

Arbeitspaket 1: Vermarktungswege für Kälber aus der Milchviehhaltung

1a: Potentielle Marktpartner akquirieren und die Bedarfswerte ermitteln, also Quantifizierung von Kalbfleischvermarktung der letzten 3 - 5 Jahre

1 Einleitung

1.1 Zielsetzung

Ein wesentliches Ziel in Arbeitspaket 1 besteht darin, das Kaufverhalten von Kunden und den Bedarf an Kalbfleisch, hinsichtlich Menge und Qualität, zu untersuchen. Dazu soll eine Umfrage für Vermarkter als Marktanalyse durchgeführt werden.

1.2 Vorgehensweise

Im Rahmen von Arbeitspaket 1 „Vermarktung“ wurde sowohl zur Akquirierung potentieller Marktpartner als auch zur Ermittlung des Kalbfleischkonsums (der Bedarfswerte der letzten Jahre) eine Umfrage bei 89 rheinland-pfälzischen Metzgereien durchgeführt. Als Grundlage dafür wurde zunächst eine Liste möglichst vieler Metzgereien über verschiedene Regionen in Rheinland-Pfalz erstellt. Außerdem wurde ein Fragebogen mit den für KiWi RLP relevanten Daten entwickelt. Die Inhalte des Fragebogens waren wichtig, damit die Vergleichbarkeit der Metzgereien untereinander gegeben ist. Die Umfrage erfolgte persönlich entweder telefonisch oder vor Ort mit den Metzgern.

2 Ergebnisse

Die folgenden Ergebnisse sind bei dieser Umfrage entstanden.

2.1 Eigene Schlachtung

Die erste Frage war, ob die Metzgerei eine eigene Schlachtung hat.

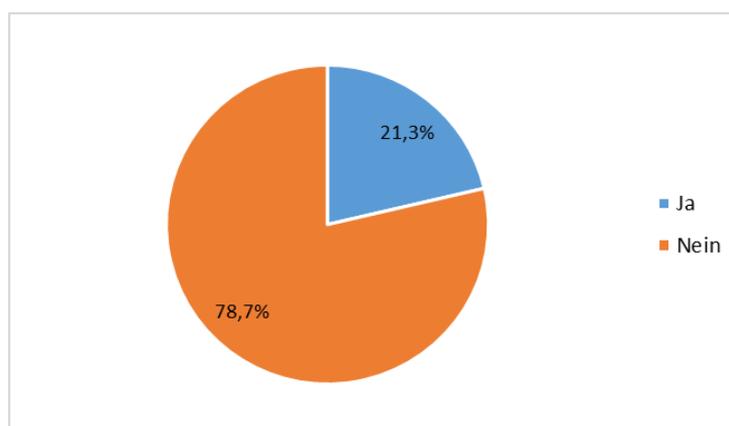


Abbildung 1: Frage: Schlachten Sie in Ihrer Metzgerei selbst?

Von den 89 befragten Metzgereien gaben 19 an noch selbst zu schlachten (siehe Abb. 1). Das sind nur etwa 20 % aller befragten Metzgereien. Die anderen 70 Metzgereien kaufen ihre Produkte im Großhandel zu oder bekommen diese von anderen Metzgereien geliefert.

In den nächsten Fragen ging es darum wie hoch der Anteil an Rindfleisch und im Speziellen an Kalbfleisch an der insgesamt angebotenen Produktpalette ist. Laut Aussage der Metzgereien liegt der Anteil an Rindfleisch bei etwa 25%.

2.2 Nachfrage nach Kalbfleisch

Das Produkt Kalbfleisch ist ein sehr saisonales Produkt. Vor allem anlässlich der Feiertage, wie Weihnachten, Ostern und Pfingsten wird am meisten Kalbfleisch verkauft. Außerdem wenn Kalbfleisch als Aktionsware (also im Angebot ist) angeboten wird. Die meisten Metzgereien verkaufen Kalbfleisch nur wenig bis gar nicht. In den Sommermonaten ist bei Rindfleisch die Nachfrage nach Rücken- und Nackensteaks relativ hoch (höher als in den Wintermonaten), da diese viel als Grillgut genutzt werden. Kalbfleisch hingegen wird in den Sommermonaten noch seltener gekauft bzw. von den Metzgereien verkauft als in den Wintermonaten. Abbildung 2 veranschaulicht, dass Kalbfleisch zum Teil gar nicht (6,7%) und wenn dann nur sehr selten (64%) angeboten bzw. von den Kunden gekauft wird.

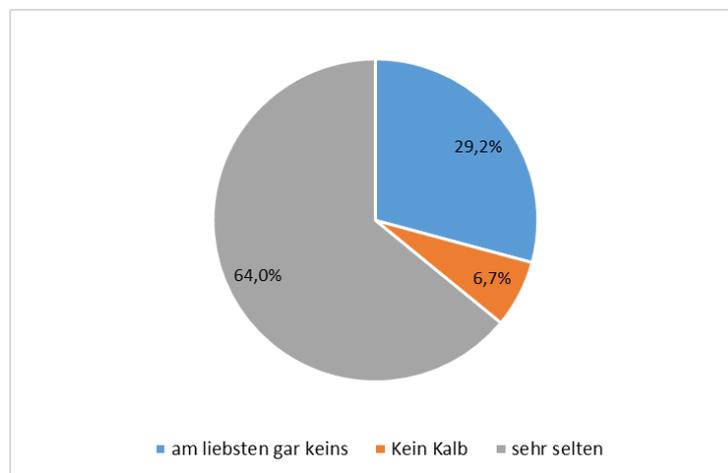


Abbildung 2: Frage: Welche Menge an Kalbfleisch wurde zugekauft / verkauft?

2.3 Produkte

Im weiteren Verlauf zielten die Fragen darauf ab herauszufinden, ob Kalbfleisch generell nachgefragt wird und wenn ja, welche Teilstücke von Rind- und Kalbfleisch am beliebtesten sind. 81% der Befragten gaben an, dass wenn Kunden explizit Kalbfleisch nachfragen, diese dann vor allem Edelteile möchten. Letztlich werden Edelteile aufgrund des höheren Preises dann doch eher wenig gekauft. Ab und an wird auch Kalbsleber nachgefragt. Andere Produkte, die auch nachgefragt werden, sind eher „versteckte“ Kalbfleischprodukte wie z.B. Burgerpatties, Hackfleisch, Leberwurst und Rindswurst (56%). Abbildung 3 zeigt, welche Produkte, die aus Kalbfleisch gemacht werden bzw. Kalbfleisch enthalten, wie stark von den Kunden nachgefragt werden.

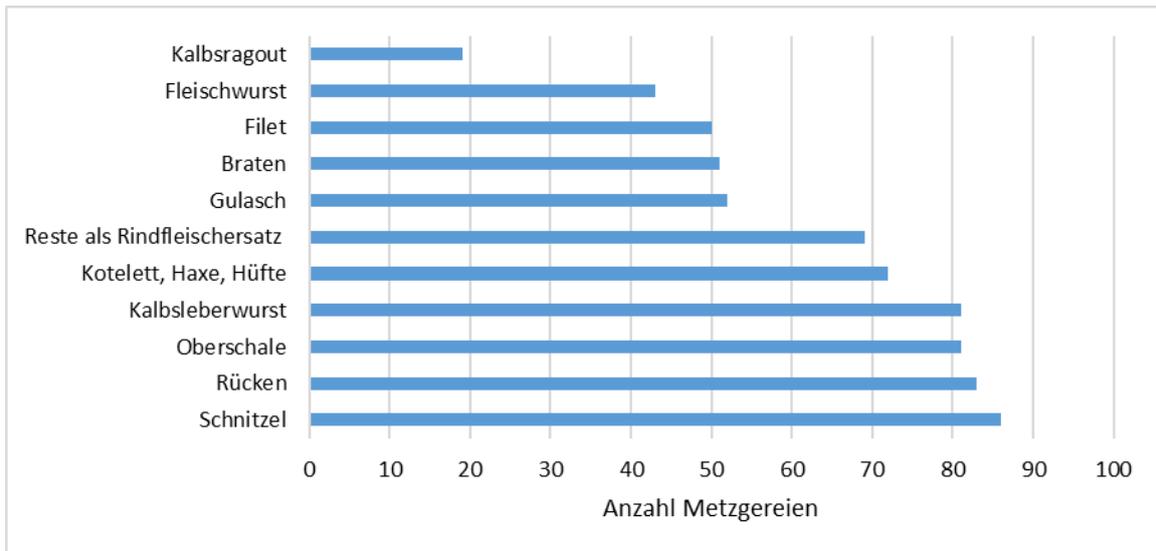


Abbildung 3: Frage: Was sind die meist verkauften Kalbfleischartikel?

2.4 Farbe von Kalbfleisch

Außerdem wurde bei den Metzgereien nachgefragt, ob die Kunden, wenn sie Kalbfleisch kaufen bzw. konsumieren, eher weißes oder eher roséfarbendes Kalbfleisch bevorzugen. Wie Abbildung 4 zeigt, wollten die meisten Kunden (75%) eher roséfarbendes Kalbfleisch und nur wenige gaben an, dass ihre Kunden (9%) weißes Kalbfleisch präferieren. Die Rückmeldung von vielen Metzgern war, dass die Frage nach der Farbe des Kalbfleischs bei den Kunden recht schwierig ist, da viele die Hintergründe nicht kennen bzw. das Bewusstsein fehlt woher die Farbe kommt. Hier bedarf es noch einiger Aufklärung, damit den Verbrauchern bewusst wird, dass weißes Kalbfleisch nicht den Tierwohlstandards entspricht und auch roséfarbiges Kalbfleisch besonders zart und gesund ist. Die helle Farbe des Fleisches wird durch einen Eisenmangel hervorgerufen, der bei den Schlachttieren zu Blutarmut führt. Grund dafür ist eine eisenarme Fütterung mit Milch und Stroh. Dabei müssen Mastkälber seit 01. September 2013 mit Raufutter wie Heu und Gras gefüttert werden so wie Wasser zur freien Verfügung haben. Das Problem bei Kalbfleisch mit dunklerer rosé Farbe ist, dass die Kunden das Fleisch dann als schlechtere Qualität ansehen. Deshalb sollte Kalbfleisch möglichst hell roséfarben sein.

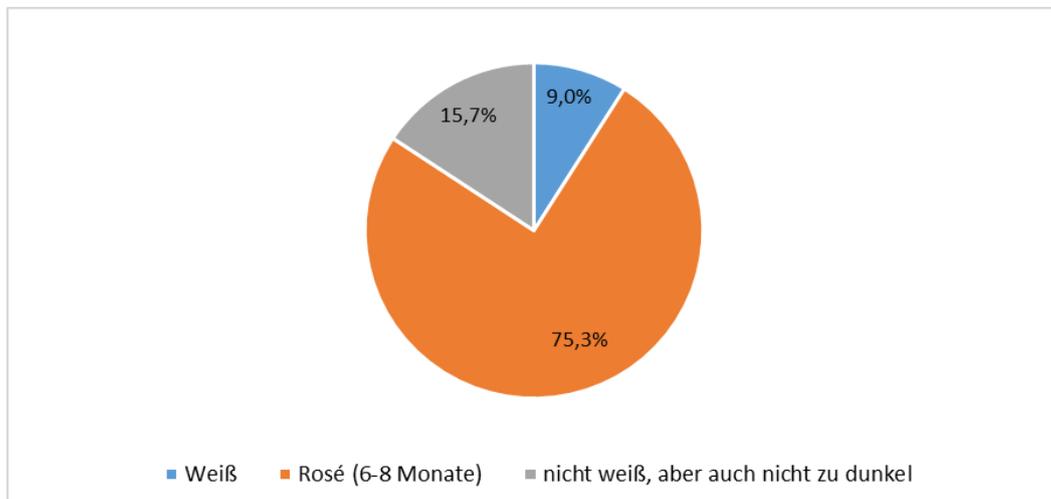


Abbildung 4: Frage: Kalbfleisch weiß oder rosé-farben?

2.5 Herkunft, Preise und Nachfrage

Die meisten Produkte, die die Metzgereien anbieten, kommen aus der Region oder näheren Umgebung. Kalbfleisch dagegen kommt oft aus dem benachbarten Ausland, vorwiegend aus den Niederlanden. Im Jahr 2020 wurden 600.000 Kälber aus deutschen Milchkuhbeständen in die Niederlande exportiert. Im Alter von 3 Wochen werden die Kälber eingestallt und stehen bis zum Alter von 27 bis 30 Wochen im Mastbetrieb. Von dort kommen knapp 93.000 Tonnen Kalbfleisch zurück in die deutschen Verbrauchermärkte und Metzgereien. Die Preise bewegen sich bei den verschiedenen Partien von 20 bis 38 €/Kg. Im Rahmen der Metzgerumfrage wurde auch die Frage gestellt, ob es sinnvoll wäre, eher Fleisch vom Jungrind (Tier im Alter von 8 – 12 Monaten) anstatt vom Kalb (Tier im Alter von < 8 Monaten) zu vermarkten. In Abbildung 5 werden die Ergebnisse dazu gezeigt.

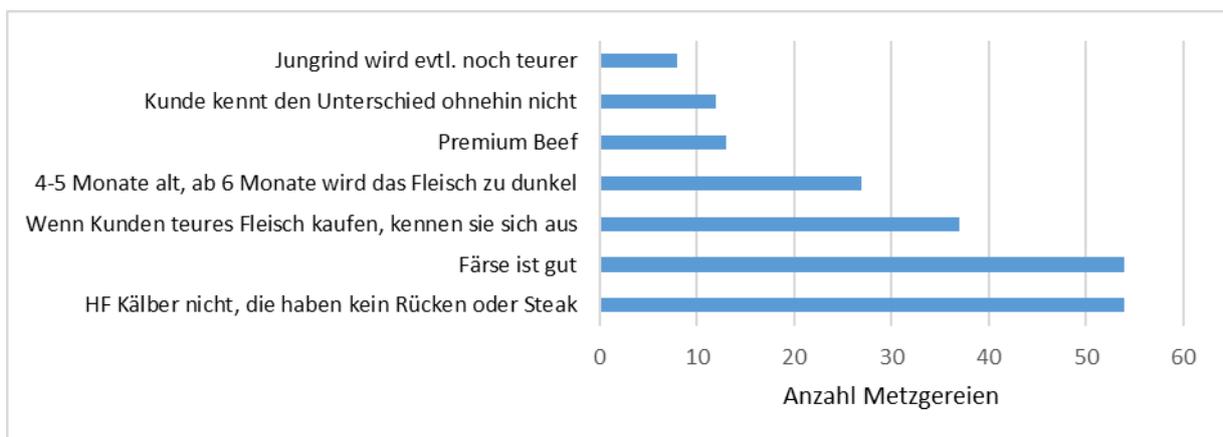


Abbildung 5: Frage: Wäre es sinnvoll Jungrind anstatt Kalbfleisch zu verkaufen?

Als Gründe, warum Kalbfleisch wenig angeboten und verkauft wird, wird meistens der Preis (zu hochpreisig) und das Tier (Leute wollen keine „Babytiere“ essen) genannt. Anschließend wurden die Teilnehmer der Umfrage gefragt, ob sie denken, dass die Nachfrage nach Kalbfleisch mehr würde, wenn die Verbraucher besser aufgeklärt wären.

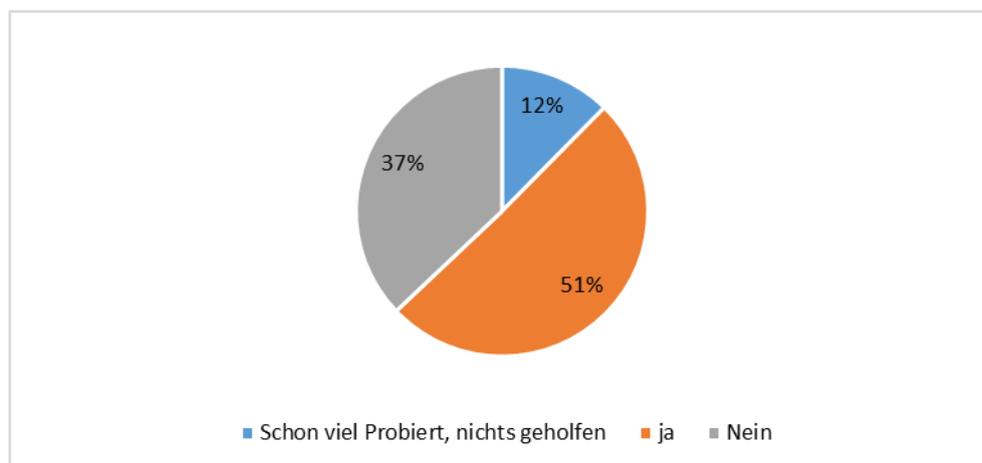


Abbildung 6: Frage: Würde Aufklärungsarbeit zu höherem Verbrauch von Kalbfleisch führen

Abbildung 6 zeigt, dass knapp mehr als die Hälfte der befragten Metzgereien davon überzeugt sind, dass Aufklärungsarbeit etwas bringen würde. 12 % haben allerdings schon versucht durch Aufklärungsarbeit etwas zu bewegen und konnten keine Besserung feststellen.

3 Schlussfolgerung

Die Anzahl der Metzgereien, die selbst noch schlachten ist überschaubar und macht noch nicht mal ein Drittel der Befragten aus. Fast zwei Drittel geben an sehr selten Kalbfleisch zu verkaufen. Dies wiederum bestärkt die Annahme, dass ein sehr geringes Interesse an Kalbfleisch vorhanden ist. Positiv zu bewerten ist allerdings die Nachfrage an roséfarbigem Fleisch. Wenn die Metzger Kalbfleisch verkaufen besteht eine Nachfrage von 75 % für roséfarbiges Fleisch, was hinsichtlich der Tierwohlbedingungen als geeigneteres Mastverfahren zu bewerten ist. Bei der Frage, ob es sinnvoll ist Jungrindfleisch anstatt Kalbfleisch anzubieten gehen die Meinungen auseinander bzw. sind sehr unterschiedlich. Manche sind der Meinung es würde Sinn machen Färsen zu schlachten anstatt Kälber. Andere sehen die dunkle Farbe des älteren Tiers als Problem der Vermarktung an. Manche haben auch Angst, dass die Preise bei Jungrindfleisch noch höher werden. Zudem lehnen Verbraucher Kalbfleisch häufig mit dem Argument ab, keine „Tierbabys“ essen zu wollen. Aufklärungsarbeit könnte eine Möglichkeit sein, die Kunden der Metzgereien von dem qualitativ hochwertigen Kalbfleisch zu überzeugen. Darin sehen auch etwa die Hälfte der Metzger*innen eine Chance. Andererseits haben das aber bereits 12 % der Befragten versucht und keine positive Veränderung festgestellt.