

Vermarktung von Ziegenfleisch – Goatober

Sonja Trummer^{1*} und Günter Schöllauf¹

Betriebsführer und Bewirtschafter

Sonja Trummer und Günter Schöllauf
mit Familie Florian, Felix, Elias, Hannah, Valentina und Berta



Standort und Betrieb

Der Betrieb befindet sich in Risola 4, 8354 St. Anna am Aigen auf einer Seehöhe von 293 m und ist nicht arrondiert. Maritimes Klima kombiniert mit geringem Niederschlag, ausgenommen 2023, ist jedes Jahr eine große Herausforderung.

2011 kam ich auf den tier- und kinderlosen Hof mit meinen 3 Söhnen, 7 Ziegen, einem Bock und noch einigen anderen Viecherln.

2013 hing ich meinen Job als Bandagistin an den Nagel und widmete mich voll und ganz der Landwirtschaft. Ich absolvierte den Ziegenpraktiker in Oberösterreich, den landwirtschaftlichen Facharbeiter und im Anschluss den Meister für Forst- und Landwirtschaft. Seit 2015 sind wir Mitglied beim Steirischen Ziegenzuchtverband.

Während der landwirtschaftlichen Ausbildung fiel für mich und meinen Mann der Entschluss, die Direktvermarktung von Ziegenkäsespezialitäten auszubauen. Im selben Moment taucht natürlich die Frage auf – was tun wir mit den Kitzen?

Flächenausstattung

Wir bewirtschaften rund 15 ha Fläche, davon 4 ha Holunder, 3 ha Wald, 3 ha Grünland intensiv und 5 ha Grünland extensiv.

Tierbestand

50 Mutterziegen

100 Kitze

3 Böcke

3 weitere Böcke sind derzeit zum Verkauf angeboten

Rassen

Steirische Scheckenziege

Anglo Nubier

Kreuzungen daraus für die Fleischproduktion

¹ Risola 4, A-8354 St. Anna am Aigen

* Ansprechpartner: Sonja Trummer, email: milchmaedchen@aon.at

Kitze

Gekitzt wird in der Herde, Ende Jänner bis Mitte Februar. Böcke wie Ziegen werden auf die Decksaison vorbereitet. Das wiederum hält den Zeitraum der Abkitzungen eng, damit sollen Nachzügler verhindert und der Saisonstart für die Käserei erleichtert werden. Die Kitze werden muttergebunden aufgezogen. Nach 4 Wochen werden sie nachts von der Mutter getrennt. Nach 8 Wochen werden sie in einem mobilen Stall hofnah ausquartiert, zu dieser Zeit sind sie bereits gehundet und ans Weidenetz gewöhnt. Es ist mir schon klar, dass dies die teuerste Kitzaufzucht ist. Allerdings ist es auch die einfachste, inklusive sehr zufriedenstellender Schlachtkörper und keinen Ausfällen durch Fütterungsfehler.

Qualität und Verarbeitung von Kitzfleisch

Die Qualität unseres Kitzfleisches liegt mir sehr am Herzen! Da unser Hauptaugenmerk allerdings auf Milch und Käse liegt, wird mindestens die Hälfte der Muttertiere (hauptsächlich Kreuzungen von Steirischer Scheckenziege und Anglo Nubier) mit einem Burenbock gedeckt, um meinen Fleischkunden schöne, fleischige Teile liefern zu können. Die Zufütterung besteht aus Grummet und eigener Kraftfuttermischung *ad libitum*. Ab dem Zeitpunkt der Weidehaltung werden eigene Heupellets mit Kraftfutter gemischt und portioniert vorgelegt.

Unter der Marke „Milchziegenkitz vom Milchmädchen Ziegenhof“ werden die ersten Kitze mit 3 Monaten geschlachtet.

Die Kosten für eine Schlachtung belaufen sich auf € 20,00. Für Schlachtung inklusive Zerlegung und Teilevakuumieren werden € 40,00 je Tier bezahlt. Je nach Bedarf werden bis September weitere 3 bis max. 4 Schlachtungen durchgeführt, dieses wird als „Weidekitzfleisch“ vermarktet.

Marketing und Vermarktung - oder besser gesagt:

Ich bin selber eine Kitzfleisch-Liebhaberin, außerdem isst a die Bäuerin nur des wos sie kennt!

Vermarktet wird Frischfleisch, TK-Ware und Veredeltes an den Endverbraucher ab Hof in unserem Hofladen. Für die Gastronomie musste ich flexibel werden. Mittlerweile werden ganze Tiere, aber auch Teilstücke angeboten.

Ein Zuviel an Fleisch gibt es nicht. Überschuss und Alttiere werden hauptsächlich zu Weidekitz-Salami verarbeitet. Diese wird vom Kunden sehr gut angenommen und kann hochpreisig verkauft werden.

Die Kombination aus Endverbraucher, Gastronomie und Veredelung ist mein Schlüssel für die erfolgreiche Kitzfleisch-Vermarktung.

Dazu gehört aber mittlerweile auch der Goatober! Goatober erleichtert auf jeden Fall die Überzeugungsarbeit, die Gastronomie mit ins Boot zu bekommen. Das Angebot der kostenlosen Werbung für die Wirte ist immer verlockend. Das zur Verfügung gestellte

Werbematerial wird gerne verwendet und macht sich auch gut auf Fotos von Fleischgerichten, die auf Social Media gestellt werden.

Oft fehlt mir als Produzentin die Zeit für Instagram und Co, dann nutze ich zumindest den WhatsApp Status für schnelle Beiträge, um für meine mitwirkenden Wirte Werbung zu machen. Artikel in der Zeitung, vorallem online, sind ebenso wichtig. Diese zumindest weiterzuleiten, dafür sollte immer Zeit sein.

Noch zwei Tipps aus meiner Erfahrung:

Ein gutes Netzwerk mit Köchen, die für junge, kreative Küche stehen, ist von Vorteil.

Allen Milch- und Käseproduzenten lege ich ans Herz, auch vom Kitzfleisch zu sprechen!

Wir müssen unseren Kunden klar machen:

OHNE KITZ - KEINE MILCH UND OHNE MILCH - KEIN KÄSE!

Das Bewusstsein dafür ist noch immer zu wenig vorhanden! Auf unserem Betrieb geht keine Betriebsbesichtigungs-Gruppe ohne diese Aufklärung wieder vom Hof – und es wirkt! Unsere Kunden sind mittlerweile dankbar, dass ihnen das ganze Jahr Frischfleisch bzw. TK-Ware zur Verfügung steht.