



Veranstaltungsprotokoll

Vernetzungstreffen mit regionalen Schlachtbetrieben

Datum: 11.08.2022

Beginn: 19:00

Ende: 21:00

Teilnehmer*innen: Ronald Rocher, Frank Hahnel, Knut Kucznik, Katja Behling, Jonas Scholz, Markus Müller

Abwesend: Nora Herzlieb, Jürgen Körner (Thomas Schroeder nimmt zurzeit nur als inaktives Mitglied an der Gruppe teil.

Moderation/Protokoll: Ann-Kristin Saurma und Susanne v. Münchhausen

Tagesordnung:

1. Vorstellungsrunde und Erwartungen an das Treffen
2. Ausloten von Kooperationsmöglichkeiten

1. Vorstellungsrunde und Erwartungen an das Treffen

Markus Müller (Fleischermeister)

- Hat Schlachthof angemietet, darf selbst schlachten (Luckau)
- Angestellt bei Landschlachtereier und schlachtet dort
- liefert seine Lämmer zu Restaurants nach Berlin

2. Ausloten von Kooperationsmöglichkeiten

Von Seiten der Schäfer*innen wurde angesprochen, dass es ein generelles Interesse an der Direktvermarktung von Rindern und Lämmern gibt. Für alle Teilnehmenden war der Fahrweg für eine Schlachtung bei Markus Müller jedoch zu weit. Die Gruppe versteht sich jedoch als Multiplikator und möchte die Informationen im Schafzuchtverband weiterleiten.

Zusätzlich wurde die Frage aufgeworfen, inwiefern ein zusätzlicher Gewinn durch die Direktvermarktung entsteht. Hierzu konnte Markus Müller wertvolle Erfahrungen aus der Praxis liefern. Er merkte an, dass durch die Direktvermarktung zwar grundsätzlich ein Umsatzanstieg erzielt werden kann, aber die Gewinnspanne von Betrieb zu Betrieb sehr individuell ist. Hierzu lassen sich keine generellen Aussagen treffen. Besonders wies er auf den erhöhten Arbeitsaufwand bei der Anlieferung (Verladen, Fahrzeit, Papiere ausfüllen usw.) und Direktvermarktung von einem oder ein paar wenigen Lämmern hin. Zwar ist die Verbindung zum Restaurant oder Laden sehr wichtig, der Aspekt des damit verbundenen Zeitaufwandes darf aber nicht vernachlässigt werden.

Gemeinsam wurde erörtert, dass die Produktionsvoraussetzung (Rassevielfalt, Zeitraum der Ablammungen/Schlachtreife der Lämmer, Liefertreue) in den Betrieben und die Distanzen zwischen den Betrieben bzw. zu einer zentralen Schlachtstätte in Brandenburg gegen die Verarbeitung und Vermarktung von einer großen Zahl von Lämmern aus Partnerbetrieben sprechen. Die Schlachtung von rund 2000 Lämmern pro Jahr wären grundsätzlich im Land denkbar. Problematisch bleibt die Verarbeitung, denn die Direktvermarktung nimmt nur Rücken und Keulen ab. Schultern etc. müsste in Burger-Patties oder Wurst verarbeitet werden. Zusätzlich gestaltet sich das Aufziehen einer so großen Vermarktung schwierig. Denn es bräuchte eine(n) charismatische(n) „Verkäufer*in“ (Fleischsommelier). Diese Schlüsselperson oder externe Dienstleistung wäre unerlässlich, um in einem langjährigen Prozess Beziehungen mit Restaurants etc. in Berlin aufzubauen.

Als Fazit einigte sich die Gruppe, dass wir uns in dem Projekt WK Lammfleisch vor allem auf die Dokumentation der Schlussfolgerungen aus den Diskussionen mit den externen Expert*innen und die noch ausstehende vertiefende Betrachtung und Diskussion zu den Schlachtboxen fokussieren.