

Direktvermarktung von Wildbret in der Gemeindejagd

K. SCHWAGER

Die Ausführungen des folgenden Berichtes geben Erfahrungswerte wieder, die aus einer mehr als 10-jährigen Wildverwertungspraxis einer Gemeindejagd in Oberkärnten stammen. Die Direktvermarktung wird von 2 Personen in der Freizeit durchgeführt. Diese sind für sämtliche Belange verantwortlich und dürfen/müssen dafür aber auch den gesamten Erfolg/Mißerfolg dieser Arbeit in Anspruch nehmen. Zur Verarbeitung gelangt das gesamte Wild der Gemeindejagd (ca. 50 Stück) und weitere 40 Stück aus Zukäufen. Diese Gesamtanzahl der Stücke teilt sich auf ca. 50 Stk Rehwild, 15 Stk Gamswild und 25 Stk Rotwild auf. Klargestellt wird auch, dass der Betrieb wirtschaftlich positiv geführt wird und bisher keinerlei fremde finanzielle Unterstützungen bzw. Subventionen erhalten hat.

Um die Vor- und Nachteile einer Direktvermarktung besser zu erkennen, muß man die vorhandenen Alternativen vergleichen und dazu soll eine Darstellung der Gegebenheiten vor Beginn unserer Direktvermarktung dienen. Unsere ursprüngliche Ausgangsposition ist auch heute noch in vielen Gemeindejagden aktuell.

Wie erfolgte die Wildverwertung bisher?

Verkauf an einen Wildbrethändler

Da die JG keinen geeigneten Raum bzw. keine Kühlvorrichtung zur Lagerung von Wild besaß, wurde das erlegte Wild bei einer stillgelegten Fleischerei außerhalb des Ortes abgeliefert, wo eine periodische Abholung durch einen Wildbrethändler erfolgte. Die Bezahlung erfolgte Monate danach, mit einem vom Händler gutgeschriebenen Betrag, der schwer überprüfbar war. Der Kassier der JG war nach monatelangem Zuwarten auf den Eingang der Gutschrift letztlich froh, überhaupt Geld zu erhalten. Die Höhe des verrechneten Tagespreises oder et-

waige Gewichtsabzüge stellten deshalb nicht die Hauptsorge bei der Wildverwertung dar.

Privatverkauf, Gasthausverkauf

Die private Abnahme von Wild war im geringen Ausmaß gegeben, wobei eine bevorzugte Nachfrage nach den wenigen Hochwildkälbern, Spießern und Schmaltieren bestand. Dieser Verkauf funktionierte letztlich nur solange, als ein Jäger eigenverantwortlich für die Abwicklung des Geschäftes war, der finanziell relativ geringe Mehrerfolg aber wieder in der gesamten Gemeinschaftskasse unterging.

Eigenbedarf

Auch der Schütze selbst durfte das allgemein übliche Recht des Erstkaufes zum jeweils gültigen Tagespreis in Anspruch nehmen. Auch hier blieb das Interesse lediglich auf wenige Stücke der Jugendklasse beschränkt.

Bei sämtlichen Privatverkäufen sind große Nachteile dadurch gegeben, dass die Abgabe nur für das gesamte Stück im ungereiften Zustand erfolgen konnte; bis zur Verarbeitung lagerte das Wild meist unsachgemäß z.B. in der Garage oder im Keller; die Zerlegung erfolgte an nicht optimal ausgestatteten Örtlichkeiten; vielfach geschah kein fachkundiges Zerwirken; negative Auswirkungen des Schusses sah nicht der Jäger sondern jagdunkundige Privatpersonen (denken wir an Hämatome; Panseninhalte, die unter der Decke versteckt sein können); ein aus der Sicht des Jägers „guter“ Schuss kann beim Aus-der-Decke-schlagen seine zerstörerische, küchenunfreundliche Wirkung erstmals preisgeben und wird vom Käufer verständlicherweise kritisiert. Die nachfolgende Lagerung des Rohproduktes ohne ein professionelles Verpacken stellt ebenfalls einen Schwachpunkt für die Qualität eines solchen Wildbrets dar.

Diese Erfahrungen im Kundenbereich, verursacht durch unsachgemäße Be-

handlung, können kein großes Interesse bei Hausfrauen hervorrufen, Wildbret in fragwürdiger Qualität direkt vom Jäger einzukaufen. Ein Wildgericht, das in der Familie oder bei Gästen keinen lobenden Anklang findet, endet meist auch mit Kritik bei der Hausfrau, dass sie nicht Wild-kochen kann und damit ist dieses Grundprodukt sofort aus ihrem Küchenrepertoire gestrichen.

Direktvermarktung

Der Absturz der Tagespreise vor ca. 13 Jahren und das hilflose Ausgeliefertsein an einen Abnehmer setzte bei uns den Startpunkt, auf dem Sektor der Wildverwertung über Alternativen nachzudenken. Die zuvor beschriebene Art der Wildverwertung wird noch vielerorts durchgeführt und den angeblichen Vorteilen, dass hiebei kein Mehraufwand an Arbeit, keine Investitionskosten und keine neu zu übernehmende Verantwortung entsteht, stehen wesentliche Nachteile (Abhängigkeit, niedrigerer Wilderlös, keine Kontrolle über Hygiene, Vernachlässigung der WF-VO; geringer Kontakt zu nichtjagenden Personen; keine erfahrungsbedingte Weiterentwicklung) gegenüber.

Voraussetzungen

Vor dem Einstieg in die Direktvermarktung muß man sich über die gesetzlichen Bestimmungen (WF-VO) und die damit verbundenen rechtlichen Möglichkeiten klar sein. Es folgen die persönlichen Voraussetzungen wie: viel Freude zur Fleischarbeit verbunden mit starkem Durchhaltevermögen und ständigem Streben nach höchster Qualität. Ein Vorteil dabei ist eine enge Zusammenarbeit mit ein oder höchstens zwei gleichgesinnten Jägern, die die volle Verantwortung mittragen.

Vor dem Beginn muß man sich auch klar sein, welches Endziel angestrebt wird und wie man es erreichen kann. Dazu gehört ein Wissen über die Fleischzerfällung (Ausbeuteberechnung) des Wil-

Autor: Kurt SCHWAGER, Bahnhofstraße 6, 9754 STEINFELD

des, ein Ertragsvergleich auf Basis der bisherigen Wildbretpreise und der zukünftigen Vermarktungserlöse und ein Überblick über die zu tätigen Investitionen und der damit verbundenen Kosten.

Im Anhang dieses Berichtes sind 2 Beispiele einer Zerfällung mit Ertragsvergleich aus unserer Direktvermarktung beigelegt, die die finanziellen Chancen und Risiken verdeutlichen sollen. Klar zu erkennen ist, dass ein zu hoher Einkaufspreis, eine mangelnde Verwertbarkeit z.B. infolge eines schlechten Schusses oder wirklich anfallende Lohnkosten jede erfolgreiche Direktvermarktung unmöglich machen.

Beispiel A:

Rehbock mit einem Gewicht von 16 kg Einkaufspreis ATS 60,— mit Schussauswirkungen auf das Blatt (fiktiver Zeitaufwand ca. 1 Stunde)

Beispiel B:

Hirsch mit einem Gewicht von 100 kg Einkaufspreis ATS 30,— voll verwertbar (fiktiver Zeitaufwand ca. 3 Stunden)

Investitionen

Der größte Kostenfaktor wird durch die Investitionen für Gebäude, Raumausstattung, Kühl- und Bearbeitungseinrichtungen verursacht. Doch gerade hier stehen einer Gemeindejagd viele individuelle Ersparnisfaktoren zur Verfügung, wie Handwerker aus dem Bekanntenkreis, Vereins- und Nachbarschaftshilfen, Zusammenarbeit mit ldw. Vermarktung, Ankauf von Geräten aus Betriebsauflösungen und Konkursmassen, sowie Ausnutzung steuerlicher Vorteile. Sinnvoll ist auch die Betriebserweiterung in kleinen, dem wirtschaftlichen Erfolg angepassten Schritten zu vollziehen.

Grundhygiene

Nach diesen äußeren Voraussetzungen erfolgt die erste, wichtigste und zugleich schwierigste Tätigkeit der Direktvermarktung zusammengefasst in der Frage: Wie soll ein Stück bei der Abnahme vom Jäger zubereitet sein?

Allgemein bekannt und laufend darauf hingewiesen wird, dass Fehler bei Ausübung der Jagd auch negative Auswirkungen auf die Qualität des Wildbrets haben. Trotzdem werden solche Sünden

Kalkulation Wild:				1 für Rehwild (1), Gamswild (2), Hochwild (3)			
		Gewicht ohne Haupt	VP:	Erlöse:			
		kg:					
Rehwild							
Decke, Läufe	12%	1,92	-	-	-	-	-
Schulter m.K.	18%	2,88	-	-	-	-	-
reine Schulter	45%	7,20	130,00	100,00	129,60		
Wadsschinken	25%	0,75	90,00	90,00	67,50		
Knochen, Abfall	29%	0,84	-	-	-		
Federn	12%	1,92	-	-	-		
Fleischteile	35%	0,67	-	-	-		
Knochen, Abfall	65%	1,25	-	-	-		
Träger	10%	1,60	45,00	45,00	37,44		
Gulasch	52%	0,83	45,00	45,00	37,44		
Knochen, Abfall	48%	0,77	-	-	-		
Rücken m.K., Filet	13%	2,08	-	-	-		
Filet	58%	1,21	360,00	360,00	434,30		
Knochen, Abfall	42%	0,87	-	-	-		
Sch lögel m.K.	33%	5,28	-	-	-		
Sch lögel	52%	2,75	200,00	200,00	549,12		
Wadsschinken	13%	0,69	90,00	90,00	61,78		
Knochen, Abfall	15%	0,79	-	-	-		
Sch lößknochen	2%	0,32	-	-	-		
Gewichtsausbeute	51% oder	8,19 kg	-	-	1.279,63		
Schlechter Schuß:							
Träger	in %	-	-	-	-		
Blatt	100%	-	196,99	-	-		
Sch lögel	-	-	-	-	-		
Rücken	-	-	-	-	196,99		
Bruttoerlös	-	-	-	-	1.082,64		
Nettoerlös	-	-	-	-	984,22		
Einkaufspreis (EP/kg):	60,00	-	960,00	-	-		
Zeitaufwand in Std.	200,00	-	-	-	-		
Mehrerlös	in %	-	-	-	24,00		3%

von Jägern noch oft bewußt in Kauf genommen. Manche Faktoren lassen sich schwer beeinflussen wie das Verhindern des Streßzustandes bei der Jagd oder das Verschweigen eines zu späten Aufbrechens. Einwirken kann man bei der Übernahme des Wildes jedoch auf einen schlecht angetragenen Schuss, auf die Art des Aufbrechens ohne Öffnen des Schlosses, ordentliches Aus- und Abwaschen außen und innen. Die Übernahme eines Stückes erfolgt bei uns grundsätzlich ohne Haupt, Drossel und Schlund, mit offenem Brustkorb, großzügigem Entfernen der schmutzigen Teile bei einem Weidwundschuß, des Brunftfleckes, der Spinne und öffnen der Blätter beim Blattschuß. Auch frühzeitiges Entfernen der Decke bei Problemstücken mit starken Verunreinigungen wird praktiziert.

Die Vorgangsweise des Aufbrechens und der weiteren Folgearbeiten bis zur Übergabe an den Weiterverarbeiter werden von uns bei Jungjäger- und Aufsichtsjägerkursen in der Praxis vorgeführt. Dabei hat sich ein spezielles Know-how entwickelt, das Verbesserungen bei diversen Arbeiten aufzeigt: z.B. Waschen eines jeden Stückes auch außen - vorne hängend; Ringeln mittels Wedelschnitt.

Verkaufsprodukt

Nach ausreichender Reifung erfolgt eine Zerlegung des Stückes, wie sie im Fleischergewerbe üblich ist und stellt für einen interessierten Jäger kein Problem da. Das von uns für den Letztverbraucher angebotene Produkt ist küchenfertig zerlegt und wird in Gewichtsmengen von 1

Kalkulation Wild:				3 für Rehwild (1), Gamswild (2), Hochwild (3)			
		Gewicht ohne Haupt	VP:	Erlöse:			
		kg:					
Hochwild							
Decke, Läufe	12%	12,00	-	-	-	-	-
Schulter m.K.	18%	18,00	-	-	-	-	-
reine Schulter	45%	8,10	130,00	100,00	1.053,00		
Wadsschinken	25%	4,68	90,00	90,00	421,20		
Knochen, Abfall	29%	5,22	-	-	-		
Federn	12%	12,00	-	-	-		
Fleischteile	35%	4,20	75,00	75,00	315,00		
Knochen, Abfall	65%	7,80	-	-	-		
Träger	10%	10,00	90,00	90,00	468,00		
Gulasch	52%	5,20	90,00	90,00	468,00		
Knochen, Abfall	48%	4,80	-	-	-		
Rücken m.K., Filet	13%	13,00	-	-	-		
Filet	58%	7,54	250,00	250,00	1.885,00		
Knochen, Abfall	42%	5,46	-	-	-		
Sch lögel m.K.	33%	33,00	-	-	-		
Sch lögel	52%	17,16	170,00	170,00	2.917,20		
Wadsschinken	13%	4,29	90,00	90,00	386,10		
Knochen, Abfall	15%	4,95	-	-	-		
Sch lößknochen	2%	2,00	-	-	-		
Gewichtsausbeute	51% oder	51,17 kg	-	-	7.445,50		
Schlechter Schuß:							
Träger	in %	-	-	-	-		
Blatt	-	-	-	-	-		
Sch lögel	-	-	-	-	-		
Rücken	-	-	-	-	-		
Bruttoerlös	-	-	-	-	7.445,50		
Nettoerlös	-	-	-	-	6.768,64		
Einkaufspreis (EP/kg):	30,00	-	3.000,00	-	-		
Zeitaufwand in Std.	200,00	-	-	-	-		
Mehrerlös	in %	-	-	-	3.769,00		126%

bis 2 kg für den Verkauf vorbereitet. Eine sortenreine Trennung der Fleischarten in Gulasch, Braten, Rückenfilets usw. erscheint uns selbstverständlich und entspricht auch den Wünschen der Hausfrauen. Wir erfüllen auch Sonderwünsche, die im Laufe der Verkaufsberatung an uns herangetragen werden.

Das Frischfleisch wird anschließend vakuumverpackt, etikettiert und in einer Verkaufsliste erfasst, sodass Herkunft, Verarbeitungszeitpunkt, Lagerungsdauer wie im normalen Lebensmittelhandel erkennbar sind.

Werbung

Die erste Bekanntmachung unseres Wildbrets erfolgte zu Beginn der 90er-Jagdzeitperiode mit einer kostenlosen Einladung der Grundbesitzer zu einem Schüsseltrieb, der nunmehr alljährlich im Juli im Rahmen eines Fröschoppens veranstaltet wird. Wir versuchen eine Wildküche anzubieten, die eine breite Palette der Verarbeitungsmöglichkeiten zeigt. Unser Angebot reicht vom Wildragout bis zum Hirschsteak, von der Wildsuppe bis zum Wildgrillwürstchen und wird von Jahr zu Jahr erweitert. Durch diese Verkostungsmöglichkeit sind viele Hausfrauen ermutigt, ihren Speiseplan durch Wildgerichte zu ergänzen. Zusätzliche Informationen geben wir durch einen Folder weiter, der über die gesundheitlichen Vorteile des Fleisches, sowie die wichtigsten Änderungen zur althergebrachten Wildküche informiert. Großes Interesse besteht auch für echt jägerische Schmankerlproduk-

te, wie einen geselchten Gams- oder Hirschrücken oder Schlögel; trockene Gamswürstln; Pastetenprodukte.

Die derzeitige Situation unserer Direktvermarktung ist so, dass die Nachfrage bei Hausfrauen und Gastwirten stetig steigt, sodass die eigene Kapazität an Grenzen stößt. Für die Zukunft planen wir mehrere gleichartige Direktvermarktungen in anderen Gemeinden beim Aufbau zu unterstützen, die gleiche Produkte zu gleichen Qualitäten und gleichen Preisen erzeugen, um untereinander einen Austausch zu ermöglichen und wenn möglich ganzjährig Wild anzubieten. Ein weiterer Wunsch wäre die Schaffung eines Markennamens für heimisches Wild und die einheitliche Kennzeichnung der Direktvermarktungs-Musterbetriebe. Ideal wäre eine Verwirklichung dieser

Maßnahmen mit landesweiter Koordination und Unterstützung.

Zusammenfassung der Chancen

Wir erkennen, dass

- ohne eine Direktvermarktung die WFVO in weiten Teilen nicht eingehalten wird, die Wildsammelstellen in der Jägerschaft offiziell unbekannt sind, die Wildbret-Anhänger vernachlässigt werden und die Hilfsorgane keine Kompetenz besitzen
- der Verkauf von ein paar guten Stücken im Privatbereich stattfindet und der WB-Großhändler den überwiegend unhygienisch behandelten Rest erhält
- eine sinnvolle, zeitnahe Kontrolle der Hygiene nur durch eine funktionieren-

de Direktvermarktung gegeben ist (Jäger kontrolliert Jäger; kein jagdfremdes Kontrollorgan, wie z. B. Tierarzt)

- bei richtiger Organisation und konsequenter Führung ein finanzieller Erfolg gegeben ist
- ein nicht zu vernachlässigender Lern-, Entwicklungs- und Weiterbildungsprozess stattfindet und dabei der Jäger als kompetenter Fachmann anerkannt ist
- durch den engen Kontakt zur Bevölkerung eine positive Aufklärung zum Wohle der Jagd stattfindet
- die Ausübung der Jagd im Zusammenwirken mit der Direktvermarktung als sinnvolle Nutzung der Natur die volle Anerkennung auch von der nichtjagenden Bevölkerung erhält.

