

Regionales Weiderindfleisch: Ansatzpunkte für den Aufbau von Wertschöpfungsverbänden

Dörr J¹, Lauterbach J¹, Haack M¹, Böhm U² & Häring A M¹

Keywords: Rindfleisch aus Weidehaltung, regionale Wertschöpfungskette

Abstract

Pasture raised beef as a form of sustainable beef production meets both the desire for greater animal welfare and the promotion of ecosystem services. Short, regional value chains with special quality criteria have the potential both to serve societal demands and to add value in terms of quality. For this purpose, established value chains of pasture raised beef initiatives are examined. The aim is to develop starting points and recommendations for the establishment of regional value chains for pasture raised beef.

Einleitung und Zielsetzung

Eine nachhaltige Rindfleischerzeugung in Form der Weidehaltung entspricht sowohl dem gesellschaftlichen Wunsch nach mehr Tierwohl, als auch der Förderung von Ökosystemdienstleistungen, sowie der Nutzung von Grünland, welches nicht in direkter Konkurrenz zur menschlichen Nahrungsmittelproduktion steht (DAFA 2015). Die Vermarktungswege von Rindfleisch über den deutschen Markt sind jedoch für die beteiligten Unternehmen und Betriebe als auch für die Verbrauchenden intransparent (Münchhausen et al. 2019). Besondere Qualitätsmerkmale der Rindfleischerzeugung, wie die Weidehaltung die oftmals auch in der ökologischen Tierhaltung zu finden sind, lassen sich jedoch über die gesetzlichen Standards der konventionellen oder ökologischen Tierhaltung hinaus nicht differenziert hervorheben. Kurze und regionale Wertschöpfungsketten (WSK) hingegen haben das Potenzial, diese besonderen Qualitätsmerkmale zu honorieren (Münchhausen et al. 2019). Der Aufbau von WSK ist jedoch komplex und unterscheidet sich je nach Produkt und Strukturen des Marktes (Braun et al. 2020). Ziel dieses Beitrags ist es, Ansatzpunkte und Empfehlungen für den Aufbau von regionalen Wertschöpfungsverbänden für eine nachhaltige Rindfleischproduktion aufzuzeigen, die für neuen WSKs und Initiativen eine Orientierungsgrundlage geben sollen. Die vorliegende Untersuchung richtet daher den Fokus auf die Herausforderungen, die speziell in der WSK Weiderindfleisch auftreten können, sowie auf Lösungswege bestehender Vermarktungsinitiativen.

Methoden

Leitfadengestützte Interviews mit Expert*innen aus 10 Vermarktungsinitiativen, die a) bereits wirtschaftlich-erfolgreich Rindfleisch vermarkten, b) den Begriff *Weidehaltung* klar definiert haben und c) Vermarktungswege gewählt haben, die über die Direktvermarktung hinausgehen, beleuchteten die Aspekte der Herausforderungen und Lösungsansätze. Der Begriff *Vermarktungsinitiative* wurde gewählt, um die

¹ Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde, Schicklerstraße 5, 16225, Eberswalde, Deutschland, Johanna.doerr@hnee.de, www.hnee.de

² Zentrum für Technik und Gesellschaft, Kaiserin-Augusta-Allee 104, 10553, Berlin, Deutschland, Boehm@ztg.tu-berlin.de

heterogenen Organisations- und Rechtsformen der ausgewählten Initiativen abzubilden. Die Interviews wurden mit Personen aus der Geschäftsführung, Vorstand bzw. Projektleitung in Form von Einzelgesprächen per Telefon im Herbst 2021 durchgeführt, per Audiogerät aufgezeichnet und im Anschluss transkribiert. Die Auswertung der Daten erfolgte mittels Qualitativer Inhaltsanalyse in Anlehnung an Kuckartz (2018) mit Hilfe der Software MAXQDA.

Ergebnisse

Die ökologisch sowie konventionell wirtschaftenden befragten Initiativen sind regional vor allem in Süddeutschland verankert und weisen sowohl heterogene Strukturen in der Rechtsform als auch in der Anzahl der gebündelten landwirtschaftlichen Partnerbetriebe (3-150 Mitgliedsbetriebe) und der Menge der geschlachteten Tiere pro Jahr auf (200-1700 Tiere). Auch die Absatzstrukturen unterscheiden sich: sowohl der Lebensmitteleinzelhandel, als auch die Gastronomie oder die Außer-Haus-Verpflegung (AHV) werden bedient. Zum Teil werden die Partnerschaften bzw. Verkäufe zwischen den verschiedenen Akteur*innen durch eine Netzwerkstelle koordiniert, zum Teil haben sich selbstständige Wirtschaftsakteur*innen innerhalb der WSK eingegliedert, die die Tiere an- und verkaufen. Trotz der sehr unterschiedlichen Strukturen der Initiativen konnten folgende Herausforderungen und Lösungsansätze identifiziert werden.

Im Vordergrund steht die Herausforderung **einheitliche Qualität des Fleisches** zu erzielen, die in der Heterogenität der landwirtschaftlichen Betriebe begründet liegt. Dabei unterscheiden sich sowohl die Rassen innerhalb der Initiativen, als auch die Qualität des Futters, das Schlachalter und -gewicht. Für die abnehmende Hand sei jedoch eine gleichbleibende Qualität von Bedeutung, da sonst ein hoher Kommunikations- und Erklärungsbedarf gegenüber den Konsumierenden besteht. Bei der Wahl der Absatzstrukturen spielt die **Ganztierverwertung** eine besondere Rolle, um eine Verwertung der Reststücke über weitere Vermarktungswege zu vermeiden. Von Beginn an **diversifizierte Absatzstrukturen** aufzubauen überfordert oft die noch jungen WSK aufgrund des zusätzlichen Koordinationsaufwands und der Berücksichtigung verschiedener Qualitätsansprüche. Auf der Wertschöpfungsstufe der Schlachtung und Zerlegung stellt vor allem die derzeitige Branchensituation die Initiativen vor Herausforderungen. Es fehlen **Schlachtstrukturen** für geringere Margen bzw. in der direkten Umgebung. Auch fehlt es an **fachkundigem Personal** für die Zerlegung extensiver Rassen, deren Zerlegung sich von den intensiven Fleischrassen unterscheidet.

Zu den genannten Herausforderungen konnten folgen konkrete Lösungsansätze identifiziert werden: Zur Gewährleistung einer möglichst einheitlichen Qualität des Fleisches wird vermehrt mit Kreuzungen standortangepasster Rinderrassen reagiert, da diese die standortspezifischen Futtermittel besser verwerten können und somit die Fleischqualität verbessert wird. Zusätzlich wird eine Einigung auf ein **einheitliches Schlachtgewicht** bzw. das Festlegen einer Unter- und Obergrenze als unumgänglich beschrieben. Wenn auf Seiten der Erzeugenden keine Bereitschaft für Verbesserungsprozesse gezeigt wird, kommen Preisabschläge zum Einsatz. Beratungs- und Weiterbildungsangebote für die Rinderaufzucht und –Mast, sowie für die Verarbeitung tragen zum besseren Verständnis der erforderlichen Veränderungen bei. Schulungen des Verkaufspersonals und **Weiterbildungen im Zerlegungshandwerk** haben sich auf der Stufe der Verarbeitung ebenfalls bewährt. Eine **diversifizierte Absatzstruktur** ermöglicht sowohl unterschiedliche Fleischqualitäten zielgerichtet zu vermarkten, als auch eine Ganztierverwertung.

Jedoch ist es ratsam zunächst „*kleiner zu starten*“. Abschließend sei als Grundlage eine **gemeinsame Werte- und Zieldefinition** genannt worden, um trotz der Vielfalt der Betriebe die Erwartungen und Anforderungen in eine Richtung zu lenken. Besonders die Eingliederung von Akteur*innen der Schlacht- und Zerlegungsunternehmen ist aufgrund der genannten branchenspezifischen Herausforderungen besonders bedeutsam. Im Hinblick auf eine erfolgreiche Vermarktung wird eine zielgerichtete und vertrauensstiftende Kommunikation des Mehrwerts und des Qualitätsstandards an die Verbrauchenden als notwendig beschrieben, um sich vom Markt abzuheben.

Diskussion und Empfehlungen

Die Ergebnisse zeigen, dass im Aufbau von regionalen WSKs von Weiderindfleisch Herausforderungen auf ganz unterschiedlichen Ebenen entstehen. Eine übergreifende Wertevorstellung und Zieldefinition zu finden, die alle WSK-Stufen verknüpft, ist genauso bedeutsam wie Entwicklungsprozesse der fachlichen Praxis innerhalb der WSK (gleichbleibende Futterqualität oder Knowhow im Zerlegungshandwerk). Sind Akteur*innen von einzelnen WSK-Stufen aktiv am Aufbau einer WSK beteiligt, können Koordinationsstellen für die Vernetzung der Akteur*innen und für den Aufbau sinnvoll sein. Da sie nicht zwangsläufig aktiv in der WSK fachlich verortet sind, können WSK-Entwickler*innen bei der Entwicklung der gemeinsamen Zielvorstellung eine begleitende und moderierende Rolle einnehmen, Erwartungen erfassen, Beratungsangebote organisieren und somit einen Teil der Koordination übernehmen, so dass sich andere Beteiligte auf ihre fachliche Praxis fokussieren können (Braun et al. 2021; Searles et al. 2022). Soll eine neue WSK aufgebaut werden, ist zunächst die Entwicklung eines gemeinsamen Zielverständnisses aller WSK-Akteur*innen zu empfehlen, da es partnerschaftliches Verhalten fördert und einen Handlungs- und Orientierungsrahmen für alle weiteren Entscheidungs- und Entwicklungsprozesse darstellt. Außenstehende WSK-Entwickler*innen können hierbei eine zentrale und unterstützende Rolle spielen und zur Identifikation einer gemeinsamen Zieldefinition beitragen. Wie Czech et al. (2002) bereits feststellten, stellen die Schlacht- und Zerlegungsstrukturen den Flaschenhals innerhalb der WSK Rindfleisch dar. Aufgrund der Zentralisierung von Schlachteinrichtungen ist eine Schlachtung unmittelbar vor Ort nur selten möglich. Daher ist die Eingliederung der Schlachtstrukturen in den Aufbau eines Wertschöpfungsverbands zu empfehlen. Dazu gehört die Identifikation und Berücksichtigung der Anforderungen, Erwartungen und Motivation dieser Akteur*innen, die zur Realisierung des Vorhabens notwendig sind.

Diversifizierte Absatzstrukturen ermöglichen den Initiativen sowohl eine Ganztierverwertung als auch die Vermarktung unterschiedlicher Rassen oder Mastkategorien. Damit sind sie resistenter gegenüber Veränderungen am Markt (Rajmis et al. 2022; Smith et al. 2016). Insbesondere bei einer Vermarktungsausrichtung an die Gastronomie oder AHV kann eine diversifizierte Absatzstruktur Potenziale heben und qualitätsorientiertes Rindfleisch im Markt platzieren, Vermarktungswege regional diversifizieren und somit Abhängigkeiten abbauen. Dabei spielt eine zielgruppengerechte Vermittlung des Mehrwerts von Qualitätsmerkmalen, wie die der Weidehaltung, an die Verbrauchenden eine wichtige Rolle um das Produkt vom Markt abzuheben (Lauterbach et al. 2022). Es ist daher zu empfehlen, die Potenziale von möglichen Partnerschaften zu identifizieren. Eine Ganztierverwertung kann dazu beitragen eine zusätzliche Vermarktung von restlichen Teilstücken zu vermeiden. Wird innerhalb einer Initiative, Fleisch von einer Vielzahl an unterschiedlichen Rassen bezogen und daher auch unterschiedliche Fleischqualitäten, können diversifizierte Absatzstrukturen, mit jeweilig unterschiedlichen Anforderungen

an Menge und Qualität eine zielgerichtete Vermarktung gewährleisten. Zusätzlich empfiehlt es sich, Herausforderungen in der fachlichen Praxis einzelner Wertschöpfungsstufen durch Fachberatung zu adressieren. Auch hier wird die bindende Funktion einer gemeinsamen Zieldefinition und Wertevorstellung deutlich, da sie die beteiligten Akteur*innen für Verbesserungsprozesse motiviert und immer neue Verbindungen mit der Initiative entstehen.

Die Ergebnisse geben Hinweise für den Aufbau von neuen regionalen Vermarktungsinitiativen von Weiderindfleisch. Die Analyse der Herausforderungen und Lösungsansätze bereits etablierter Initiativen zeigen WSK-Entwickler*innen bzw. neu aufgebauten Initiativen von Weiderindfleisch Möglichkeiten auf, sich frühzeitig mit relevanten Themen auseinanderzusetzen und von überregionalen Best Practice-Beispielen zu lernen.

Danksagung

Dieser Beitrag entstand im Projekt "WertWeideVerbund" (FKZ: 03WIR0806A). Gefördert vom BMBF im Programm "WIR! Wandel durch Innovation in der Region".

Literatur

- Braun C L, Searles K & Häring A M (2020): Im Auftrag der Wertschöpfung. In: *Ökologie & Landbau* 3/2020.
- Braun C L, Bitsch V & Häring A M (2021): Behind the scenes of a learning agri-food value chain: lessons from action research. In: *Agriculture and Human Values* 39, S.119-134.
- Czech D, Fahning I, Jürgens K & Kagerbauer A (2002): Ansatzpunkte für eine regionale Nahrungsmittelversorgung. *Agrarsoziale Gesellschaft e. V.*, Göttingen, Abrufbar unter: <https://bit.ly/3zZ4MVx> (Zugriff am 29.07.2022).
- Deutsche Agrarforschungsallianz (DAFA) (2015). *Fachforum Grünland: Grünland innovativ nutzen und Ressourcen schützen; Forschungsstrategie der Deutschen Agrarforschungsallianz*. Braunschweig. URL: <https://doi.org/10.3220/DAFA1502798407000>, Stand: 18.08.2022.
- Kuckartz U (2018): *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung*. 4. Aufl. Weinheim.
- Lauterbach J, Haack M & Häring A M (2022): Co-production of Business Models for Pasture-Based Beef in North-East Germany – Integrating Consumers Preferences. *Proceedings in Food System Dynamics*, S.167-177.
- Münchhausen S v, Fink-Kessler A, Häring A M, (2019): "Beim Fleisch läuft's immer etwas anders." Perspektiven beim Aufbau wertebasierter Wertschöpfungsketten. In: *Fleisch: Vom Wohlstandssymbol zur Gefahr für die Zukunft*. Rückert-John, J.; Kröger, M. (Hrsg.) Nomos Verlagsgesellschaft, Bd 1, 41-66.
- Rajms S, Schäfer M, Haack M, Krieger C, Schmidt P, Bor M & Roehl R (2022): Wertschöpfung vor Ort stärken. In: *Ökologie & Landbau* 2022 (01): 46-48.
- Searles K, Markow J, Braun C, Häring A M, Reimann R & Manek G (2022): *Gemeinschaftlicher Aufbau von Wertschöpfungsverbänden durch Akteure der ökologischen Land- und Lebensmittelwirtschaft. Abschlussbericht zum Projekt „Entwicklung nachhaltiger Selbstmanagementkonzepte für Gruppen zur Optimierung regionaler Wertschöpfung*. Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung.
- Smith K, Lawrence G, MacMahon A, Muller J & Brady M (2016): The resilience of long and short food chains: a case study of flooding in Queensland, Australia. In: *Agriculture and Human Values* 33, S.45-60.