

ZENTRALSCHWEIZER LAMM – EIN JUNGES LABEL MIT POTENZIAL



Abb. 1

Selbstständige Vertiefungsarbeit für das Handelsdiplom VSH berufsbegleitend

Marisa Waldis

HD MO S18

Gersau, 14. Januar 2019

¹ Abb. 1: St. Elisabeth Kilchberg, (2018) *Lamm*, https://www.st-elisabeth-kilchberg.ch/?attachment_id=3709 (zuletzt besucht: 02.12.2018)

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung	3
1.1.	Motivation.....	3
1.2.	Ziele der Arbeit.....	3
1.3.	Methoden.....	3
2.	Hauptteil.....	4
2.1.	Analyse des menschlichen Nahrungsbedürfnisses in der Schweiz.....	4
2.1.1.	Bedürfnispyramide nach Maslow.....	4
2.1.2.	Fleischkonsum in der Schweiz	5
2.1.3.	Lammfleischproduktion in der Schweiz.....	5
2.2.	Geschichte der Schweizer Schafzucht	6
2.3.	Zentralschweizer Lamm – ein junges Label mit Potenzial	7
2.3.1.	Das Zentralschweizer Lamm	7
2.3.2.	Der Entstehungsprozess des Labels	8
2.3.3.	Voraussetzungen für die Label-Gründung	8
2.3.4.	Entwicklung	9
2.3.5.	Finanzierung	9
2.3.6.	Bekanntmachung	9
2.3.7.	Ziele	9
2.3.8.	Vorteile für die Schafhalter	9
2.3.9.	Nachteile für die Schafhalter	10
2.3.10.	Einfluss des Labels auf den Fleischpreis der Schweiz.....	10
2.3.11.	Weiterentwicklung und Zukunftsaussichten für das Label	10
2.4.	Praktische Umsetzung in einem zertifizierten Betrieb	10
2.4.1.	Anforderungen an den Betrieb	11
2.4.2.	Anforderungen an die Tiere.....	11
2.4.3.	Beispielrechnung: Einfluss auf den Schlachtertrag.....	11
2.4.4.	Vorteile für Toni Waldis	12
2.4.5.	Nachteile für Toni Waldis	12
3.	Zusammenfassung.....	13
4.	Schlusswort.....	13
	Quellenverzeichnis	14
	Referenzen von Dokumenten.....	14
	Referenzen von Webseiten	14
	Referenzen von Personen.....	14
	Ehrenwörtliche Erklärung.....	14

1. Einleitung

1.1. Motivation

Unsere Gesellschaft lebt vom Essen. Essen ist eines der wichtigsten Grundbedürfnisse. Was uns immer wichtiger wird, ist eine nachhaltige Esskultur, d.h. wir wollen wissen woher unsere Nahrung kommt. Spannend wird es, wenn es um tierische Nahrung geht. Ist es uns wichtig wie ein Tier vor seinem Ableben gelebt hat? Oder geht es uns besser, wenn wir das ignorieren?

Ich lebe auf einem Bauernhof mit nachhaltiger Lammproduktion. Weil auch für mich nachhaltiges Essen immer wie aktueller wird, interessiert es mich, wie die Lammzucht auf unserem Hof effektiv funktioniert. In den Fokus stelle ich dabei das Label „Zentralschweizer Lamm“. Weiter will ich der Allgemeinheit einen Einblick in eine nachhaltige Lammfleischproduktion geben.

1.2. Ziele der Arbeit

Als erstes will ich das menschliche Nahrungsverhalten in der Schweiz analysieren. Wie hat sich die Fleischnachfrage in den letzten Jahren verändert und was sind die Zukunftsaussichten für die Fleischproduzenten? In den Fokus stelle ich dabei das Lammfleisch.

Ich will herausfinden, wie das Label Zentralschweizer Lamm entstanden ist und welche Vor- und Nachteile es für die Lammzüchter und für die Konsumenten hat. Weiter will ich die Marktnischen identifizieren, welche durch das Label besetzt werden können.

Meine Arbeit soll aufzeigen, welche Aufwände eine nachhaltige Lammzucht mit sich bringt, damit der Konsument mit gutem Gewissen Schweizer Lammfleisch essen kann.

1.3. Methoden

Ich werde einen zertifizierten Schafhalter bei seiner Arbeit begleiten und herausfinden, welche Bedingungen erfüllt sein müssen, um unter dem Label Zentralschweizer Lamm zu produzieren.

Anhand eines Interviews mit dem Geschäftsführer des Labels werde ich herausfinden, wie ein Label in der heutigen Zeit überleben kann und welchen Einfluss diese Organisation auf die Lammzüchter hat. Als Ergänzung nehme ich Internetquellen und Fachliteratur zur Hilfe.

2. Hauptteil

Um den Zusammenhang zwischen dem Bedürfnis des Fleischkonsums und der Entstehung eines Labels zu verstehen, beschäftige ich mich im Hauptteil als erstes mit dem menschlichen Nahrungsbedürfnis in der Schweiz und wie sich der Fleischkonsum in den letzten Jahren verändert hat. Danach gehe ich vertieft auf die Lammfleischproduktion im Rahmen des jungen Labels Zentralschweizer Lamm ein. Den Praxisbezug stelle ich mittels Begleitung eines zertifizierten Schafhalters bei seiner täglichen Arbeit her.

2.1. Analyse des menschlichen Nahrungsbedürfnisses

2.1.1. Bedürfnispyramide nach Maslow

Die Maslow-Pyramide zeigt auf, welche Bedürfnisse erfüllt sein müssen, um überhaupt höhere Bedürfnisse zu entwickeln. Das Fundament bilden dabei physiologische Bedürfnisse, welche das körperliche Überleben sicherstellen. Das heisst, wir brauchen Luft, Wärme, Wasser und eben Nahrung um unser Überleben zu sichern. In der heutigen Konsumgesellschaft, wo die Menschen eher an Selbstverwirklichung als an das Verhungern denken, wird die Bedeutung der untersten Ebene kaum mehr wahrgenommen. Wir jagen nicht mehr selber, sondern versorgen uns vom gewaltigen Nahrungssortiment aus dem Supermarkt. Der Konsument bewegt sich also eher auf den höheren als auf den tieferen Pyramidenebenen.



Dies führt dazu, dass entweder äusserst unbewusst Nahrung, in meiner Arbeit Fleisch, konsumiert wird oder aber dazu, dass sich Konsumenten via einen bewussten Fleischkonsum „selber verwirklichen“. Daher gibt es heute ein Konsumentensegment, das neben qualitativen Faktoren wissen will, woher ihr Fleisch stammt und wie das Tier gelebt hat. Diese Konsumenten fordern eher eine umwelt- und tierfreundliche Produktion und sind bereit dafür mehr zu bezahlen. Um diese Ansprüche zu erfüllen, suchen Bauern neue Wege. Beispielsweise investieren sie in die Nachhaltigkeit ihrer Produktion, indem sie weniger Dünger, Pflanzenschutzmittel und betriebsfremdes Krafffutter verwenden. Um diese Anstrengungen den Konsumenten zu kommunizieren, stellen sich solche Betriebe unter verschiedene Labels.

2 Abb. 2: Wikipedia, (2018) *Maslow-Pyramide*, https://de.wikipedia.org/wiki/Maslowsche_Bed%C3%BCrfnishaierarchie (zuletzt besucht am 12.12.2018)

2.1.2. Fleischkonsum in der Schweiz

Der Fleischkonsum in der Schweiz ist rückläufig. Gemäss Proviande war der Fleischkonsum pro Kopf 1969 letztmals so tief wie heute. Die Konsumenten sind flexibler geworden und das Angebot von Fleischalternativen ist gewachsen. Weiter spielen Umwelt-, Tierschutz- und Gesundheitsüberlegungen eine Rolle. Es ist einfacher geworden sich fleischlos zu ernähren. So nimmt die Zahl veganer Restaurants zu, weil das veränderte Essverhalten die Nachfrage nach solchen Angeboten steigert.³

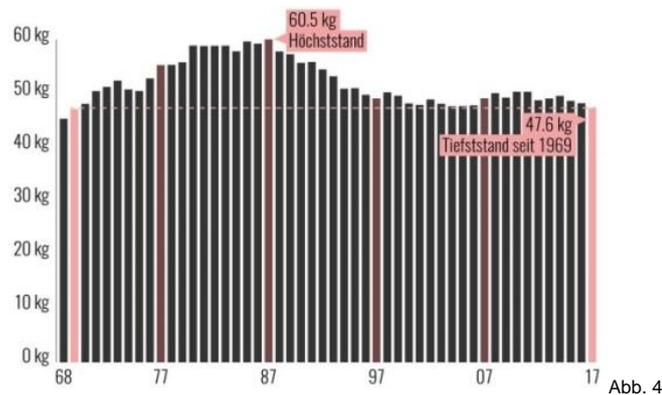


Abb. 4

2.1.3. Lammfleischproduktion in der Schweiz

Die Haltung von Schafen zur Gewinnung von Fleisch, Wolle und Milch hat in der Schweiz eine lange Tradition, spielt jedoch für das Einkommen der Landwirte heute eine untergeordnete Rolle. Das Produkt Lammfleisch wird bei den Konsumenten positiv wahrgenommen.

Um die aktuelle Situation in der Schweizer Lammfleischbranche darzustellen, Potenziale und zukünftige Möglichkeiten für die Produzenten aufzuzeigen, führte die Berner Fachhochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaft ein Studie durch. Dabei sind bereits vorhandene wissenschaftliche Erkenntnisse und statistische Recherchen (Proviande, BFS, BLW, Agristat, Eidg. Zollverwaltung) eingeflossen. Diese Studie brachte zur aktuellen Produktion folgende Erkenntnisse hervor: Die Schweizer Lammfleischproduktion deckt rund 40 % des inländischen Bedarfs ab. Der Anteil von importiertem Lammfleisch lag 2016 bei 63 %. Es werden vorwiegend Edelstücke in die Schweiz importiert, welche möglichst ausgebeint und verkaufsfertig sind. Wie in anderen landwirtschaftlichen Sektoren ist auch bei der Schafhaltung ein Strukturwandel zu beobachten – mit Tendenz zu grösseren Betrieben. Die Lammfleischproduktion gilt als interessante Alternative, beispielsweise zur Milchviehhaltung.

³ Watson.ch, Jaqueline Büchi, (2018) *Der Fleischkonsum ist in der Schweiz auf ein Rekordtief gesunken– das sind die Gründe*, <https://www.watson.ch/schweiz/konsum%20-%20detailhandel/665386284-schweizer-essen-so-wenig-fleisch-wie-seit-49-jahren-nicht-mehr> (zuletzt besucht am 15.12.2018)

⁴ Abb.4: Watson.ch, Lea Senn, (2018) *Konsum der vier Fleischsorten Rind, Kalb, Schwein und Geflügel pro Jahr und Person*, <https://www.watson.ch/schweiz/konsum%20-%20detailhandel/665386284-schweizer-essen-so-wenig-fleisch-wie-seit-49-jahren-nicht-mehr> (zuletzt besucht: 15.12.2018)

Das Angebot an Schweizer Lammfleisch ist durch saisonale Schwankungen geprägt. Der erste Peak ist im März, wenn die Wanderherden aufgelöst werden und die ausgemästeten Weidelämmer schlachtreif sind. Ein zweiter Höhepunkt liegt im September nach Ende der Alpsaison. Geschlachtet wurden im Jahr 2016 gemäss Proviande rund 240 000 Lämmer und Schafe. Damit lag der Inlandanteil beim Lammfleischkonsum im Jahr 2016 mit 37 % deutlich niedriger als beim Rind- und Schweinefleisch (85 % bzw. 96 %).

Die Produktion von hiesigem Lammfleisch hat aber ein sehr gutes Image. Die Schafe werden nicht intensiv gemästet und sind meistens draussen. Rund die Hälfte der Schafe verbringt den Sommer auf einer Alp. Die Nachfrage nach Schweizer Lammfleisch nimmt zu, seit der Artikel 48 der Schlachtviehverordnung die Importmenge von den Inlandschlachtungen abhängig macht. Dies hat das Schlachten von Schweizer Lämmer wieder lohnender gemacht. Hinzu kommen Unterstützungsbeiträge für nachhaltige Landwirtschaft.⁵

Lammfleisch gilt eindeutig als Trendprodukt. Es wird von den Konsumenten als gesunde Alternative zum Schweinefleisch wahrgenommen. Lammfleisch ist ein Nischenprodukt mit Wachstumspotenzial. Mit seiner naturnahen Produktion trifft es den Nerv der Konsumenten. Hier wird die Zusammenarbeit und Innovationskraft der Branche gefordert sein. Vor allem verarbeitete Produkte könnten zukünftig noch an Bedeutung gewinnen, weil für viele Konsumenten die Zubereitung von Lamm eine Herausforderung darstellt.⁶

2.2. Geschichte der Schweizer Schafzucht

Schafe gehören zu den ältesten Haus- und Nutztieren der Welt. Vor rund 9'000 Jahren wurde das Schaf im vorderen Orient erstmals domestiziert. Das Schaf stammt vom Wildschaf "Ovis ammon" ab, das heute noch in verschiedenen Teilen Asiens und Nordamerikas vorkommt. Bis ins 14. Jahrhundert wurden die Schafe hauptsächlich zur Fleisch-, Milch- und Fellerzeugung gehalten und als Opfertier eingesetzt.⁷

In Europa hat die Schafzucht stark an Bedeutung verloren. Die Hauptgebiete der Schafzucht liegen in Australien, Südwestafrika und Argentinien. In der Schweiz erscheinen die Hausschafe um 5000 v.Chr. in den jungsteinzeitlichen Siedlungen und in den ersten Seeufersiedlungen des Mittellands (bis 4100 v.Chr.), wo sie mit den Ziegen unter den Haustieren dominierten. Im Mittelalter spielte die Schafhaltung eine wichtige Rolle. Schaffelle, Käse und Wolltücher wurden häufig für grundherrschaftliche Abgaben verwendet. Die Alpbewirtschaftung in der Schweiz ist archäolo-

5 Schweizer Fleisch, (2018) *Hier geht's zum feinen Schweizer Lamm*, <https://www.schweizerfleisch.ch/gastronomie/tipps-tricks-fuer-die-fleischzubereitung/weitere-themen/hier-gehts-zum-feinen-schweizer-lamm.html>, (zuletzt besucht: 15.12.2018)

6 Foodaktuell.ch, Franziska Götzke, (2018) *Lamm: Ein Nischenprodukt mit Zukunft*, <https://www.foodaktuell.ch/lamm-ein-nischenprodukt-mit-zukunft>, (zuletzt besucht: 17.12.2018)

7 Landwirtschaft.ch, (2018) *Schafhaltung*, <https://www.landwirtschaft.ch/wissen/tiere/schafhaltung>, (zuletzt besucht: 28.12.2018)

gisch belegt. Im späten Mittelalter wich eine auf der Verbindung von Schafzucht und Ackerbau beruhende Landwirtschaft besonders in den Zentralalpen immer mehr der Grossviehhaltung aus.

Das Wegfallen von Brache und Allmend sowie die Umstellung auf die rentablere Rindviehhaltung und Milchwirtschaft im Zuge der agrarwirtschaftlichen Reformen des 19. Jh. verdrängte die extensive Bodennutzung und führte zu einem Rückgang der Schafhaltung. Ab den 1960er Jahren nahmen die Schafbestände wieder merklich zu. 2005 wurden mit 446'350 Schafen etwa gleich viele gezählt wie 140 Jahre zuvor. 1917 erfolgte die Gründung des Schweizerischen Schafzuchtverbands. Seit 1937 werden Leistungsprüfungen durchgeführt.⁸

Die meisten Schafzüchter betreiben heute durch die wenig Arbeit erfordernden Tiere Nebenerwerbslandwirtschaft. 2015 weideten in der Schweiz etwa 350'000 Schafe. Für das Einkommen der Landwirte haben sie eine untergeordnete Bedeutung. Wichtig sind die kleinen Wiederkäuer vor allem für die Pflege der Landschaft. Sie nutzen Wiesen, Weiden, hochgelegene Alpen und sogar steile Abhänge, die das Rindvieh nicht mehr beweiden kann. Schafe stellen geringe Ansprüche an das Futter und sind widerstandsfähig.⁹

2.3. Zentralschweizer Lamm – ein junges Label mit Potenzial

Im folgenden Kapitel gehe ich vertieft auf die nachhaltige Lammfleischproduktion unter dem Label Zentralschweizer Lamm ein. Ich will aufzeigen wie das Label entstanden ist und wie es sich in den entsprechenden Marktnischen platziert.

Lammfleisch ist ein Produkt mit Wachstumspotenzial. Es ist ein Trendprodukt, das durch die naturnahe und nachhaltige Herstellung sensitive Kundensegmente anspricht. Diese Marktnischen werden durch das Label Zentralschweizer Lamm besetzt. Die folgenden Informationen stammen aus dem Interview mit dem Geschäftsführer von Zentralschweizer Lamm.¹⁰

2.3.1. Das Zentralschweizer Lamm

Zentralschweizer Lamm ist ein wirtschaftliches Wiedererkennungszeichen und ein eindeutiges Identifikationszeichen für Zentralschweizer Lammfleisch. Das Label bringt seit 2015 regionales Lammfleisch mit einem starken Nachhaltigkeitsversprechen und besonders hoher Qualität auf den Markt. Die Tiere werden sehr tierfreundlich gehalten, verbringen während der Vegetationszeit die meiste Zeit draussen und fressen vorwiegend betriebseigenes Futter. Durch unabhängige Kontrollen und eine lückenlose Rückverfolgbarkeit der Produkte wird eine sehr hohe Glaubwürdigkeit gewährleistet. Das Fleisch wird von den zertifizierten Höfen hergestellt, in einer regionalen

⁸ Historisches Lexikon der Schweiz, (2012) *Schaf*, <http://mobile.hls-dhs-dss.ch/m.php?article=D13947.php>, (zuletzt besucht: 28.12.2018)

⁹ Landwirtschaft.ch, (2018) *Bedeutung der Schafhaltung*, <https://www.landwirtschaft.ch/wissen/tiere/schafhaltung/bedeutung>, (zuletzt besucht: 29.12.2018)

¹⁰ Werner Wicki, Geschäftsführer Zentralschweizer Lamm, 5. Dezember 2018

Metzgerei verarbeitet und regional verkauft. So sind kurze Verarbeitungswege garantiert. Das Fleisch kommt aus den Kantonen Uri, Schwyz, Zug, Luzern, Ob- und Nidwalden.¹¹



Abb.12

2.3.2. Der Entstehungsprozess des Labels

Für die Entstehung des Labels brauchte es als erstes eine Idee. Bei der Gründung des Luzerner Schafhaltervereins im März 2012 war es ein Ziel, qualitativ hochstehende Lammfleischprodukte in der Region besser zu vermarkten. Markus Wechsler (Inhaber der Wechsler Metzger, Schafhalter und Vorstandsmitglied des Schafhaltervereins) hatte schon früh die Idee für eine regionale Vermarktung eingebracht und knüpfte bereits Kontakte mit möglichen Absatzpartnern. An einer landwirtschaftlichen Infoveranstaltung im Berufsbildungszentrum Natur und Ernährung Schüpfheim im 2013, kamen Ernst Vogel (Präsident Zentralschweizer Schafhalterverein), Werner Wicki (Geschäftsführer Zentralschweizer Lamm) und Lisa Landert (Projektkoordinatorin von Agridea) in Kontakt. Zusammen verfeinerten sie die Idee für ein Label und gaben den Ausschlag für die Planung und Umsetzung.

Das Label wurde schliesslich im Jahr 2015 vom Zentralschweizer Schafhalterverein gegründet. Der Produktionsstart erfolgte im selben Jahr mit 21 Betrieben. Die Trägerschaft ist der Verein selbst. Es werden pro Jahr rund 5000 Lämmer und 500 Alt-Schafe geschlachtet.

2.3.3. Voraussetzungen für die Label-Gründung

Um ein Label ins Leben zu rufen müssen verschiedene Kriterien und Voraussetzungen erfüllt sein. Dazu gehören eine Differenzierung zu den herkömmlichen Produkten, ein Konsumenten-segment, das bereit ist den Mehrpreis zu bezahlen, eine finanzielle-, projektbezogene Starthilfe und Marktpartner (Produzenten, Verarbeiter und Detaillisten).

¹¹ Zentralschweizer Lamm, (2018) *Natürlicher Genuss aus der Region*, <https://www.zentralschweizerlamm.ch/zentralschweizer-lamm.html>, (zuletzt besucht: 25.11.2018)

¹² Abb. 12: Werner Wicki, (2018) *geschütztes Logo Zentralschweizer Lamm*

2.3.4. Entwicklung

Die Zahl der zertifizierten Betriebe hat sich seit der Gründung des Labels kontinuierlich gesteigert. Im November 2018 waren total 54 Produzenten zertifiziert. Aktuell werden nur noch Produzenten aufgenommen, welche auch Alplämmer liefern können. Solche Lämmer verbringen den Sommer komplett auf der Alp.

2.3.5. Finanzierung

Das Label muss ab 2019 selbsttragend sein. Eine gewisse Unterstützung wird über die Mitgliedschaft bei „Das Beste der Region“ ausgelöst. Pro Schlachtlamm wird ein Projektbeitrag von CHF 8.00 (5.00 ab 2019) und ein jährlicher Betriebsbeitrag von CHF 100.00 in Rechnung gestellt. Die Steuerungsgruppe arbeitet ehrenamtlich. Der Geschäftsführer arbeitet im Stundenlohn.

2.3.6. Bekanntmachung

Es gibt verschiedene Methoden um ein Label bei Bauern, Händlern und Konsumenten bekannt zu machen. Werner Wicki und sein Team gehen an landwirtschaftliche Fachausstellungen, publizieren in bäuerlichen Medien, versenden Unterlagen und pflegen direkten Kontakt mit Schafhaltern. Bei den Händlern und Detaillisten wird die Werbung über den Verarbeiter Wechsler Metzger mittels Fachzeitschriften und Direktkontakten betrieben. Mit Auftritten an der LUGA und der Vermarktung über Grossverteiler (z.B. Migros) steigert das Label seine Bekanntheit bei den regionalen Konsumenten. Das Label will bewusste Konsumenten ansprechen, welche auf Regionalität, Qualität und nachhaltige Produktion setzen. Zielgruppen sind ebenfalls Grossküchen und Gastronomiebetriebe mit ökologischer Ausrichtung.¹³

2.3.7. Ziele

Das Label fördert die regionale Wertschöpfung, will kurze, direkte Lieferwege und sich als DER Lammfleischlieferant in der Zentralschweiz platzieren. Gleichzeitig will man die Konsumenten für regionale und nachhaltige Lammfleischprodukte begeistern.

2.3.8. Vorteile für die Schafhalter

- + Besseres Einkommen dank Zuschlägen zu den herkömmlichen Fleischpreisen.
- + Lieferung von Lämmern mit höherem Gewicht ohne Abzüge.
- + Möglichkeit auf Weiterbildung.
- + Neutrale Klassifizierung und detaillierte Schlachtergebnisse pro Tier für die Weiterentwicklung des Betriebes.
- + Kein Handel zwischengeschaltet – Direktkontakt und Feedback Verarbeitungsbetrieb

¹³ Werner Wicki, Geschäftsführer Zentralschweizer Lamm, 5. Dezember 2018

2.3.9. Nachteile für die Schafhalter

- Erfüllen Lämmer bei der Schlachtung die Qualitätsvorgaben nicht, fallen die Label Zuschläge weg, die Projektabzüge werden aber dennoch erhoben.
- Lämmer müssen direkt in den Schlachthof geliefert werden.
- Administrationsaufwand durch Einzelregistrierung der Tiere.
- Aufwendigere Schlachtvorbereitungen mit Ausscheren bestimmter Körperzonen.
- Schlachtlämmer dürfen nicht älter als 10 Monate sein.

2.3.10. Einfluss des Labels auf den Fleischpreis der Schweiz

Der Marktanteil des zertifizierten Lammfleisches ist zu klein um einen signifikanten Einfluss auf den Schweizer Fleischpreis zu haben. Jedoch hat das Label Modellcharakter und wird bereits in verschiedenen Regionen der Schweiz angewendet. Mit der Nachfragesteigerung in der Zentralschweiz ist der Markt heute flüssiger als früher und der Preisdruck kleiner.

2.3.11. Weiterentwicklung und Zukunftsaussichten für das Label

Momentan ist keine aktive Weiterentwicklung des Labels geplant. Erste Priorität hat die Sicherung des langfristigen Bestands des Labels. Die Partnernetzgerei ist mit den Schlachtungen aktuell nahe an der Kapazitätsgrenze.

Das Label arbeitet in Richtung einer asaisonalen Ausrichtung der Produzenten. Diese sollen dann produzieren, wenn die Nachfrage am grössten ist. Gleichzeitig versucht man die Qualität sowie die Nachfrage der Konsumenten nach regionalen Produkten zu steigern. Zudem ist im politischen Umfeld eine Unterstützung regionaler Labels durch die Agrarpolitik AP22+ wünschenswert.¹⁴

2.4. Praktische Umsetzung in einem zertifizierten Betrieb

Die Schafhalter bilden das Fundament des Labels Zentralschweizer Lamm. Gleichzeitig können die Bauern von einer Mitgliedschaft profitieren. Sie müssen aber ein detailliertes Produktionsreglement erfüllen, was ein Mehraufwand bedeutet. Das Label will damit den Betrieben eine Möglichkeit geben, ihre Schafhaltung als professionellen Betriebszweig zu fördern. Im Folgenden wird die praktische Umsetzung der für die Betriebe relevanten Bestimmungen am Beispiel des Familienbetriebs Waldis in Gersau, SZ aufgezeigt. Die folgenden Informationen stammen aus dem Interview mit Toni Waldis.¹⁵

¹⁴ Werner Wicki, Geschäftsführer Zentralschweizer Lamm, 5. Dezember 2018

¹⁵ Toni Waldis, zertifizierter Schafhalter, 20. Dezember 2018

Die Familie Waldis hält seit 1975 Alplämmer. Die Herde zählt rund sechzig Mutterschafe. In den Geburtsperioden steigt der Bestand bis auf 140 Tiere. Die meisten Tiere gehören zur robusten Rasse des weissen Alpenschafs. Toni Waldis betreibt mit seinem Sohn Philipp den Hof im Teilpensum. Der Betrieb ist seit drei Jahren dem Label unterstellt und liefert dem Label-Schlachtbetrieb (Wechsler Metzger) im Mai und Oktober den Grossteil seiner Lämmer. Der Transport geht zu Lasten des Halters und ist Label-intern organisiert.

2.4.1. Anforderungen an den Betrieb

Als Grundlage für die Zertifizierung eines Schafbetriebs müssen diverse gesetzliche Bestimmungen zu Tier- und Gewässerschutz, Futtermittel, etc. erfüllt sein. Der Betrieb muss dem Zentralschweizer Schafhalterverein angehören und mit diesem eine Produktionsvereinbarung abschliessen. Dazu kommt das Erfüllen des ökologischen Leistungsnachweises gemäss Direktzahlungsverordnung sowie der Bestimmungen von IP- oder Bio-Suisse. Die Lammhaltung kann auf einem oder in Arbeitsteilung auf mehreren Betrieben erfolgen.¹⁶

Schafhalter Toni Waldis muss als Produzent qualitätsfördernde Massnahmen bezüglich Haltung (Fressplatz- und Liegefläche), Fütterung, Zucht und Tiergesundheit auf dem Betrieb umsetzen. Das Futter besteht zum grössten Teil aus betriebseigenem Raufutter (Gras, Heu). Die Tiere geniessen ein maximales Mass an Freilauf. Wichtige Daten wie Geburtsdatum, Besitzerwechsel, Schlachtdatum müssen laufend im Herdenbuch SheepOnline aktualisiert werden. Die Daten werden so an die Geschäftsstelle vom Projekt Zentralschweizer Lamm übermittelt.

2.4.2. Anforderungen an die Tiere

Die Tiere müssen in der Zentralschweiz geboren sein und dort ihr Leben ununterbrochen auf einem der zertifizierten Betriebe verbracht haben. In den ersten drei Tagen nach der Geburt müssen die Lämmer mit Label-Ohrenmarken versehen werden. Die Geburt sowie jede Standortverschiebung müssen im Herdenbuchprogramm „SheepOnline“ erfasst werden. Es werden hohe Anforderungen an die Qualität des Lammfleisches gestellt. Die Schlachtkörperqualität wird von Experten vor der Schlachtung in einer 2-stufigen Skala für Fleischigkeit (X, A, T, H C) und Fett (1-5) festgestellt. Ein T3 Lamm gilt dabei als Mittelwert. Die Lämmer dürfen bei der Schlachtung nicht älter als 10 Monate sein. Das Schlachtgewicht darf dabei 25 kg nicht überschreiten.¹⁷

2.4.3. Beispielrechnung: Einfluss auf den Schlachtertrag

Die folgende Beispielrechnung zeigt auf, welchen Einfluss eine Zertifizierung auf den Schlachtertrag in einem Jahr hat. Der Berechnung liegen einige Annahmen zu Grunde, welche in etwa dem

¹⁶ Zentralschweizer Schafhalterverein (2015) Produktionsreglement Zentralschweizer Lamm
¹⁷ Zentralschweizer Schafhalterverein (2019) Produktionsvereinbarung «Zentralschweizer Lamm»

Beispielhof entsprechen. Die Schlachtung fand am 1. Oktober 2018 statt. T3 Lämmer dienen als Referenzqualität, da dieser Wert als Index für den Lammfleischpreis dient. Der Markpreis (MP) betrug CHF 12.10/kg.¹⁸ Im Label zertifizierte T3 Lämmer warfen CHF 1.50/kg-Schlachtgewicht (SG) mehr ab¹⁹. Die Lämmer seien im Schnitt bei 20 kg SG. Der Hof liefere 100 Lämmer pro Jahr an die Metzgerei. Die hier verwendeten Zahlen (Zuschlag pro kg, Projektabzug, Proviande) galten bis 2018. Ab 2019 gelten leicht veränderte Preise, welche hier noch nicht berücksichtigt sind.

Beispiel-Berechnung	Nicht zertifizierter Betrieb		Zertifizierter Betrieb	
	Pro Tier	Pro Jahr (x100)	Pro Tier	Pro Jahr (x100)
Schlachtpreis (SG x MP)	CHF 242.00	CHF 24'200.00	CHF 272.00	CHF 27'200.00
Transportkosten	CHF -8.00	CHF -800.00	CHF -8.00	CHF -800.00
Admin/Waage	CHF -3.00	CHF -300.00	CHF -3.00	CHF -300.00
Proviande	CHF -0.40	CHF -40.00	CHF -0.40	CHF -40.00
Projektabzug	CHF -	CHF -	CHF -8.00	CHF -800.00
Projektbeitrag pro Jahr	CHF -	CHF -		CHF -100.00
Jahresbeitrag Zentralschweizer Schafhalterverein				CHF -50.00
Total	CHF 230.60	CHF 23'060.00	CHF 252.60	CHF 25'110.00
Mehrertrag			CHF 22.00	CHF 2'050.00
Mehrertrag in %			9.5	8.9

Es zeigt sich, dass die Landwirte dank dem Label ihren Schlachtertrag um knapp 10 % steigern können. Der Unterschied zwischen den Mehrerträgen in % pro Tier und pro Jahr stammt von den beiden fälligen Jahresbeiträgen, welche pauschal erhoben werden. Der prozentuale Mehrertrag wird grösser, wenn mehr und schwerere (bis zum höheren Maximalgewicht) Lämmer geliefert werden, da dadurch die fixen Abzüge pro Tier und Jahr weniger ins Gewicht fallen.

2.4.4.Vorteile für Toni Waldis

Toni Waldis profitiert von einem relativ sicheren Absatz zu einem höheren Preis pro Tier. Normalerweise liegt das maximale Schlachtgewicht bei 23 kg. Im Label können Tiere bis 25 kg geliefert werden, was die Herdenplanung vereinfacht und den relativen Erlös pro Tier erhöht. Insgesamt ist die Wertschöpfung pro Tier grösser, was ein besseres Einkommen erlaubt, ohne dabei die bewirtschaftete Fläche und die Herdengrösse zu erhöhen.

2.4.5.Nachteile für Toni Waldis

Für den zertifizierten Betrieb ist der administrative Aufwand deutlich grösser. Ausserdem ist der Bauer während der Geburtsperiode der Herde mehr mit dem regelmässigen Markieren der Lämmer gebunden. Vor der Schlachtung ist mit dem Ausscheren gewisser Körperpartien der Lämmer ein zusätzlicher Arbeitsschritt im Stall hinzugekommen. Die übers Jahr fixen Abgaben drängen

¹⁸ (2019) Märkte- Lämmer, *Bauernzeitung*, 11. Januar 2019, Seite 36
¹⁹ Wechsler Metzger (2018) Viehabrechnung Nr. 4341 Anton Waldis, 1. Oktober 2018

die Bauern zu einem gewissen Mindestvolumen an Schlachtlämmer. Der zusätzliche Aufwand rechnet sich finanziell nicht, wenn dieses Mindestvolumen nicht erreicht wird.²⁰

3. Zusammenfassung

Die heutige Gesellschaft hat die Wahl. Sie kann so viel Fleisch essen, wie sie will, sie kann sich umweltfreundlich verhalten, indem sie auf Fleisch verzichtet oder sie kann es sich leisten einen höheren Preis für nachhaltig produziertes Fleisch zu bezahlen. Wenn wir den Fleischkonsum in der Schweiz betrachten, fällt uns auf, dass sich dieser verändert hat. Wir essen nicht mehr so viel Fleisch wie vor ein paar Jahrzehnten. Daneben gibt es in der Schweiz Konsumentensegmente, welche bereit sind, für nachhaltig und lokal produzierte Lebensmittel höhere Preise zu bezahlen. Gleichzeitig sinkt der gesamte Fleischkonsum pro Kopf kontinuierlich. Das zwingt die Bauern zu einer Reaktion, um in diesem schrumpfenden Markt bestehen zu können. Gegenläufig dazu gelten Nischenprodukte wie das Lammfleisch als trendy, was den Produzenten interessante Möglichkeiten bietet. In der Schnittmenge dieser beiden Trends platziert sich das Label und füllt die Marktnische aus. Die Konsumenten profitieren dabei von der gefragten Produktionsweise, während die Produzenten höhere Preise verlangen können, ohne mehr zu produzieren.

4. Schlusswort

Meine Recherchen zeigen, dass ein Label in der heutigen Zeit, theoretisch und in der Praxis, durchaus seine Existenzberechtigung hat. Ein regionaler und nachhaltiger Produktionszyklus, der für jeden Konsumenten transparent gemacht wird, ist ein interessantes Produkt mit weiterem Marktpotential. Das Label kann das Einkommen der Schafhalter verbessern, ohne dass diese mehr Tiere halten müssen. Dies ist für mich eine richtige Reaktion auf die beiden von mir identifizierten Trends, nämlich der Bereitschaft mehr für solches Fleisch zu bezahlen und andererseits der sinkende Gesamtfleischkonsum. Es war für mich eine Bereicherung mehr über das Essverhalten unserer Gesellschaft zu erfahren und wie sich ein Nischenlabel im sich verändernden Markt platzieren kann. Besonders motivierend war für mich, die Zusammenhänge aus dem Fach Volkswirtschaft in der Praxis wiederzuerkennen.



Abb. 21

²⁰ Toni Waldis, zertifizierter Schafhalter, 20. Dezember 2018
²¹ Abb. 21: Waldis, Masi. (2018) *Schafe auf der Herbstalpe*, Privataufnahme

Quellenverzeichnis

Referenzen von Dokumenten

(2019) Märkte- Lämmer, Bauernzeitung, 11. Januar 2019, Seite 36

Wechsler Metzger (2018) Viehabrechnung Nr. 4341 Anton Waldis, 1. Oktober 2018

Zentralschweizer Schafhalterverein (2015) Produktionsreglement Zentralschweizer Lamm

Zentralschweizer Schafhalterverein (2019) Produktionsvereinbarung «Zentralschweizer Lamm»

Referenzen von Webseiten

Foodaktuell.ch, Franziska Götze, (2018) *Lamm: Ein Nischenprodukt mit Zukunft*, <https://www.foodaktuell.ch/lamm-ein-nischenprodukt-mit-zukunft>, (zuletzt besucht: 17.12.2018)

Historisches Lexikon der Schweiz, (2012) *Schaf*, <http://mobile.hls-dhs-dss.ch/m.php?article=D13947.php>, (zuletzt besucht: 28.12.2018)

Landwirtschaft.ch, (2018) *Schafhaltung*, <https://www.landwirtschaft.ch/wissen/tiere/schafhaltung>, (zuletzt besucht: 28.12.2018)

Schweizer Fleisch, (2018) *Hier geht's zum feinen Schweizer Lamm*, <https://www.schweizerfleisch.ch/gastronomie/tipps-tricks-fuer-die-fleischzubereitung/weitere-themen/hier-gehts-zum-feinen-schweizer-lamm.html>, (zuletzt besucht: 15.12.2018)

Watson.ch, Jaqueline Büchi, (2018) *Der Fleischkonsum ist in der Schweiz auf ein Rekordtief gesunken– das sind die Gründe*, <https://www.watson.ch/schweiz/konsum%20-%20detailhandel/665386284-schweizer-essen-so-wenig-fleisch-wie-seit-49-jahren-nicht-mehr> (zuletzt besucht: 15.12.2018)

Zentralschweizer Lamm, (2018) *Natürlicher Genuss aus der Region*, <https://www.zentralschweizerlamm.ch/zentralschweizer-lamm.html>, (zuletzt besucht: 25.11.2018)

Referenzen von Personen

Toni Waldis, zertifizierter Schafhalter, 20. Dezember 2018

Werner Wicki, Geschäftsführer Zentralschweizer Lamm, 5. Dezember 2018

Ehrenwörtliche Erklärung

Ich bestätige hiermit, dass:

- die vorliegende SA selbstständig durch die Verfasserin und ohne Benutzung anderer als den angegebenen Quellen und Hilfsmittel angefertigt wurde,
- die benutzten Quellen wörtlich und inhaltlich als solche kenntlich gemacht wurden,
- diese Arbeit in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner Prüfungskommission vorgelegt wurde.

Marisa Waldis, HD MO S18:

Gersau, 20. 1. 19, M. Waldis