

# Direktvermarkter skeptisch

**Vermarktung** Auch Direktvermarkter stehen vor der Frage, ob sie künftig Eberfleisch anbieten oder andere Lösungen suchen sollen. Erste Antworten hierzu gibt eine Umfrage unter rund 50 Betrieben.



Die meisten Direktvermarkter stehen der Problematik Eberfleisch derzeit noch abwartend gegenüber.

Foto: Bräunig

**M**it dem ab 2018 EU-weit geltenden Verbot der betäubungslosen Kastration für männliche Schweine – in der Novelle des deutschen Tierzuchtgesetzes ist bereits der 1. Januar 2017 vorgesehen – sind die Weichen auch in Richtung Ebermast gestellt. Unter Federführung der Thüringer Landesanstalt für Landwirtschaft (TLL) wurde durch die Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) ein Verbundprojekt ins Leben gerufen, das sich intensiv mit diesem Thema befasst.

Im Zuge dessen trat auch die Frage auf, wie sich die Produktion von Eberfleisch

auf die Eigenvermarktung auswirkt. In vielen Regionen Deutschlands sind Hofläden, Bauernmärkte, Eigenvermarkter oder Ab-Hof-Verkauf zu finden, die regional typische Produkte aus erster Hand anbieten. Deshalb liegt es nahe, auch mit diesen Landwirten über zukünftige Vermarktungswege von Fleisch und Wurst bei veränderter Rohstoffgrundlage zu diskutieren. Dazu wurden über 50 Thüringer Betriebe mit Direktvermarktung nach folgenden Aspekten befragt:

- Ist die Problematik „Kastrationsverbot“ für männliche Schweine bekannt

beziehungsweise wurde dazu bereits im Betrieb diskutiert?

- Sehen Sie ein Problem beim Einsatz von Eberfleisch? Wenn ja bei a) Verarbeitung oder b) Qualität oder c) Verbrauchern?

- Wie reagiert der Betrieb auf diese Problematik?

## Nur wenige optimistisch

Die Ergebnisse der Umfrage sind in der *Table* auf Seite 28 zusammengestellt, wobei Betriebe mit ähnlichen Meinungs-

äußerungen in Gruppen zusammengefasst wurden. Neben den Landwirten, die Probleme auf sich zukommen sehen, haben sich im Ergebnis dieser Befragung etwa ein Viertel der Eigenvermarkter noch gar nicht mit diesem Thema befasst (**Gruppe 1**). Das aktuelle Tagesgeschäft sowie Kontrollen, Auflagen und Ähnliches lassen nach Aussage dieser Schweinehalter kaum Zeit, sich intensiv mit künftigen Veränderungen zu beschäftigen.

Eine weitere Gruppe von Betrieben mit Eigenvermarktung (15,4 Prozent) steht dieser Frage optimistisch gegenüber und hat sich bereits mit möglichen Vermarktungswegen befasst (**Gruppe 2**). Folgende Antworten kristallisierten sich bei diesen Landwirten heraus:

- Männliche Tieren sollen gezielt für die Spanferkelproduktion oder für Spezialitäten, die Fleisch aus unteren Gewichtsklassen benötigen, verwendet werden.
- Fleisch von weiblichen Tieren soll systematisch für die Frischfleischproduktion (Thekenfleisch) verarbeitet werden.
- Es werden nur nachweislich getestete Schlachtkörper von Ebern vermarktet.
- Diese Problematik betrifft mehr den Schlachtprozess, dort müssen die Tiere entsprechend getestet werden. Auch heute wird nur genusstaugliches Fleisch angeboten.

<b>Mehr Risiken als Chancen*</b>		
<b>Gruppe</b>	<b>Anzahl</b>	<b>% Anteil an befragten Unternehmen</b>
1) keine Angaben bzw. interessiert im Moment nicht	12	23,1
2) wir sehen keine größeren Probleme bzw. werden uns auf diese Problematik einstellen	8	15,4
3) wir sehen große Probleme	32	61,5
davon 3a) Verarbeitung (Gewicht)	12	
3b) Qualität	3	
3c) Verbraucher	5	
3d) Sonstiges	7	
3e) keine männlichen Tiere mehr	5	

\* Ergebnis der Befragung zum Einsatz von Eberfleisch in 52 landwirtschaftlichen Betrieben Thüringens mit Direktvermarktung

- Noch bessere Sortierung der Rohware (männlich – weiblich, leicht – schwer) für bestimmte Vermarktungslinien.

Die Landwirte dieser Gruppe sind zuversichtlich und gehen das Problem offensiv an. Dabei wird in erster Linie auf eigene Stärken im Betrieb hinsichtlich Sortierung der Schweine und differenzierter Verarbeitung der Schlachtkörper gesetzt.

### **Mehrheit sieht Probleme**

Tritt das Verbot der betäubungslosen Kastration der Ferkel in Kraft, sehen aber 61,5 Prozent der befragten Direktvermarkter Schwierigkeiten (**Gruppe 3**).

Dabei zeigten sich bei der Befragung folgende Antwortkomplexe:

- **3a)** Bei Eigenvermarktung besteht ein Bedarf an schweren Tieren zur Produktion regionaler Spezialitäten (200 kg und mehr Lebendmasse). Dieser Bedarf ist allein mit Fleisch weiblicher Tiere nicht abzuschließen. Es ist bekannt, dass mit zunehmender Mastdauer (Alter, Gewicht) die geruchsverantwortlichen Substanzen im Fettgewebe ansteigen. Folgende Fragen stehen im Raum: Wie hoch ist der Anteil ungenießbarer Tiere bei diesen Gewichtsklassen? Wie ist die Fleischqualität von Ebern bei dieser Gewichtsklasse? Lässt sich das Problem eventuell mit der Impfung gegen Ebergeruch bei dieser Tiergruppe lösen?
- **3b)** Die Fleischqualität muss stimmen, dazu gehört schon immer der Geruch. Auch heute gibt es Schlachtkörper, die unangenehm riechen und entsprechend anders verarbeitet werden müssen. Wenn einmal geruchsbelastetes Fleisch in den Verkauf kommt, wird dies den Umsatz drastisch einbrechen lassen.
- **3c)** Einige Direktvermarkter befürchten Kundenverlust. Im ländlichen Raum kennen die Kunden das Eber-Problem und sind daher voreingenommen gegenüber Produkten aus Eberfleisch.
- **3d)** Betriebe, die auch im städtischen Bereich arbeiten, stellen fest, dass der Kunde sich kaum dafür interessiert, woher das Fleisch kommt. Der Preis ist entscheidend. Bei den Landwirten herrscht die Meinung vor, dass die Problematik „geruchsbelastetes Fleisch“ nicht thematisiert werden sollte. Die Produktion von Schweinefleisch darf nicht mit negativen Schlagzeilen belastet werden. Es ist eine Image-Frage, die jahrelange Qualitätsarbeit zunichte machen kann.
- **3e)** Einige Landwirte lehnen Eberfleisch komplett ab und wollen nur noch weibliche Tiere in der Eigenvermarktung verwenden.



**Da für die Eigenvermarktung schwerere Tiere gefragt sind, geht hier wohl der Trend zu weiblichen Schweinen.**

### Schlachtbetriebe gefordert

Da fast alle Direktvermarkter aufgrund strenger hygienischer Vorschriften (EU-Verordnung) ihre Schweine auf Schlachthöfen schlachten lassen, sehen sie das Problem Ebergeruch in erster Linie dort. Die meisten Eigenvermarkter nehmen nur einen gewissen Teil ihrer Produktion zurück oder kaufen nach Bedarf weitere Schlachtkörper oder Fleischteile zu.

Der Anteil an nicht vermarktungsfähigen Schlachtkörpern aus der Ebermast ist sehr umstritten. Nach Literaturangaben schwankt dieser zwischen drei und 20 Prozent, abhängig vom Alter, Gewicht und weiteren Faktoren, die zurzeit wissenschaftlich untersucht werden.

Eine weitere Möglichkeit zur Vermeidung des Ebergeruchs, die Impfung, wurde zumindest von einem Teil der Betriebe (23 Prozent) zunächst nicht grundsätzlich abgelehnt. So gehört dieses Verfahren zum Beispiel in Brasilien zum Alltagsgeschäft der Schweineproduzenten.

Bei der Impfung gegen den Ebergeruch erhält jeder Eber zwei Injektionen – kurz nach dem Einstellen in die Mast sowie vier bis sechs Wochen vor der Schlachtung. Dadurch werden keine eberspezifischen Geruchsstoffe mehr gebildet und bereits vorhandene und eingelagerte Geruchsstoffdepots abgebaut. Die Hoden schrumpfen sichtbar. Es zeigt sich kaum geschlechtstypisches Verhalten, und es entsteht kein Ebergeruch – zumindest bei Tieren in üblichen Mastverfahren (Schlachtgewicht etwa 120 kg). Allerdings hat sich diese Impfung in Deutschland bisher nicht etablieren können.

### Fazit

Als Resultat dieser Befragung kann festgestellt werden, dass bei den Eigenvermarktern eine große Unsicherheit hinsichtlich der Vermarktung von Eberfleisch besteht. Da die Vermarktung von Tieren über den marktüblichen

Gewichtsgrenzen in der Regel forschungsseitig kaum Beachtung findet, wird der gegenseitige Erfahrungsaustausch favorisiert. Allein mit Fleisch weiblicher Tiere wird sich der Bedarf an entsprechenden Margen nicht lösen lassen.

Als weiteres Ergebnis bleibt festzustellen, dass eine große Verantwortung bei der Schlachthöfen liegt, die in erster Linie für die Bereitstellung genuss-tauglicher Ware verantwortlich sind. Auch das Thema Öffentlichkeitsarbeit und Presse wurde mehrfach genannt und diskutiert. Hier muss mit größerer Sorgfalt gearbeitet werden, zumal die Kundschaft in der Regel von der Gesamtproblematik keine Ahnung hat. br ■

Dipl. Ing. agr.  
Katrin Rau



Thüringer Landesanstalt  
für Landwirtschaft (TLL)



primus  
schwein