen zu verteilen, das Angebot der Lämmer möglichst saisonal auszugleichen, Kunden zu betreuen, Ansprechpartner für alle Marktteilnehmer zu sein)

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/>
ja	nein	

o Welche Aufgabe müßte eine solche Vermittlungsstelle noch übernehmen?

- Intensive Betreuung der Konsumenten und Kunden	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/>
- Eine fixe Markenqualitätslammfleischstrategie einhalten	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/>
- Immer neue Konsumenten und Kunden ansprechen und anwerben	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/>
- Überprüfung der Qualität	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/>
- Kontrolle von Produktionsrichtlinien	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/>
- Aufbau eines guten Meldeinformationssystems für Lämmer	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/>
- Organisation der Schlachtung und Zerteilung	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/>
- Organisation der Belieferung der Konsumenten und Abnehmer	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/>
- Sonstiges:		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

o Solche Vermittlungsstellen sollten eingerichtet werden:

eine für ganz Kärnten	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/>
mehrere für Kärnten	<input type="checkbox"/> 2	
eine pro Bezirk	<input type="checkbox"/> 3	
eine für eine Talschaft oder Kleinregion	<input type="checkbox"/> 4	

o Würden Sie bereit sein, bei einer solchen Organisation oder bei einer organisierten Vermittlungsstelle mitzuarbeiten?

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/>
ja	nein	weiß nicht	

- o Was halten Sie von der Idee eines "Kärntner Lämmerexpress" zur Belieferung der Abnehmer und Konsumenten?

sehr gut sehr schlecht
1 2 3 4 5 6 7

--	--	--	--	--	--	--

- o Sollte der Lämmerexpress außer Fleisch auch noch andere Produkte ausliefern?

Wolle	<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>
Felle	<input type="checkbox"/>	1	
Verarbeitungsprodukte	<input type="checkbox"/>	1	
Verwandte Produkte (Most, Küchenkräuter)	<input type="checkbox"/>	1	

- o Wieviel Prozenterlös müßte Ihrer Meinung nach die Vermittlung bekommen?

Angabe in %

- o Glauben Sie, daß es sinnvoll wäre, die verschiedenen Produkte in einem eigenen Geschäftslokal anzubieten?

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/>
----------------------------	----------------------------	----------------------------	--------------------------

ja nein weiß nicht

- o Wären Sie auch bereit, um einen engeren Kontakt zwischen Landwirt und Konsument herzustellen, Hofführungen für interessierte Konsumenten durchzuführen?

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/>
----------------------------	----------------------------	----------------------------	--------------------------

ja nein weiß nicht

MARKENQUALITÄTSLAMMFLAISCH

- o Können Sie sich vorstellen, an einer Markenstrategie für Qualitätslammfleisch teilzunehmen?

ja 1, nein 2, weiß nicht 3

- o Würde für eine solche Markenstrategie ein Markenname, wie z.B. "Kärntner Alpenlamm", genügen?

ja 1, nein 2, weiß nicht 3

o Wie sollte die Fütterung von gealpten Qualitätslämmern durchgeführt werden?

- nach der Alpung eine kurze Intensivmast
- nach der Alpung gleich vermarkten
- während der Alpung abtreiben und kurz intensivmästen
- während der Alpung abtreiben und gleich vermarkten
- weiß nicht

<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	1	<input type="checkbox"/>

o Ist die Alpung der Lämmer für die Qualität von Vorteil?

ja 1, nein 2, weiß nicht 3

PRODUKTIONSRICHTLINIEN - QUALITÄTSLAMMFLEISCHPROGRAMME

o Haben Sie schon einmal daran gedacht, bestimmte Produktionsrichtlinien einzuhalten?

ja 1, nein 2,

o Kennen Sie allgemein Produktionsrichtlinien, Organisationen, die solche einhalten oder Markennamen, die auf Produktionsrichtlinien zurückzuführen sind?

ja 1, nein 2

wenn ja, welche:

.....

.....

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Im folgenden wollen wir Ihnen 3 verschiedene Varianten von Produktionsrichtlinien vorstellen - sagen Sie uns dazu Ihre Meinung:

BEILAGE 2

o Sind diese Produktionsrichtlinien für Sie überhaupt sinnvoll?

V1:	<input type="checkbox"/>								
V2:	<input type="checkbox"/>								
V3:	<input type="checkbox"/>								
		1	2	3	4	5	6	7	

o Könnten Sie sich vorstellen, an diesen Produktionsrichtlinien teilzunehmen?

V1:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
V2:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
V3:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	ja = 1	nein = 2	

o Wenn ja, was müssten Sie Ihrer Meinung nach an Ihrer Betriebsorganisation ändern?

	viel	wenig	nichts	<input type="checkbox"/>
V1:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
V2:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
V3:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	1	2	3	

o Was im Besonderen (die 2 wichtigsten Punkte)?

V1:	<input type="checkbox"/>
V2:	
V3:	

o Solche Änderungen wären für mich:

V1:	<input type="checkbox"/>								
V2:	<input type="checkbox"/>								
V3:	<input type="checkbox"/>								
		1	2	3	4	5	6	7	

sehr einfach sehr schwierig

o Legen Sie persönlich Wert auf eine:

	ja	nein	<input type="checkbox"/>
- tiergerechte Produktionsweise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- biologische Produktionsweise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
- standartisierte Produktion	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	1	2	

o Haben Sie Informationsmaterial (Literatur, Bücher) über eine dieser Produktionsrichtlinien

V1:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
V2:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
V3:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	ja	nein	

o Wären Sie an zusätzlichen Informationen über eine der 3 Varianten interessiert?

V1:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
V2:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
V3:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	ja	nein	

o Glauben Sie, daß die Einhaltung dieser Richtlinien vom Konsumenten in Form eines höheren Preises honoriert würde?

V1:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
V2:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
V3:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	ja	nein	

o Wieviel müßte, oder sollte der Konsument mehr bezahlen, damit für Sie die Einhaltung dieser Richtlinien finanziell interessant wäre (Angabe in %)?

 \ Angabe

V1:	<input type="checkbox"/>
V2:	<input type="checkbox"/>
V3:	<input type="checkbox"/>

- o Wieviel wäre Ihrer Meinung nach der Durchschnittskonsument bereit, für die Einhaltung dieser Richtlinien mehr zu bezahlen?

% Angabe

V1:
V2:
V3:

- o Ich persönlich würde mich am liebsten an Variante

V1: 1
V2: 1
V3: 1
keiner: 1 teilnehmen

- o Wer glauben Sie, sollte die Einhaltung der Produktionsrichtlinien kontrollieren?

- Tierärzterverband
- Kammer
- Bioverband
- die eigene Organisation
- Zuchtverband
- Sonstiges

- o Haben Sie sich schon über die Rechtsbestimmungen beim Direktabsatz Gedanken gemacht?

ja

nein

Investitionen und Kalkulationen
in der Direktvermarktung

--	--	--	--	--	--	--	--

Wie betreibe ich eine Qualitäts-
strategie?

--	--	--	--	--	--	--	--

Wie könnte das Marketing in der
Direktvermarktung aussehen?

--	--	--	--	--	--	--	--

Kochkurse für Lammfleisch
sonstiges

--	--	--	--	--	--	--	--

- o Wer sollte ihrer Meinung nach solche Bildungsinhalte
vermitteln? (Mehrfachantworten möglich)

Kammern durch eigen Abteilung

Verbände (z.B. der Schafzuchtverband

landw. Fachschulen für die Schüler

landw. Fachschulen durch Nachbetreuung
von Absolventen und praktizierenden
Landwirten

- o Solche Bildungsinhalte sollten vermittelt werden durch
(Mehrfacherneuerung möglich):

Winterlehrgang

Wochenseminar

1 bis 2 Tage-Seminar

Vorträge

Bauernzeitungen

Fachzeitschriften

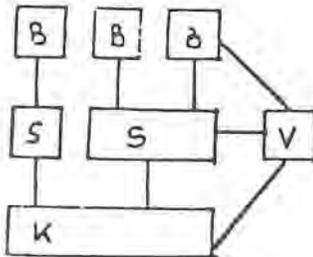
eine eigene Verbandzeitschrift

- o Könnten sie sich vorstellen, ihr derzeitiges Wissen über die Lammfleischvermarktung (z.B. Schlachten, Zerlegen, usw.) im Rahmen von Kursen und Seminaren, Neubeginnern und anderen Schafhaltern zur Verfügung zu stellen?

ja

nein

VERMARKTUNGSKONZEPTE

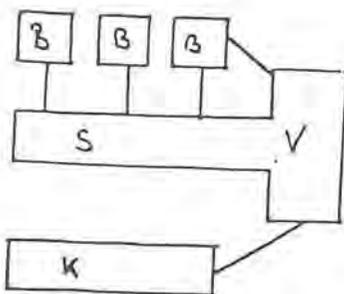
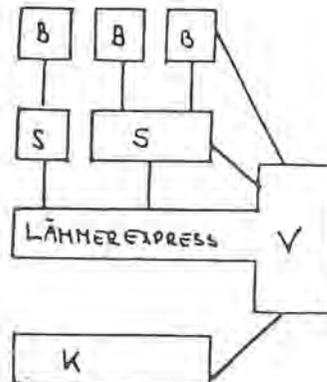


Konzept 1

Die Bauern schlachten einzeln, oder gemeinsam und vermarkten entweder in Eigenregie, oder mit Hilfe der Vermarktungsorganisation, der sie die schlachtreifen Lämmer rechtzeitig melden müssen. Die Vermittlungsstelle übernimmt die Koordination von Angebot und Nachfrage.

Konzept 2

Die Bauern schlachten einzeln, oder gemeinsam. Die Schlachtkörper werden vom Lämmerexpress abgeholt und über die Vermittlungsstelle an die Endabnehmer weitervermarktet. Die Vermittlungsstelle übernimmt neben der Koordination von Angebot und Nachfrage die Zustellung. Der Verkauf der Lämmer vom Bauern direkt zum Endabnehmer ist weiterhin möglich.



Konzept 3

Die schlachtreifen Lämmer werden nach Anmeldung zum ausgemachten Termin abgeholt, um im gemeinsam errichteten Schlachtraum geschlachtet zu werden. Die Vermittlungsstelle übernimmt die Organisation der Schlachtung und die Koordination des Angebotes und der Nachfrage. Auch hier ist der Verkauf der Lämmer direkt an den Konsumenten weiterhin möglich.

Lieferbare Publikationen der BA für Bergbauernfragen

a) Forschungsberichte

- | | | |
|--------|---|---|
| Nr. 1: | Landwirtschaftliche Entwicklungs- und Strukturdaten des Waldviertels
(von Josef Krammer - Mai 1980) | vergriffen |
| Nr. 2: | Theoretische und methodische Überlegungen zur Messung und Darstellung von Einkommensverhältnissen (von Rudolf Niessler - November 1980) | Preis: S 46,- |
| Nr. 3: | Analyse der Buchführungsergebnisse von Betrieben mit negativen landwirtschaftlichen Einkommen (von Josef Krammer/Rudolf Niessler - November 1980) | Preis: S 40,- |
| Nr. 4: | Strukturentwicklung und Einkommenssituation der Milchproduktionsbetriebe (von Josef Krammer - April 1981) | "Der Förderungsdienst" Sonderheft Nr. 1/81 (Restexemplare gratis) |
| Nr. 5: | Der Einkommensbegriff in der Landwirtschaft (von Rudolf Niessler - Mai 1981) | Preis: S 66,- |
| Nr. 6: | Die Entwicklung der Bergbauerneinkommen (von Rudolf Niessler - September 1981) | Preis: S 75,- |
| Nr. 7: | Die Einkommensverteilung in der österreichischen Landwirtschaft (von Rudolf Niessler/Josef Krammer - Juni 1982) | Preis: S 96,- |
| Nr. 8: | Der Maschinen- und Betriebshilfering aus der Sicht der Mitglieder 2 Fallstudien (von Ignaz Knöbl - Dezember 1981) | vergriffen |

- Nr. 9: Die Einkommensentwicklung in der österreichischen Landwirtschaft 1975 bis 1990 (Trendanalyse) 5., erweiterte und aktualisierte Auflage (von Gerhard Hovorka/Rudolf Niessler - 1991) Preis: S 51,-
- Nr. 10: Bergbauernförderung in Österreich: Direktzahlungen von Bund und Ländern - 3., aktualisierte und stark erweiterte Auflage (von Ignaz Knöbl - April 1987) Preis: S 75,-
- Nr. 11: Struktur- und Einkommensentwicklung in der Schweinehaltung (von Robert Schnattinger - September 1983) vergriffen
- Nr. 12: Agrarpolitik in Norwegen (von Josef Krammer - Dezember 1983) Preis: S 40,-
- Nr. 13: Einkommenspolitische Strategien (von Rudolf Niessler - 1984) Preis: S 50,-
- Nr. 14: Produktionskosten der Milch nach Bestandesgröße und Bewirtschaftungsschwernis (von Maria Asamer - 1984) Preis: S 40,-
- Nr. 15: Faserflachs-anbau in Österreich: Betriebs- und volkswirtschaftliche Analyse (von Robert Schnattinger - 1985) vergriffen
- Nr. 16: Güterwegebau in Österreich: Rechtsgrundlagen, Geschichte, Förderung (von Ignaz Knöbl - 1987) Preis: S 125,-
- Nr. 17: Richtmengenregelung: Entwicklung, Auswirkungen, Reformvorschläge (von Thomas Dax - 1987) Preis: S 125,-
- Nr. 18: Rinderrassen im Wirtschaftlichkeitsvergleich: Betriebswirtschaftliche Analyse und gesamtwirtschaftliches Produktionsmodell (von Josef Hoppichler - 1988) Preis: S 110,-

- Nr. 19: Agrarpolitik 1, Theoretischer Diskurs, 2., überarbeitete und erweiterte Auflage (von Rudolf Niessler/Michael Zoklits - 1989) Preis: S 125,-
- Nr. 20: Agrarpolitik 2, Österreich-EG: Strukturen und Instrumente, 2. Auflage (von Michael Zoklits - 1988) Preis: S 70,-
- Nr. 21: Agrarpolitik 3, Szenarien (von Rudolf Niessler/J. Perktold/M. Zoklits - 1989) Preis: S 110,-
- Nr. 22: Agrarpolitik 4, Ein Prognose und Simulationsmodell, 2. Version (von Josef Perktold - 1989) Preis: S 80,-
- Die Forschungsberichte Nr. 19 bis 22 sind Teilberichte des Projektes: "Entwicklungschancen der Landwirtschaft unter Bedingungen begrenzten Wachstums".
- Nr. 23: Produktionsalternative Qualitätsrindfleisch am Beispiel "Styria-beef" (von Michael Groier/Josef Hoppichler - 1988) Preis: S 95,-
- Nr. 24: EG-Direktzahlungen: Auswirkung auf Österreich (von Th. Dax/I. Knöbl/J. Krammer/M. Zoklits - 1989) Preis: S 70,-
- Nr. 25: Das Brot der Pessimisten: Eine Befragung von Bio-Konsumenten (von Michael Zoklits - 1990) Preis: S 60,-
- Nr. 26: Die 3-Stufenwirtschaft in Vorarlberg: Entwicklung - Bedeutung - Perspektiven (von Michael Groier - 1990) Preis: S 90,-
- Nr. 27: Behinderte in der Landwirtschaft: Zwischen Resignation und Behauptung (von Georg Wiesinger - 1991) Preis: S 110,-

- Nr. 28: Irrsinn und Landleben: Modelle einer
Behindertenintegration in der Landwirtschaft Preis: S 95,-
(von Georg Wiesinger - 1991)

b) Bergbauerngebietskarten

- Karte 1: "Bergbauerngebiet"
Abgrenzung des Bergbauerngebietes gemäß kostenlos
Verordnung des BMLF
- Karte 2: "Bewirtschaftungerschwernis nach Gemeinden"
erstellt aus der Bergbauernzonierung, Stand 1980 kostenlos
- Karte 3: "Bewirtschaftungerschwernis in der Land- und
Forstwirtschaft 1988", aus ÖROK-Atlas kostenlos

Zu beziehen über die Bundesanstalt für Bergbauernfragen,
Grinzinger Allee 74, A-1196 Wien, Tel. (0222) 32 57 42-0, bzw.
32 13 82-0, FAX (0222) 32 13 82 39 gegen Leistung obiger
Druckkostenbeiträge und Ersatz der Versandkosten.