

Die Produktion von Qualitätsrindfleisch – eine Alternative für Südtirols Milchbauern?

C. Hoffmann, A. Stiefenhofer und T. Streifeneder¹

Abstract - Mit der jährlichen Anhebung der Milchquoten, die 2015 auslaufen, und höheren Milchmengen muss mit sinkenden Milchpreisen gerechnet werden. Außerdem ist zu erwarten, dass die Agrarförderungen zurückgehen werden. Um darauf adäquat zu reagieren, sind neue betriebliche Diversifizierungsstrategien erforderlich. In Südtirol blieben die Milchpreise für die rund 5.000 Milchlieferanten bisher auf einem hohem Niveau stabil. Es ist aber davon auszugehen, dass sich auch in Südtirol die Produktionsbedingungen für den Milchsektor ändern werden. Vor diesem Hintergrund initiierte die Genossenschaft für Regionalentwicklung und Weiterbildung das Projekt „QualitätsRINDfleisch Wipptal“. Ziel war es, für die Produktion von Qualitätsrindfleisch Entscheidungsgrundlagen für eine Diversifizierungsstrategie außerhalb des dominierenden Milchsektors zu erarbeiten. Dies soll zu einer höheren regionalen Wertschöpfung führen. Hierfür untersuchte die Europäische Akademie Bozen (EURAC) in einer Marktanalyse die regionalen Produktions- und Marktbedingungen. Die betrieblichen Voraussetzungen für die Produktion sowie die Ansprüche der Metzger und unterschiedlichen Zielgruppen für Qualitätsrindfleisch wurden analysiert und durch Experteneinschätzungen ergänzt. Es zeigt sich, dass zur Zeit der wirtschaftliche Anreiz zur Umstellung von der Milch- auf die Rindfleischproduktion gering ist.

EINLEITUNG

In den letzten Jahrzehnten gaben in Südtirol jährlich durchschnittlich 150 Milchbetriebe auf (Sennereiverband, 2008). Vor allem kleinere Lieferanten stellten ihre Betriebe auf Mutterkuhhaltung oder Mast um, weil die Milchwirtschaft im Nebenerwerb eine zu große Belastung darstellte. Daran änderten auch die überdurchschnittlich hohen Milchpreise von 44 Cent/Liter (Sennereiverband, 2009) nichts, die in den letzten fünf Jahren von den Milchhöfen gezahlt wurden. Dieser negative Trend und die ungünstige Milchpreisentwicklung, mit der in Zukunft zu rechnen ist, bilden den Rahmen für die von der Eurac im Auftrag des Wipptaler Arbeitskreises „QualitätsRINDfleisch“ durchgeführten Marktanalyse.

METHODIK

In der an Tirol angrenzenden Bezirksgemeinschaft Wipptal/Südtirol wurden in Stichproben ausgewählte relevante Akteure (Landwirte, Verarbeiter, Konsumenten, Gastronomen) entlang der Wertschöpfungskette „Rindfleisch“ mit einem standardisierten Fragebogen befragt. Im Wipptal wird aufgrund der

natürlichen Rahmenbedingungen fast ausschließlich Grünlandwirtschaft, vor allem im Nebenerwerb, betrieben. Hierbei wurden sowohl quantitative als auch qualitative Aspekte abgefragt.

Ein Schwerpunkt bildete die Analyse möglicher Zucht- und Mastmöglichkeiten nach dem Umstieg von der Milch- auf die Fleischproduktion. Antworten wurden gesucht auf die Frage, welche inner- und außerbetrieblichen Bedingungen eine alternative Betriebsstrategie anstelle der Milchproduktion sinnvoll erscheinen lassen. Absatz- und Vertriebsmöglichkeiten für Qualitätsrindfleisch sowie generell die Möglichkeiten für Angebot, Nachfrage und Kundenpräferenzen bildeten weitere wesentliche Untersuchungsaspekte.

Die Ergebnisse wurden mit regionalen Experten aus dem Nahrungsmittel- und Agrarsektor evaluiert und diskutiert, um das Potential und die Probleme bei einem Umstieg von der Milch- auf die Rindfleischproduktion in Erfahrung zur bringen.

ERGEBNISSE

Die Umstellung der Milchbetriebe auf die Fleischproduktion ist von mehreren Faktoren abhängig. Neben der Betriebsstruktur spielen gesellschaftliche Faktoren sowie - je nach Betriebsgröße - die zukünftige Milchpreisentwicklung eine entscheidende Rolle. Eine Umstellung auf Rindfleischproduktion wird generell erst bei Unterschreiten einer kritischen Schwelle des Milchpreises von unter 30 Cent/Liter in Erwägung gezogen. Mit einem derartigen Rückgang ist aber mittelfristig nicht zu rechnen. Auch in näherer Zukunft erwarten die Experten in Südtirol einen Milchpreis, der deutlich über dem europäischen Durchschnitt liegen wird.

Im Gegensatz zu größeren Betrieben stehen bei kleineren Betrieben weniger die wirtschaftlichen Anreize im Vordergrund. Sie tendieren eher zu einer extensiven Bewirtschaftung oder noch weitergehenden Extensivierung, die stärker als bisher eine außerlandwirtschaftliche Tätigkeit zur Einkommenssicherung ermöglicht. Diese Betriebe stehen am ehesten einer Umstellung positiv gegenüber. Die bisherigen Entwicklungen zeigen jedoch, dass eine Extensivierung meist ein Schritt Richtung Betriebsaufgabe und nicht Richtung langfristiger Neuausrichtung des Betriebes ist. Für die gesellschaftlich anerkannten Milchbauern mit höheren Milchkuhzahlen bleibt bei den zu erwartenden hohen Milchpreisen die Milchproduktion wesentlich rentabler als die Produktion von Qualitätsfleisch. Von den infrage kommenden Mastverfahren (Vollmilchkälbermast,

¹ Europäische Akademie Bozen, (Eurac), Institut für Regionalentwicklung und Standortmanagement: christian.hoffmann@eurac.edu.

Qualitätssohnenmast, Jungrindmast aus Mutterkuhhaltung; Gänsbacher, 2008) ist keines gegenüber der Milchproduktion wirtschaftlich konkurrenzfähig (Abb. 1).

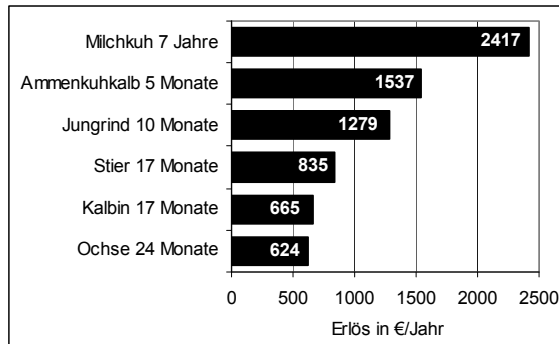


Abbildung 1. Vergleich verschiedener Produktionsverfahren

Diese ungünstigen Voraussetzungen und einer daraus folgenden mangelnden Verfügbarkeit an Schlachttieren auf der Angebotsseite kontrastieren mit der steigenden Nachfrage nach heimischem Rindfleisch sowohl von Einheimischen als auch den zahlreichen Touristen. Ursache ist aber auch, dass Metzger aus Qualitäts- und Zeitgründen einheimische Tiere weniger stark nachfragen. Versorgungssicherheit und konstante Fleischqualität garantieren eher größere Lieferanten aus dem In- und Ausland. Dies steht einer Erhöhung der regionalen Wertschöpfung und Inwertsetzung regionaler Produkte entgegen. Entscheidend für die Branche ist das Preis-/Leistungsverhältnis im Einkauf – unabhängig von der Herkunft des Fleisches. Einheimisches Rindfleisch wird deshalb bisher nur in wenigen ausgewählten Metzgerbetrieben angeboten. Dabei bestehen mit dem *Kovieh-Qualitätsfleischprogramm* und *Biobeef* durchaus erfolgversprechende Ansätze für die Vermarktung.

DISKUSSION

Der Kontrast zwischen ausbaufähigem Absatzpotential und mangelndem Angebot charakterisiert die Marktsituation. Entscheidend wird es sein, dass sich die Akteure auf ein bis zwei Produkte konzentrieren, die nach einem spezifischen Qualitätsfleischprogramm hergestellt werden. Dadurch ließen sich zeitliche und produktspezifische Lieferengpässe leichter überwinden. Eine konstante Produktqualität über das gesamte Jahr könnte somit eher garantiert werden. Aus den Befragungsergebnissen geht hervor, dass ein Nischenprodukt von hoher Qualität und mit lokaler Authentizität im Hochpreissegment angeboten werden muss. Best practice Strategien wie z.B. der Tiroler Jahrling werden damit bestätigt.

Die Ammen- oder Mutterkuhhaltung, wären eine solche Nische. Kälber müssten bei einem Umstieg nicht zugekauft werden. Kalbfleischprodukte werden außerdem bisher großteils importiert. Ochsen- und Kalbinnenmast sind wirtschaftlich weniger konkurrenzfähig (Abb. 1). Die Stiermast ist hingegen auszuschließen. Die Kosten für zu importierendes Futtermittel sind zu groß. Außerdem würde diese den Qualitätsansprüchen an ein solches Nischenprodukt widersprechen.

Neben der Produktspezialisierung ist eine gemeinsame Vertriebsstrategie erfolgbestimmend. Strategien, ähnlich wie bei *Biobeef*, wo der Zwischenhandel über einen Direktversand Schlachthof-Kunde überbrückt wird, müssten hier direkte Vertriebsstrategien entwickelt werden. Ob ein Vertrieb direkt über einen Metzgerbetrieb erfolgreich ist, muss kritisch bewertet werden. Die Wertschöpfung aller an der Kette beteiligten Akteure könnte damit jedoch gesteigert werden. Der Auszahlungspreis an die Landwirte und die Verkaufserlöse des Metzgers sind hierbei aufeinander abzustimmen.

Die Zusammenarbeit Landwirt-Metzger-Gastwirt bildet bisher die Ausnahme. Ansätze spezieller Gourmetwochen wie z.B. die Eisacktaler-Kost könnten auch im Hinblick auf das hohe Tourismusaufkommen ausgebaut werden. Sie wären eine gute Plattform, das heimische Nischenprodukt bekannt zu machen. Der hohe Anspruch der Gastronomie, nur Edelteile in angemessener Qualität zu festgelegten Zeiten und entsprechender Menge abzunehmen, setzt den Produzenten enge Grenzen. Die immer anspruchsvolleren und zahlungswilligen Gäste erwarten, dass lokale Produkte serviert werden. Sie bezahlen dafür gerne einen 10–15% höheren Preis.

AUSBLICK/SCHLUSSFOLGERUNG

Niedrige Milchpreise werden auch in Gunstlagen die Milchproduktion für große Milchproduzenten unrentabel machen. Landwirtschaftliche Produkte vom Berg mit höchsten Qualitätsansprüchen besitzen hingegen auch zukünftig gute Absatzchancen. Sie können sich gegenüber Standardware besser profilieren (Kogler, 2010). Das beweisen die auch über die regionalen Grenzen nachgefragten Südtiroler Milchprodukte. Die genossenschaftlichen Milchhöfe werden deshalb wahrscheinlich auch mittelfristig überdurchschnittlich gute Milchpreise zahlen. Der davon abhängige Wille, eine andere betriebliche Strategie einzuschlagen und auf die Fleischproduktion umzusteigen ist deshalb bei den Südtiroler Milchbauern bisher noch wenig ausgeprägt. Neue agrarpolitische Rahmenbedingungen können diese Situation ändern. Zusammen mit einem Anstieg der heimischen und touristischen Nachfrage nach Südtiroler Rindfleischprodukten können die Anreize für einen Umstieg insbesondere der kleinen, extensiv wirtschaftenden Betriebe verstärken. Die Vermarktung über die imageträchtige Dachmarke *Qualität aus Südtirol* würde dies noch verstärken. Kurze Wege, Steigerung der Wertschöpfung und Zusammenarbeit der regionalen Akteure wären dadurch ein wichtiger Schritt zu mehr Nachhaltigkeit im Agrarsektor.

LITERATUR

- Gänsbacher, T. (2008). *Potential von und Möglichkeiten für Rindfleisch-Markenfleischprogramme zur Sicherung der Grünlandbewirtschaftung in Südtirol*, Freie Universität Bozen.
- Kogler, K. (2010). *Liberalisierung des EU Milchmarktes, Risiko oder Chance für die Bergbauern?* 3. Südtiroler Berglandwirtschaftstagung am 5. Feb. 2010.
- Sennereiverband (versch. Jahrgänge). *Tätigkeitsberichte*, Sennereiverband Südtirol, Bozen.