

# Eine fleisch(rass)ige Entw



Angus sind weltweit verbreitet, und Angus-Beef ist weltweit ein Begriff.

Ein regelmässiges Wachstum, eine konstante Mengenausdehnung und mehrere neue Labels sollen garantieren, dass dem Rindfleisch nicht der gleiche Kollaps droht wie der Milch. So sind sogar neue Produzenten willkommen.

VON SUSANNE MEIER

**W**ährend die Milchproduzenten um Menge, Preis und Überleben kämpfen, sind die Mutterkuhhalter ohne grosse Schlagzeilen, aber stetig am Expandieren.

Die Anzahl Fleischrassenkühe steigt jedes Jahr aufs Neue, während immer weniger Milchkühe offenbar immer noch zu viel Milch geben. Klar, stellt sich da manch einer die Frage, ob es nicht wirtschaftlicher wäre, statt Milch Fleisch zu produzieren. Oder wird der Markt auch zusammenbrechen, wenn noch mehr Fleischrinderhalter liefern? «Da besteht gegenwärtig keine Gefahr», betont Urs Vogt, Geschäftsführer von Mutterkuh Schweiz, «das Wachstum bewegt sich in einem gesunden Rahmen.» Im Jahr 2008 konnte die Organisation 100 neue Mitglieder begrüßen, und Anfang 2010 wird sie den 5000sten Betrieb feiern.

Die Wirtschaftskrise geht auch an den Fleischrinderzüchtern nicht spurlos vorüber. Zwar meldet Coop, der einen Grossteil des Natura-Beef verkauft, kaum Einbrüche an der Verkaufsfond. Im Gegensatz zum Detailhandel wird im Gastrobereich aber schon vermehrt gespart, was die Trai-tafina als Verarbeiterin von Swiss-PrimBeef zu spüren bekommt. An einen Lieferstopp für die Bauern oder an sich türmende Fleischberge ist aber nicht zu denken. «Der Abverkauf verläuft zügig, bei manchen Produkten ist die Nachfrage grösser als das Angebot», betont Urs Vogt, «besonders für diese Kanäle würden wir gerne noch neue Produzenten aufnehmen.» Zu Natura-Veal, dem Kalbfleisch aus der Mutterkuhhaltung, gibt sich der Geschäftsführer kämpferisch: «Wir wollen am Markt für das teuerste Fleischsegment teilhaben, zumal Natura-Veal ein Premiumprodukt ist und in der Praxis funktioniert.» In diesem Jahr wurden schon drei Kursreihen für Neueinsteiger durchgeführt, und die nun etwa 200 produzierenden Betriebe haben bereits 900 Kälber an die Schlachthöfe geliefert. Dank der Flexibilität – für

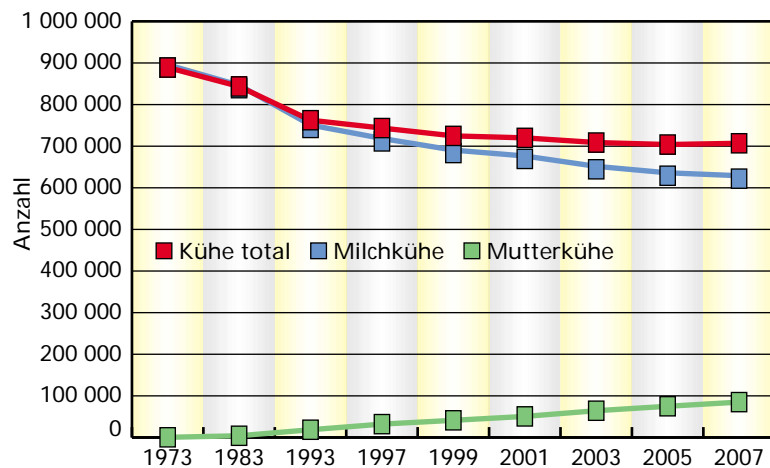


Gian Peter Niggli stellt seine Produkte immer wieder auch in der Stadt vor und sucht den Kontakt zur Kundschaft.

# icklung lockt



Entwicklung der Kuhbestände



Quelle: Mutterkuh.ch

Natura-Veal, Natura-Beef und Swiss-PrimBeef gelten bezüglich Genetik, Fütterung und Haltung die gleichen Anforderungen – können die Produzenten auf neue Marktsituationen reagieren.

## Die Rasse als Verkaufsargument nutzen

Ein neuer Trend geht in eine andere Richtung: Das positive Image, das eine Rasse hat, soll zum Verkaufsargument werden. Diese Vermarktungsschiene haben sich die Angus-Züchter gemeinsam mit Mutterkuh Schweiz erschlossen. So führt Coop in seinem Fine-Food-Sortiment Fine-Food-Angus. Hierfür werden Teilstücke von Natura-Beef – ausschliesslich der Rasse Angus – verarbeitet. Seit Juli hat auch das Warenhaus Manor Schweizer Angus-Beef im Angebot. Es wird in Zusammenarbeit mit IP-Suisse unter dem Label SwissPrimAngus vermarktet. «Leider haben wir noch viel zu wenig Tiere, um die Filialen der ganzen Schweiz zu beliefern», meint Urs Vogt, «in den nächsten Monaten werden Schritt für Schritt weitere Regionen beliefert, bis SwissPrimAngus voraussichtlich im Sommer 2010 überall erhältlich sein soll.»

Speziell ist hier, dass ausschliesslich Angus-Tiere vermarktet werden. Zwar verkaufen die meisten Züchter von Robustrassen, Dexter, Highland



Cattle und Galloway, deren Fleisch als «Rassenfleisch», doch bei Natura-Beef spielt die Rassenfrage keine Vermarktungsrolle – Hauptsache, Natura-Argumente und Fleischgenetik. Im Gegensatz zu SwissPrimBeef, wo die Rasse eine Grundlage ist. Bisher gelang es aber nicht, auf breiter Front und permanent die Rasse bis zum Konsumenten zu transportieren. Und nun macht es Sinn, dass die Angus-Züchter ihr Verkaufsargument auch nutzen. Schliesslich ist Angus-Beef in

der ganzen Welt, besonders aber in den USA und Kanada, bekannt als besonders zart und gut. Diese Attribute besitzt auch Schweizer Angus, und für Qualität, gepaart mit tierfreundlicher Haltung, sind viele Konsumenten gern bereit, mehr zu bezahlen.

## Zartes Fleisch wird vom Konsumenten honoriert

Ziel aller Akteure ist, dass Manor qualitativ und quantitativ rasch bedient

**Neue Mutterkuhhalter können sich entscheiden, in welche Kanäle sie liefern wollen.**



Bilder: Susanne Meier

## BEEF-NET

Im Verlauf des nächsten Jahres werden alle Mitglieder von Mutterkuh Schweiz für Abfragen und Meldungen auf eine Online-Datenbank, das Beef-Net, zugreifen können. Erste Tests laufen bereits, und sobald alles stabil läuft, werden die Betriebe mit den Log-in-Daten und Passwörtern ausgestattet. Das Beef-Net liefert die aktuellen Tierdaten, also Zuchtwerte, Kälberlisten, LBE, Belegungen, Abstammungen, aber auch die Betriebsdaten (Tierbestand). Belegungen können online gemeldet und Zertifikate und Zuchtausweise bestellt werden. Alle Angaben zu einem Einzeltier können über die Eingabe der Ohrmarke ohne Log-in eingesehen werden. Interessant ist diese Option, wenn man sich, z. B. vor dem Kauf, über ein Tier informieren möchte.

Immer mehr  
Gastrobetriebe  
fragen explizit  
nach Fleisch von  
Charolais...



...oder Limousin. Die Rasse wird dann auf der Speisekarte deklariert.

werden kann. In jüngster Vergangenheit sind verschiedene Massnahmen zur Tierbeschaffung eingeleitet worden. Züchter und Mäster reagieren positiv. Die Aufbauphase ist in vollem Gang. Es ist erstmalig, dass ein grösserer Verteiler in diesem Umfang auf ein Fleischrassen-Beef setzt. Manor hat die Marktlücke erkannt. Angus-Beef hat eine ausgezeichnete Marmorierung und Zartheit. Gian Peter Niggli, Angus-Züchter und Vorstandsmitglied von Swiss Angus aus Samedan und eine der treibenden Kräfte hinter dem Projekt, verweist auf Kundenbefragungen in der ganzen Welt, welches denn nun das bekannteste Fleisch sei. Nahezu immer nannten die Leute zuerst Angus-Beef. «Wir sind überzeugt, dass Angus-Beef in der Schweiz und aus Schweizer Herkunft von den Konsumenten gesucht ist.» Neben Angus profitieren ebenfalls die anderen Fleischrinderrassen vom neuen Schwung.

## Werbeoffensive für neue Mitglieder

Die Angus-Leute versuchen, neue Mutterkuhhalter zu ihrer Rasse zu bringen. Denn die Nachfrage muss befriedigt werden. Unternehmen wie Manor und schweizweit operierende Metzgereien geben sich aber nicht zufrieden, wenn sie nur sporadisch beliefert werden, weil die Tiere fehlen.



Bilder: Susanne Meier

**Hochlandrinderzüchter vermarkten das Highland-Beef schon lang als Spezialität. Mit der Highland-Beef AG haben sie auch schon den Agropreis gewonnen.**

Diesbezüglich macht es also keinen Sinn, wenn immer mehr Fleischrassen in der Schweiz heimisch werden, auch wenn viele Mutterkuhhalter auf den Direktverkauf ab Hof oder auf Natura-Beef setzen. «An der Tier & Technik nächsten Winter wird Swiss Angus über die ganze Messedauer exklusiv mit einer Tiergruppe und Züchtern vertreten sein und ein spezielles Angus-Forum veranstalten. So wollen wir Interessierte überzeugen, dass sie mit Angus in Zukunft gut fahren werden.»

Chancen, ihre Tiere in grossem Stil rassenrein zu verkaufen, haben heute aufgrund der Grösse ihrer Tierbestände neben Angus- auch Limousin-, Charolais- und Simmental-Züchter. Restaurants zeigen tatsächlich Interesse, ihre Gäste mit einer bestimmten Rasse auf ihrer Speisekarte – Charolais, Simmental, Limousin – «gluschtig» zu machen. Dieser Trend merkt auch die Traitafina. Mittlerweile wird die Hälfte des SwissPrimBeef-Umsatzes mit reinen Rassentieren erzielt. Weil alle Fleischstücke grundsätzlich bis zum Bauernhof rückverfolgbar sind, kann die Rasse auch vom Konsumenten gecheckt werden. Natürlich freut diese Entwicklung die Fleischrassenzüchter, und in der Beratung werden Neueinsteiger angehalten, sich für SwissPrimBeef für

eine Rasse zu entscheiden und nicht mit Kreuzungen zu arbeiten – ganz im Gegensatz zu Natura-Beef, wo F1-Kühe beliebt sind.

### Investitionen nicht unterschätzen

Im Endeffekt ist es aber egal, für welche Produktionsrichtung und für welche Tiere man sich entscheidet: Wirtschaftlich sollte der neue Betriebszweig jedenfalls sein. Gerade Milchviehhalter haben ihre Fleischrassenkollegen lange Zeit als Hobbybauern belächelt. Heute existieren Grossbetriebe, die mit der Mutterkuhhaltung auf gleicher Fläche ebenso viel erwirtschaften wie ein Milchbauer. Das bedingt, dass man Kühe und Kälber nicht einfach sich selber überlässt – keine Mutterkuh ist mit einer Ökoheuballe auf einer versumpften Winterweide zufrieden.

Tatsächlich werden Aufwand und Kosten für Aufbau und Betreuung einer rentablen Mutterkuhherde oft unterschätzt. Ob bei einem Umbau oder einem Neubau, ein zweckmässiges Stallgebäude kostet Geld. Dabei wird nicht einmal die Gebäudehülle besonders teuer, weil ein Aussenklimastall ausreicht. Auch die Melkarbeit kann man statt Delaval dem Kalb überlassen. Dafür müssen Fangeinrichtungen und allenfalls ein Behandlungsstand eingeplant werden, und Einzäunungen sollen den Anforderungen der Kuh und des Kalbes genügen. Läuft ein

Stier in der Herde mit, steigen die Sicherheitsanforderungen.

### Routinearbeiten brauchen viel Zeit

Im Jahr 2006 hat Agroscope FAT Tänikon in einem Bericht den Investitionsbedarf und die Arbeitswirtschaft der Mutterkuhhaltung unter die Lupe genommen. Eine Praxiserhebung lieferte einen Überblick über die Vielfalt der Mutterkuhbetriebe hinsichtlich Haltungssystem, Verfahrenstechnik und Arbeitszeit. Die 24 untersuchten Betriebe lagen im Tal- und im Berggebiet und hielten zwischen 8 und knapp 100 Kühe. Ihr Arbeitszeitaufwand (ohne Futterkonservierung) schwankte zwischen 28 und 120 Arbeitskraftstunden (AKh) pro Mutterkuh und Jahr. Dabei entfiel mehr als die Hälfte des Aufwands auf Routinearbeiten wie Füttern, Misten, Streuen, Zäunen und so weiter. Hier besteht beträchtliches Sparpotenzial, schon ein Schieber reduziert die Zeit fürs Misten deutlich. Der Bericht zeigt aber auch, dass bei der Mechanisierung die Bestandesgrösse eine grosse Rolle spielt. Beim Einstreuen wurde das Stroh auf 15 von 24 Betrieben abgeworfen und anschliessend von Hand im Liegebereich verteilt. Die Entmistung erfolgte sowohl im Lauf- und Fressbereich als auch in Laufhöfen auf etwa der Hälfte der Betriebe mit einem Handschieber. Auch wenn der Bericht von 2006 datiert und die



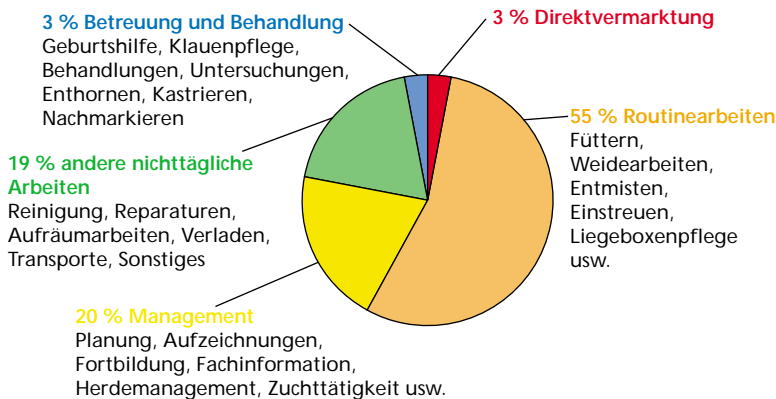
**Der Liegeboxen-Laufstall bewährt sich auch in der Mutterkuhhaltung. Im Bild Simmentaler, die sich wohlfühlen.**

### ES GIBT ARBEIT

Beim Arbeitszeitaufwand zeigten sich grosse Unterschiede zwischen den Betrieben. Gut die Hälfte der Zeit entfiel auf Routinearbeiten. Management und andere nicht tägliche Arbeiten beanspruchten je 20% der Arbeitszeit. Zudem verringerte sich die Arbeitszeit bei der Umstellung von Milchvieh auf Mutterkühe oft nicht wie erwartet. Für einen hohen Arbeitszeitaufwand in der Fütterung waren beispielsweise viele Futterkomponenten, ein grosser Handarbeitsanteil und häufiges Nachschieben verantwortlich.

### Arbeit in der Mutterkuhhaltung (ohne Futterbau)

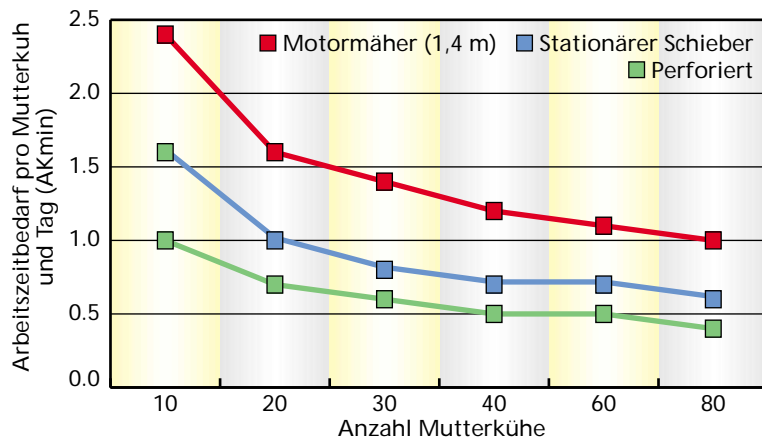
Durchschnitt über 24 Betriebe: 66 AKh pro Mutterkuh und Jahr (min.–max.: 28–120 AKh)



Quelle: Agroscope ART

Betriebe inzwischen gewachsen sind: Noch immer ist in der Mutterkuhhaltung Handarbeit an der Tagesordnung. Die lange Präsenzzeit hat auch Vorteile in der Herdenbetreuung. Dennoch werkeln viele Bauern nicht stundenlang im Stall, weil sie Freude dran oder nichts anderes zu tun hätten. Die Mechanisierung, die Arbeit abnimmt, kostet Geld. Mischwagen statt Heugabel, und Schieber statt Schubkarre wären arbeitswirtschaftlich sinnvoll, treiben aber den Investitionsbedarf in die Höhe. Für kleine Betriebe sind sie wohl nicht alle zu amortisieren, doch bei grossen Herden macht es sicher Sinn, Stall und Technik von Anfang an gut zu planen

### Arbeitszeitbedarf für Entmisten, Einstreuen und Boxenpflege im Liegeboxenlaufstall



Quelle: Agroscope ART



und nicht einfach möglichst billig zu bauen.

### Im Stallbau Grösseneffekte nutzen

Ein Vergleich von vier Stalltypen zeigt im Bericht den Investitionsbedarf bei verschiedenen Bestandesgrössen auf. Gerechnet wurden die Kosten für einen geschlossenen Eingebäudestall mit gegenständigen Liegeboxen, einen offenen Mehrgebäudestall mit integriertem Laufhof und einreihigen Liegeboxen sowie zwei Offenställe mit Tiefstreu, integriertem Laufstall und Selbstfütterung (einmal am Flachsilo und an Raufen). Eine deutliche Einsparung bei den Investitionen orte Agroscope Tänikon bei einer offeneren Bauweise mit Mehrgebäudestall gegenüber einem geschlossenen Eingebäudestall. Weiter ist die Selbstfütterung an Raufen oder am Flachsilo

kostengünstiger als eine Fütterung am Futtertisch. Mit den aktualisierten Preisvorgaben (ART-Preisbaukasten 2007) resultierte beim geschlossenen Eingebäudestall mit Liegeboxen, Futtertisch und Laufhof am Rand der höchste Investitionsbedarf mit 23 320 (bei 20 Kühen) bis 13 730 Franken pro Mutterkuh mit Kalb (80 Kühe) im Talgebiet beziehungsweise mit 26 940 bis 16 265 Franken im Berggebiet. Der offene Mehrgebäudestall mit Liegeboxen und integriertem Laufhof war um mehr als einen Fünftel günstiger (17 860 bis 11 020 Franken im Talgebiet und 20 945 bis 13 290 Franken im Berggebiet). Noch günstiger waren die Ställe mit unstrukturierter Liegefläche, allerdings brauchen sie viel Arbeitsaufwand fürs Streuen und viel Stroh. Bei allen Stallsystemen zeigten sich aber enorme Grösseneffekte, die Neueinsteiger für sich nutzen können.