

15.01.2024

Was verdiene ich mit Direktvermarktung? Ein neues Werkzeug hilft

 Meldung | 13.12.2023

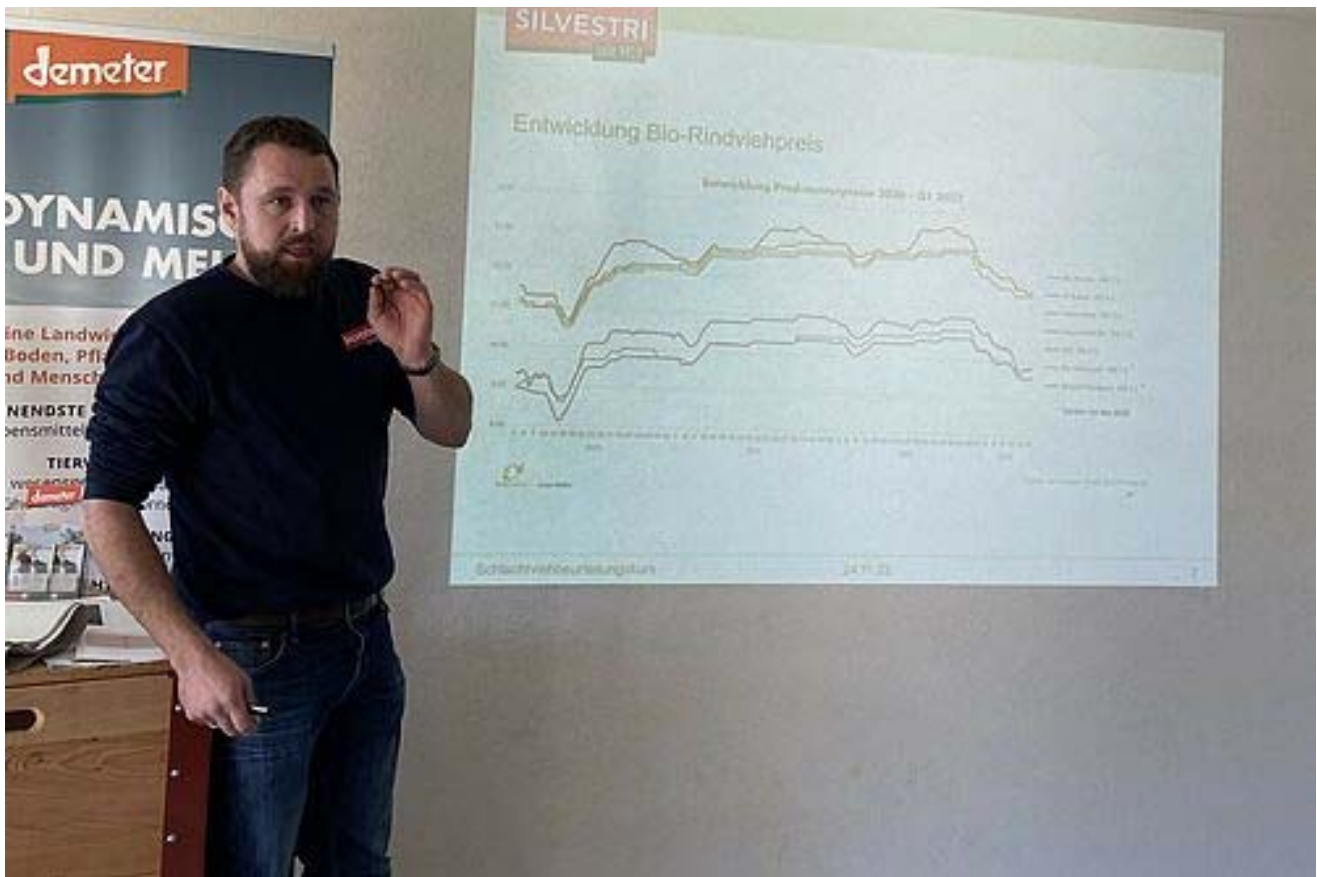
Das FiBL hat ein neues Tool zur Berechnung der Direktvermarktung von Fleisch ab Hof entwickelt. Ein solches ist nötiger denn je: Nach dem Corona-Boom sind die Umsätze in diesem Kanal auf vielen Betrieben zusammengebrochen.



Die Highlander von Daniel Kälin waren sehr interessiert an den Besuchenden. Foto: FiBL, Adrian Krebs



Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Kurses erhalten Informationen von FiBL-Berater Daniel Böhler. Foto: Adrian Krebs



Michael Heierli von der Silvestri AG zeigte auf, dass die Preise immer noch

deutlich besser sind als vor der Pandemie. Foto: FiBL, Adrian Krebs

Eckdaten graslandbasierte Bio-Rindfleischproduktion

Vermarktung	Normalgewicht (kg)	max. Schlachtgewicht (kg)	Fleischigkeit	Fettklasse	max. Alter	Ausschluss Programm
Aldi	200 bis 300	420	X bis C	2 bis 5	900 Tage	ab 420kg VK Bio Preis
Lidl	200 bis 300	330	T- bis C	2 bis 5	900 Tage	ab 330kg VK Bio Preis
Migros	220 bis 300	330	T- bis C	2 bis 4	840 Tage	ab 330kg VK Bio Preis
Natura Beef	170 bis 260	300	T- bis C	2 bis 4	10 Monate	ab 300kg Preis n. Vereinbarung

Unterschiedliche Anforderungen: Eine Übersicht mit den wichtigsten Weidemastlabels für Biotiere. Tabelle: FiBL, Daniel Böhler

Vor Kurzem hat in prächtiger Aussichtslage ob Einsiedeln im Kanton Schwyz ein FiBL Kurs zur Vermarktung von Schlachtvieh stattgefunden. Unter der Leitung von Dani Böhler und Rennie Eppenstein präsentierten diverse Referenten und Referentinnen interessante Aspekte des Verkaufs von Bioschlachtvieh.

Mit Metzgergriffen und gutem Auge vortaxieren

«Auf dem Schlachtviehmarkt läuft nicht alles rund», sagte Rennie Eppstein zum Auftakt. Umso wichtiger sei es, die Tiere optimal auszumästen und zu vermarkten. Deshalb gab Dani Böhler anschliessend einen Wiederholungskurs in Sachen CH-TAX, dem Einschätzungs- und Klassifizierungssystem für Rindfleisch (s. auch Link unten).

Die genaue Taxierung ist zwar Expertensache, aber um nicht enttäuscht zu werden, ist es gut, wenn die Produzentinnen und Produzenten optisch und mit Metzgergriffen beurteilen können, was sie bei der Taxierung zu erwarten haben. Ebenso wichtig ist die Beurteilung der Tiere bei der Direktvermarktung.

«Regelrechter Einbruch»

Auch in der Direktvermarktung ist es entscheidend, dass die Tiere die nötige Fettabdeckung erzielen, denn dies ist für die Fleischqualität und die Fleischreifung von

grosser Wichtigkeit. Gerade in der Direktvermarktung wäre es möglich gemeinsam mit der Metzgerei diesem Aspekt mehr Bedeutung zu widmen, um sich von der «Masse» abzuheben.

Vor allem in der Direktvermarktung sind die Aussichten weniger rosig als vom Schwyzer Biohof Brandegg in Euthal, wo Betriebsleiter Daniel Kälin als Gastgeber fungierte. Die rund 10 anwesenden Landwirte und Landwirtinnen berichteten übereinstimmend von stark gesunkenen Erträgen aus der Direktvermarktung seit dem Abebben der Corona-Wellen. Kälin sprach gar von einem regelrechten Einbruch beim direkten Verkauf des Fleisches von seinen Highlandern.

Testende für das neue Tool gesucht

Umso wichtiger ist in diesem anspruchsvollen Umfeld, dass sich jeder Betrieb Klarheit verschaffen kann, ob das Direktvermarktungsgeschäft überhaupt rentabel ist. Zu diesem Zweck hat der FiBL Berater Dani Böhler ein neues Tool entwickelt, das aufzeigt, wie rentabel die hofeigene Direktvermarktung ist. Böhler wendet die Excel-Tabelle bereits auf dem eigenen Betrieb an, möchte sie aber dem breiten Publikum erst zur Verfügung stellen, wenn sie praxiserprobt ist.

Wer sich interessiert für den Test auf dem eigenen Betrieb, kann sich direkt an Böhler wenden. Er erwartet im Gegenzug einen «Testbericht» von Seiten der Testpersonen, so dass er dem Instrument den letzten Schliff geben kann (Kontaktadresse siehe rechte Spalte). Auch bei der Direktvermarktung ist es wichtig die verschiedenen Kostenstellen wie Schlachtung, Zerlegung, Werbung, Vermarktungsaufwand und anderes zu kennen, wie auch eine korrekte Preisgestaltung der Fleischstücke vorzunehmen.

Wann kann sich die Direktvermarktung im Vergleich zum Handel lohnen?

Böhler hat ein interessantes Beispiel selber gerechnet, und zwar anhand von einem Ochsen, den er auf dem eigenen Betrieb direkt vermarktet hat. Hier muss vorausgeschickt werden, dass der Ochse nicht weniger als 332 Kilo Schlachtgewicht auf die Waage brachte, was bei Bio Weide Beef (BWB) einen Gewichts-Abzug von über 900 Franken zur Folge hätte.

Das Ergebnis lautet konkret wie folgt: Der Fleischerlös der Direktvermarktung beträgt 7796 Franken. Bringt man davon die Kosten für die Schlachtung (2569 Franken) und den möglichen Fleischerlös im Handel (BWB, 3190 Franken) in Abzug, so bleibt ein Mehrerlös von 2036 Franken für die Direktvermarktung des Ochsen. Dies würde bei einem Arbeitsstundenaufwand von 73 Stunden in der Direktvermarktung eine Entschädigung von 27.90 Franken pro Stunde bedeuten, so die Berechnung Böhlers.

Profit abhängig von der Labelwahl

Hätte er das Tier aber statt als BWB als Aldi Weiderind vermarktet, läge der Direktvermarktungs-Stundenlohn bei lediglich 20 Franken, da bei den Aldi-Tieren geringere Gewichtsabzüge fällig werden, bzw. der Programmausschluss bei einem deutlich höheren Gewicht erfolgt. Der Stundenlohn in der Direktvermarktung ist also erheblich abhängig von der Wahl und der Ausgestaltung des jeweiligen Labelprogramms.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass je weniger gut ein Tier die Anforderungen für den Handel erfüllt, umso höher der erzielte Stundenlohn in der Direktvermarktung liegt. Dies bedingt aber, dass der Betrieb überhaupt die Möglichkeiten für die Direktvermarktung hat.

Unterschiedliche Bedingungen in den Labels

Die Bedingungen, zu welchen die Schlachttiere im Handel vermarktet werden, variieren tatsächlich recht stark (siehe Tabelle). Grundsätzlich ist die Situation bei den Schlachtviehpreisen für Weiderinder in den grossen Vermarktungskanälen aber gut und stabil, wie Michael Heierli von der Silvestri AG ausführte. Zwar hat die Preishausse, wie sie in Pandemiezeiten herrschte ebenfalls nachgelassen, allerdings liegen die Preise in den diversen Vermarktungskanälen nach wie vor deutlich über Vor-Corona-Niveau.

Eine interessante Diskussion wird derzeit in Sachen Aldi Weiderind geführt. Dieses hat wie gesagt das bei weitem höchste zugelassene Schlachtgewicht. Hingegen sehen sich die Produzentinnen und Produzenten neuerdings mit einem Antibiotikaverbot konfrontiert. Das Aldi-Biolabel «Retour aux sources» hat sich zum Ziel gesetzt, strengere Anforderungen als die Knospe einzuführen, dazu gehören auch antibiotikafrei produzierte Milch und das vorgeschriebene Abtränken der Kälber auf dem Geburtsbetrieb.

Überraschendes Antibiotika-Verbot von Aldi

Für die Produktionsbetriebe kam das Antibiotika-Verbot aber eher überraschend, wie Thomas Michel kürzlich in einem Artikel in der «BauernZeitung» erklärte. «Man entscheidet über unsere Köpfe hinweg», hiess es bereits im Titel. Die Produzentinnen und Produzenten erhielten die neue Auflage ohne Vorlaufzeit.

Dabei sei Aldi kein Einzelfall, so der Landwirt aus dem bernischen Brienz. Bei BWB-Tieren sei es ihm mit Entscheiden über Nacht ähnlich gegangen. «Diese Label sind für die Grossverteiler Prestigeprojekte im obersten Preissegment. Darum versuchen sie sich mit noch strengeren Regeln zu übertrumpfen», erläutert Michel.

Gegenwärtig basiert die Antibiotika-Freiheit noch auf reiner Vertrauensbasis, da allfällige Einsätze beispielsweise beim Kalb im Rinderstadium natürlich nicht mehr nachweisbar sind.

Adrian Krebs, FiBL

Weiterführende Informationen

Schlachtkörperbeurteilung (Rubrik Schlachtung)

🔗 Preisbildung im Schweizer Schlachtvieh- und Fleischmarkt (Webseite Proviande)

🔗 Das Taxierungssystem CH-TAX (Webseite Vianco)

Ansprechpartner



FiBL

Daniel Böhler
FiBL Beratung
Oberer Berghof
5465 Mellikon

☎ 056 243 18 37

Mobil 076 375 52 00

@ E-Mail

🔗 www.fibl.org

Ansprechpartnerin



FiBL

Rennie C. Eppenstein
Nutztierwissenschaften
FiBL
Ackerstrasse 113
5070 Frick

☎ 062 865 63 66

@ E-Mail

🔗 www.fibl.org

Ansprechpartner



FiBL

Franz Josef Steiner
FiBL Beratung
Ackerstrasse 113
5070 Frick

☎ 079 824 44 45

@ E-Mail

🔗 www.fibl.org

Hinweis: Dies ist eine tagesaktuelle Meldung. Sie wird nicht aktualisiert.