

## Männliche Ziegenkitze – ein Nebenprodukt der Milchwirtschaft?

Evelyn Zarfl<sup>\*</sup>

### Zusammenfassung

Ziegenmilchprodukte und auch die Ziegenmilchproduktion erfreuen sich steigender Beliebtheit, damit einher geht natürlich auch eine steigende Zahl an Ziegenkitzen. Neben den weiblichen Tieren, die zum überwiegenden Teil für die Zucht gebraucht werden, gibt es für die männlichen Kitze wenige Absatzmöglichkeiten. Durch die Schaffung von kurzen Versorgungsketten und die Organisation von Food Festivals in den Bundesländern Niederösterreich, Oberösterreich, Steiermark, Salzburg, Tirol und Vorarlberg wird ein wichtiger Impuls gesetzt um Kitzfleisch in Zukunft nicht nur in der Gastronomie, sondern in den Haushalten zu etablieren. Das Food Festival „Goatober“ bildet den Start dieser Offensive ([www.goatober.at](http://www.goatober.at)).

Mit dem Qualitätsprogramm Q<sup>plus</sup> Lamm und Kitz werden Betriebe dabei unterstützt ihr Betriebsmanagement zu verbessern und Qualitätsproduktion zu betreiben. Dabei werden sie im Zuge von Vor-Ort Beratungen unterstützt und erhalten eine betriebsbezogene Leistungsauswertung sowie einen Managementplan. Nähere Informationen zur Teilnahme am Programm stellen die Landesschafverbände bzw. Ziegenzuchtverbände bzw. die Erzeugergemeinschaften zur Verfügung.

Schlagwörter: Vermarktung, Kitzfleisch, Ziegenfleisch, kurze Versorgungsketten, Food Festivals, Goatober, Qualität, Betriebsmanagement

### Summary

Goat milk products and the production of goat milk enjoy great popularity. An increase of goat kids comes along with this trend. Besides of female animals, which are mostly used for breeding purpose, marketing opportunities for male kids are rare. By developing short supply chains and the organisation of food festivals in the areas of Lower Austria, Upper Austria, Styria, Salzburg, Tyrol and Vorarlberg an important impulse is set to establish goat meat not only in gastronomy but also in private household. The food festival “Goatober” is the start of these activities ([www.goatober.at](http://www.goatober.at)).

The quality programme Q<sup>plus</sup> lamb and kid aims to support farms to increase their farm management and produce high quality. Supported by on farm consulting a farm based performance reporting is created as well as a management plan. More detailed information on participation is provided by our federal sheep and goat breeding organisations and producer groups.

Keywords: marketing, goat meat, short supply chain, food festivals, goatober, quality, farm management

<sup>1</sup> Österreichischer Bundesverband für Schafe und Ziegen, Dresdner Straße 89/B2/18, A-1200 Wien

\* Ansprechpartner: Dipl.-Ing. Evelyn Zarfl, email: [evelyn.zarfl@gmx.net](mailto:evelyn.zarfl@gmx.net)

In Österreich herrscht ein Männerüberschuss – zumindest in der Ziegenzucht. Aus diesem Grund wird die 10. Fachtagung für Ziegenhaltung an der HBLFA Raumberg-Gumpenstein den männlichen Ziegenkitzen gewidmet. Die Österreichische Schaf- und Ziegenbörse eGen (ÖSZB) und der Österreichische Bundesverband für Schafe und Ziegen, kurz ÖBSZ, hat es sich zum Ziel gesetzt, gemeinsam mit seinen Mitgliedern diesem Thema pro aktiv zu begegnen. Dies passiert einerseits über Projekte im Bereich der Vermarktung von Kitz- und Ziegenfleisch und andererseits über Qualitätsprogramme, die Ziegenbetrieben durch gezielte Beratung dabei helfen ihr betriebliches Management zu verbessern.

## Bock auf Ziege

Die wachsende Beliebtheit an Milchprodukten von der Ziege ist sehr erfreulich, führt aber auch zu wachsenden Milchziegenherden und somit auch zu einer steigenden Zahl an Kitzen. Die weiblichen Kitze werden zur weiteren Zucht genutzt, aber die männlichen Kitze stellen eine große Herausforderung dar. Der Markt für Kitz- und Ziegenfleisch ist bis dato kaum etabliert bzw. aufgebaut. Aktuell kämpft die Branche mit saisonal eingeschränkten Vermarktungsmöglichkeiten und einem geringen Bekanntheitsgrad beim Konsumenten.

Im Jahr 2019 lag der Pro-Kopf-Verzehr von Schaf- und Ziegenfleisch (Großteils Lamm und Kitz) bei 1,2 kg. Der Anteil an Schaf- und Ziegenfleisch am gesamten Fleischverzehr, der in Österreich traditionell hoch ist (62,6 kg/Kopf), lag bei gerade einmal 1,92 %. Der Selbstversorgungsgrad bei Schaf- und Ziegenfleisch lag 2019 bei 75 %. Die Versorgung der Nachfrage mit österreichischem Lamm- und Kitzfleisch kann bei Weitem nicht durch die Inlandsproduktion gedeckt werden (siehe Jahresbericht 2020 des Österreichischen Bundesverbandes für Schafe und Ziegen).

Ziel des Kooperationsprojektes „Bock auf Ziege“ ist die Erarbeitung eines ganzjährigen Vermarktungskonzeptes und der Aufbau kurzer Versorgungsketten von Produzent/Produzentin zu Konsument/Konsumentin für Ziegen- und Kitzfleisch in Österreich. Sechs Kooperationspartner wollen dies im Rahmen des dreijährigen Projektes und mit finanzieller Unterstützung des Bundesministeriums für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus und der Europäischen Union umsetzen und so die Ziegenbranche weiter stärken.

Wesentlicher Schwerpunkt dabei ist die Veranstaltung von sog. Food Festivals in den Bundesländern Niederösterreich, Oberösterreich, Steiermark, Salzburg, Tirol und Vorarlberg, wie etwa dem *Goatober*. Dabei werden im Monat Oktober von teilnehmenden Gastronomiebetrieben verschiedene Kitz- und Ziegenfleischspezialitäten angeboten und so interessierte Konsumenten und Konsumentinnen für diese seltenere Art von Fleisch begeistert.

Der Landesverband für Ziegenzucht und -haltung Oberösterreichs hat im Jahr 2020 einen neuen Weg in der Kitzfleischvermarktung nach einer amerikanischen Idee getestet, welche nachstehend erläutert wird.

Der *Goatober*, eine Zusammensetzung aus „Goat“ (englisch für Ziege) und Oktober, ist ein einmonatiges, kulinarisches Fest im Zeichen der Ziege. Die Hoffnung war, Ziegenfleisch

in den Mainstream zu bringen, mit dem Ziel, dass alle in das Molkereisystem geborenen Ziegenböcke überall auf der Welt in das Nahrungsmittelsystem gelangen, anstatt als unvermeidliches Nebenprodukt dieses Produktionszweiges ohne jegliche Wertschätzung „verschwendet“ zu werden. Was damals in Amerika als kleine Kampagne begann, hat sich zu einer internationalen Bewegung entwickelt.

Kitzfleisch – nachhaltig, köstlich, gern gegessen! Lassen auch Sie sich von unseren Food Festivals inspirieren und unterstützen Sie die nachhaltige und regionale Produktion hochwertiger Ziegenprodukte!

Nähere Informationen dazu erhalten Sie unter <https://www.goatober.at>.

## Was ist Q<sup>plus</sup> Lamm und Kitz?

Q<sup>plus</sup> Lamm und Kitz ist ein freiwilliges Programm zur Qualitätsverbesserung und Steigerung des betrieblichen Managements in der Schaf- und Ziegenhaltung, welches von der Österreichischen Schaf- und Ziegenbörse eGen umgesetzt wird und an dem AMA – Gütesiegel und Bio – Betriebe (mit einem AMA – Gütesiegel Vertrag) teilnehmen können. Die Förderung erfolgt im Rahmen des Programms der „Ländlichen Entwicklung 2014 – 2020“ über die Maßnahmen „Teilnahme an Lebensmittelqualitätsregelungen“. Die Ausbezahlung der Förderung erfolgt über die AMA.

Der Einstieg in das Modul ist ab dem 1.1.2022 bis 31.12.2022 möglich. Die Laufzeit des Programms beträgt drei Jahre, wobei ein Ausstieg grundsätzlich halbjährlich möglich ist. Ein ehest möglicher Beitritt wird empfohlen. Ihr Landesschaf- bzw. Landesziegenzuchtverband bzw. Ihre Erzeugergemeinschaft tritt hier als Subabwicklungsstelle (Bündler) für Sie als Landwirt/Landwirtin auf. Über ein Herdenmanagementprogramm werden hierzu alle nötigen Daten (betriebs-, sowie tierbezogene Daten) gesammelt und entsprechend für den Betrieb ausgewertet. Das aufbereitete Datenmaterial wird den teilnehmenden Betrieben im Rahmen von zwei jährlichen Betriebsbesuchen dabei als Leistungsbericht zur Verfügung gestellt.

Die Vorteile, die sich durch die Teilnahme an Q<sup>plus</sup> Lamm und Kitz ergeben sind in erster Linie die Auswertung der betrieblichen Leistungsdaten, der direkte Datenaustausch und die verbesserte Datentransparenz sowie eine verstärkte Vor-Ort Betreuung durch die Q<sup>plus</sup> BetreuerInnen, die einen betriebsindividuellen Leistungsbericht und Maßnahmenplan erarbeiten. Dadurch ergeben sich für den Teilnehmer/die Teilnehmerin ein geringer Zeitaufwand und finanzielle Vorteile durch die Förderung der Programmteilnahme.