

Wildbret – Wertschöpfungsfaktor im Erwerbsforstbetrieb?

Von Jens Borchers, Matthias Gommlich und Christian Wegmann, Donaueschingen

An der Rolle der Jagd im Forstbetrieb scheiden sich die Geister: Während aus forstlicher Sicht jagdliche Aktivitäten oftmals primär aus der waldbaulichen und naturschutzpolitischen Perspektive gesehen werden [1], herrscht in Jagdkreisen mitunter die Ansicht vor, die wirtschaftliche Bedeutung der Jagd würde weit vor der Holznutzung rangieren [4, 5]. Unstreitig ist, dass ein wesentlicher Teil der Wertigkeit der Jagd aus dem Erlös des erbeuteten Wildbrets stammt. Was kann tatsächlich mit dem Verkauf oder sogar der Veredelung von Wildbret im Erwerbsforstbetrieb verdient werden? Dieser Frage wurde anhand der exemplarischen Analyse des Wildbretverkaufs in fünf privaten Forstbetrieben nachgegangen.

Der gesamte Umsatzanteil der Position „Jagd“ lässt sich, abhängig von der jeweils aktuellen Holzlerössituation und der nachhaltigen Einschlagsmöglichkeit des Forstbetriebes, grob auf eine Spanne von 1 bis 8 % schätzen. Diese Größenordnung ergibt sich bei Unterstellung der (Netto-) Kennziffern aus Tab. 1:

Tab. 1: Umsatzanteil Jagd im Erwerbsforstbetrieb

Holzroherlös	50 – 70 €/Fm
Holzumsatz (bei 6 bis 10 Fm/ha/a)	300 – 700 €/ha
Jagdertrag (bei Option Verpachtung)	5 – 25 €/ha
Umsatzanteil Jagd	1 – 8 % ¹⁾

Aus der Kalkulation wird deutlich, dass die Jagd im Forstbetrieb, jedenfalls aus der Umsatzperspektive gesehen, eine eher untergeordnete Rolle spielt. Die vorliegende Untersuchung beschränkt sich daher auf die Frage, welche wirtschaftliche Bedeutung das Produkt Wildbret innerhalb der jagdlichen Sphäre hat und ob ggf. durch zusätzliche Aktivitäten der Vermarktung aus dem in der Regiejagd erlegten Wild betriebswirtschaftlich sinnvolle Alternativen

zur Jagdverpachtung erwachsen können. Angeregt wurde die Untersuchung von den Bemühungen zahlreicher, neuerdings auch öffentlich-rechtlicher Forstbetriebe, ihr Tätigkeitsfeld um Veredelungsaktivitäten im Wildbretbereich zu erweitern²⁾.

Alternativen der Wildbretvermarktung

Reiht man die Möglichkeiten der Veredelungstiefe beim Wildbretverkauf, so reicht die Spanne von der Vermarktung an den Wildhändler bis zur Selbsterstellung von bearbeiteten Fleisch- und Wurstwaren, die an den Endverbraucher verkauft werden. Dazwischen steht die Vermarktung von ganzen Wildkörpern, die abgedeckt und grob zerlegt an Kunden aus dem Gastronomiebereich verkauft werden. Es liegt auf der Hand, dass die Erlöse um so höher liegen, je intensiver die Wertschöpfungsaktivitäten ausgeprägt sind. Mit zunehmender Veredelungstiefe steigen aber auch die Vorleistungskosten, sodass sich die Frage stellt, welche Deckungsbeiträge auf den verschiedenen Wertschöpfungsebenen tatsächlich erzielt werden können.

a) Verkauf an Wildhändler

Aus Gründen der Arbeitersparnis, aber auch wegen den geringeren Ansprüchen

¹⁾ Die Berechnung der in dieser und den weiteren Tabellen mitgeteilten Kennziffern erfolgte „über Kreuz“, d.h. die Minima werden jeweils in Beziehung zu den Maxima gesetzt (vice versa), um die mögliche Spannbreite voll zu erfassen.

²⁾ Derartige Versuche haben die Landesforstverwaltung Berlins und die Niedersächsische Landesforstanstalt und Landesforsten Rheinland-Pfalz unternommen.

Untersuchungsmethode

Untersucht wurden fünf, nach eigener Aussage klar erwerbswirtschaftlich orientierte Privatforstbetriebe in Deutschland. Von diesen Betrieben lag einer im Norden, zwei in der Mitte Deutschlands und zwei in Süddeutschland. Insgesamt betrug die im Untersuchungszeitraum (Kalenderjahr 2007) analysierte Verkaufsmenge 39 000 kg Wildfleisch. Zum Netto-Preisniveau für unveredelte Ware in Tab. 2 ist anzumerken, dass der norddeutsche Betrieb keine unveredelte Ware anbietet und daher aus eigener Erfahrung keine Angaben zum Preisniveau machen konnte³⁾:

Unterstützt durch einen standardisierten Fragebogen, der den Betrieben zur Vorbereitung einige Tage vor der Bereisung durch den Untersucher zugesandt wurde, konnte ein persönliches Interview geführt werden, das der systematischen Erhebung sämtlicher mit der Wildbretveredelung verbundenen Umsatz- und Kostenpositionen diene. Bei der Auswahl der fünf Betriebe wurde darauf geachtet, dass jeweils unterschiedliche Verkaufsmethoden und Wertschöpfungstiefen angewandt werden.

Tab. 2: Netto-Preisniveau für nicht veredeltes Wildbret (jeweils in €/kg gewogen in der Decke mit Haupt)

Region	Süd 1 + 2	Mitte 1	Mitte 2	Nord
Rehwild	6,31 - 6,54	4,77 - 5,98	4,61	k.A.
Rot- und Damwild	5,61 - 6,54	k.A.	k.A.	k.A.
Schwarzwild	4,67 - 4,61	4,77 - 5,98	4,07	k.A.

an die bei der Veredelung erforderlichen fleischhygienerechtlichen Vorleistungen [6] wählen vor allem Forstbetriebe mit großen Regiejagden den einfachsten Vermarktungsweg und verkaufen einen Großteil ihrer Strecke an spezialisierte Wildhändler. Dabei sind Wildpreise (netto, bahnfertig, frei Hof) zwischen 1,40 €/kg (Schwarzwild) und 3,20 €/kg (Rehwild) üblich. Dazwischen liegen Dam-, Rot- und Sikawild mit 1,70 bis 2,30 €/kg⁴⁾. ▶

³⁾ Es werden grundsätzlich Netto-Preise ohne Berücksichtigung der Mehrwertsteuer mitgeteilt, weil davon auszugehen ist, dass die meisten größeren Forstbetriebe für das Regelbesteuerungsverfahren optieren.

⁴⁾ Hierbei handelt es sich um ein mittleres Preisniveau. Örtlich wird mehr, aber auch weniger gezahlt.

Dr. J. Borchers ist selbstständiger Managementberater in Donaueschingen.
M. Gommlich ist selbstständiger Forstconsultant in Lenzkirch.
C. Wegmann ist Student der Forstwissenschaften an der Universität Freiburg.



Jens Borchers
j.borchers@ff-forst.de

Diesen auf den ersten Blick niedrigen Erträgen stehen auf der Aufwandsseite die geringstmöglichen Positionen gegenüber, die sich auf den Abschreibungs- und Unterhaltungsaufwand für die Kühlkammer und deren Ausstattung, einen (ggf. kalkulatorischen) Mietansatz für die Gebäudebenutzung sowie die Entsorgungskosten für die Aufbrüche (Konfiskat) beschränken. Hinzu kommt, bei Anfall von Schwarzwild, noch der Personal-, Fahrt- und Gebührenaufwand für die Trichinenschau.

Zusammengenommen lag die Spanne für diese Vorleistungen bei den untersuchten Betrieben zwischen 0,45 und 0,80 €/kg, wobei die Trichinenuntersuchung 0,16 €/kg ausmachte. Personalkosten spielen auf dieser Wertschöpfungsebene (bis auf die Trichinenschau) keine Rolle, weil unterstellt wird, dass der Erleger das Stück ordnungsgemäß versorgt und in der Wildkammer bzw. Kühlzelle aufhängt, wo es der Wildhändler abholt.

Im Ergebnis resultiert demnach ein Reinerlös für den Forstbetrieb zwischen 0,40 bis 2,15 €/kg Wildbret⁵⁾.

b) Verkauf ganzer Stücke

Wählt man die vor allem in fremdenverkehrsgeprägten Regionen gegebene Option, ganze Stücke an die Gastronomie zu vermarkten, können Preise zwischen 5,16 bis 6,31 €/kg erzielt werden, wobei die Spanne zwischen den genannten Beträgen auf die gleichen Gründe wie bei den Wildhändlerpreisen zurückzuführen ist. Allerdings stehen dem im Vergleich zur Wildhändleroption nicht unerheblichen Mehrerlösen Aufwandspositionen gegenüber, die aus Servicetätigkeiten wie dem Abdecken, Zerwirken und Anliefern der Stücke zum Kunden resultieren – Vorleistungen, die i.d.R. Bedingung für diesen Vermarktungsweg sind, weil sie dem Kunden die hygienerechtlich vorgeschriebenen Investitionen [6] in Kühlkammer und Zerwirkraum ersparen bzw. diese auf die Abnahme von Wild in der Decke nicht eingerichtet sind.

Die Untersuchung ergab, dass für die Vorleistungen ein summierter Aufwand in Höhe von 1,00 bis 2,00 €/kg anfällt. Dieser setzt sich zu größeren Teilen (53 %) aus Lohnkosten zusammen, wobei mit einem Stundensatz für Aushilfskräfte (10 €/Std.) bzw. einer standardisierten Versorgungspauschale je Stück kalkuliert wurde.

⁵⁾ Auch bei der Reinertragsermittlung erfolgt die Subtraktion grundsätzlich „über Kreuz“, um die Gesamtspanne zwischen Minima und Maxima zu ermitteln. Maßgeblich für die Spannweite ist in erster Linie der Verkaufsanteil des sehr niedrig bewerteten Schwarzwilds.



Küchenfertig portionierte und eingeschweißte Ware in hygienisch einwandfreier Qualität ist beim Endverbraucher gefragt.



Wildwurst und Wildschweinschinken gehören zu den besonders gefragten Spezialitäten der Wildbretveredelung.

Fotos: Trimpert

Damit resultiert bei dieser Variante eine über der ersten Option liegende Reinertragsspanne von 3,16 bis 5,31 €/kg Wildbret.

c) Verkauf portionierter Einzelteile an Endverbraucher

Der nächste „Schritt in die Wertschöpfungstiefe“ ist die Direktansprache des Endverbraucher. Um diesen zu erreichen, müssen nicht unerhebliche Hürden überwunden werden, die mit zusätzlichen Vorleistungen in Gestalt von Personal- und Sachkosten verbunden sind, denn der Endkonsument ist nicht auf die Verwertung ganzer Stücke eingestellt, sondern kauft fertig portionierte, etikettierte und vakuumierte, z.T. auch tiefgefrostete Ware. Hierfür ist er bereit, einen höheren (Netto-)Preis zu bezahlen, der bei den

untersuchten Betrieben in einer von der Güte des Wildbretteils abhängigen Höhe von 9,30 €/kg (Schwarzwildgulasch) bis 32,71 €/kg (Rehwild-Rückenfilet) lag. Der Durchschnitt aller verkauften Stücke bewegte sich zwischen 15 €/kg (Schwarzwild) und 18 €/kg (Rehwild).

Reduziert man diese Erträge um nicht verwertbare Abfälle (Decke, Knochen, Bindegewebe) auf das faktische Ausschlachtgewicht in der Decke, so verbleibt den Betrieben nur noch ein Ertrag in einer Spanne von 4,05 bis 8,97 €/kg [6, 7]. Hiervon sind Personal- und Sachaufwendungen abzuziehen, die sich wie folgt zusammensetzen:

- **Personalaufwand** für das Portionieren, Vakuumieren und Verkaufen der Ware in einer Spanne von 1,00 bis 1,95 €/kg (die Höhe ist vor allem davon abhängig, ob Aushilfskräfte

Tab. 3: Überschusskalkulationen bei unterschiedlicher Wertschöpfungstiefe (netto Beträge in €/kg)

Verkaufsweg	Wildhändler	Gastronomie	Endverbraucher	Wurstwaren
	jeweils ganze Stücke	jeweils ganze Stücke	port. Teile	
Netto-Erlös	1,20 - 2,60	5,16 - 6,31	4,05 - 8,97	6,37 - 8,62
Vorleistungen	0,45 - 0,80	1,00 - 2,00	1,53 - 3,00	5,98 - 6,21
Überschussspanne	0,40 - 2,15	3,16 - 4,31	1,05 - 7,44	0,16 - 2,64
Mittelwert	1,28	3,74	4,25	1,40

oder fest angestellte Mitarbeiter eingesetzt werden).

- **Sachkosten** für die (kalkulatorische) Miete des Verkaufsraums, die Ausstattung und die laufenden Kosten dieses Raums (Strom, Heizung, Wasser) sowie Verbrauchsmaterialien bzw. Abschreibung für Geräte (Tiefkühlgeräte, Vakuuiergerät, Etikettiermaschine) in einer Spanne von 0,51 bis 1,01 €/kg.
- **Werbeaufwand** (v.a. Kleinanzeigen zum saisonalen Verkaufsstart, Flyer, Internetpräsenz, Angebot von Kochkursen) in einer Spanne von 0,02 bis 0,04 €/kg.

Die Aufwandspositionen addieren sich zu einer Spanne von 1,53 bis 3,00 €/kg. Damit resultiert ein Überschuss, der von einem Minimum in Höhe von 1,05 €/kg (Schwarzwild) bis zu einem Maximum von 7,44 €/kg (Rehwild) reicht.

d) Herstellung und Verkauf von Wurstwaren

Vier der fünf analysierten Betriebe hatten zur Abrundung ihres Programms noch stärker veredelte Produkte wie insbesondere Wurstspezialitäten, Wildschinken und andere „Schmankerln“ im Angebot. Hierfür wurden zwar Erlöse zwischen 13 €/kg („Beißer“) und 36 €/kg (geräucherter Schinken) erzielt. Bereinigt man diesen Betrag ebenfalls um die nicht verwertbaren Abfälle, so bleiben Netto-Erlöse von 6,37 bis 8,62 €/kg Wildbret in der Decke übrig. Stellt man diesen wiederum die kalkulierten Vorleistungen in Höhe von 5,98 bis 6,21 €/kg (Zerwirken, Herstellen, Materialeinsatz) gegenüber, so ergeben sich Überschüsse zwischen 0,16 und 2,64 €/kg.

Eine Variante hierzu wurde von einem der untersuchten Betriebe verfolgt. Er kooperiert mit einem professionellen Metzger, dem ganze Stücke zum Wildhändlerpreis

verkauft und bei dem fertige Wurstwaren zu Großhandelskonditionen zurückgekauft werden. Auf diese Weise konnte nach Abzug der Verkaufskosten eine Netto-Wertschöpfung von durchschnittlich 3,32 €/kg Wildwurst erzielt werden.

e) Kooperation mit Spezialisten

Der zuletzt gezeigte Fall ähnelt einer Alternative, für die sich einer der untersuchten Betriebe entschieden hat: Auch er kooperiert mit einem Metzgereiunternehmen, das die hälftigen Kosten der auf dem Hof des Betriebes belegenen Wildverkaufsstelle samt Kühlung übernimmt, das Verkaufspersonal stellt und ganzjährig Wildprodukte anbietet. Im Gegenzug erhält er sämtliches, im Jahresverlauf erlegte Wild des Forstbetriebes zu Standardpreisen, die je Wildart zwischen 3,27 €/kg (Schwarzwild) und 3,74 €/kg (Rehwild) liegen. Nach Abzug der minimalen Aufwände des Forstbetriebes resultiert ein Reinertragsmittel von 3,25 €/kg.

Ergebnisse

Die Überschusskalkulationen bestätigen, dass Schritte in die Veredelungswirtschaft betriebswirtschaftlich interessant sein können. Diese Aussage gilt umso mehr, wenn die über 50 % der Vorleistungen ausmachenden Personalkosten nicht entscheidungsrelevant sind, weil sie für den Forstbetrieb Fixkostencharakter haben, also mittelfristig nicht veränderbar sind. Unter dieser Prämisse steigt der durchschnittliche Deckungsbeitrag beim Gastronomieverkauf auf 4,65 €/kg, wobei diese Alternative den Vorzug besitzt, nicht mit Vorleistungen weiterer Art (wie Einrichtung und Unterhalt der Verkaufsstelle, Vakuuier- und Etikettiergerät) verbunden zu sein.

Der Deckungsbeitrag beim Verkauf an den Endverbraucher steigt nach Reduzierung um den Personalkostenanteil auf 5,73 €/kg.

Der Verkauf von hochveredelten Waren wie Wildwurst und Schinken ist in erster Linie unter dem Aspekt der Angebotserweiterung und der Versorgung von anderweitig nicht verwendbarem Wild zu sehen. Aus dem Vergleich der vorgenannten Deckungsbeitragsgrößenordnungen mit den

Angeboten der regionalen Wildhändler kann die relative Vorteilhaftigkeit der Veredelungsaktivität abgeleitet werden.

Um die erzielten Ergebnisse in den forstbetrieblichen Gesamtzusammenhang zu stellen, soll abschließend wieder der Flächenbezug der aus dem Wildbretverkauf erzielten Beträge hergestellt werden. Hierzu wird unterstellt, ein Forstbetrieb nutze pro 100 ha Waldfläche nachhaltig 10 Stücke Wild mit durchschnittlich 15 kg Verkaufsgewicht (8 Rehe à 12 kg und 2 Wildschweine à 26 kg). Dann resultieren je nach Verkaufsweg die in Tab. 4 aufgeführten flächenbezogenen Ergebnisse.

Vergleicht man die flächenbezogenen Ergebnisse des Wildverkaufs mit den durch Verpachtung in durchschnittlichen Revieren erzielbaren Beträgen, für die eine Spanne zwischen 5 und 25 €/ha/a angenommen wird, so wird die relative Bedeutung des Faktors Wildbret erkennbar [2].

Am ehesten bietet sich der Einstieg in die Veredelungswirtschaft an, wenn der Forstbetrieb über personelle oder ggf. sogar materielle Ressourcen verfügt, die, aus welchen Gründen auch immer, als Fixkosten angesehen werden oder wenn Personal vorhanden ist, das zu besonders günstigen Konditionen beschäftigt werden kann (z.B. Aushilfskräfte, Jagdhelfer).

Zwar kann es so gelingen, durch die Veredelung des in der Regiejagd erlegten Wildbrets nennenswerte Erträge zu erwirtschaften, doch stehen dem andere Kosten des Jagdbetriebs (flächenbezogene Zwangsabgaben, Aufwand für jagdliche Infrastruktur) entgegen, sodass es (wenn überhaupt) nur in Ausnahmefällen möglich sein dürfte, mit dem Wildbretverkauf in einer Profitcenterbetrachtung Reinerträge zu erwirtschaften.

Am ehesten interessant wird die den Wildbretwert nutzende Regiejagd, wenn die erzielbaren Umsätze nicht durch hohe Vorleistungen, etwa für jagdliche Infrastruktur und Personalaufwand, egalisiert werden. Eine Empfehlung könnte deshalb darin liegen, den Abschuss in der Regiejagd durch effizient jagende Jagdpartner durchführen zu lassen, die nur geringe Beträge für ihr Jagdvergnügen entrichten müssen, im Gegenzug aber zur aktiven Mitarbeit im Revier (Hochsitzbau, Wildbretverwertung) bereit sind.

Literaturhinweise:

[1] BERT, F. (2008): Wildbretgewinnung von Haar- und Federwild, hrsg. vom Deutschen Jagdschutzverband. [2] BORCHERS, J. (1999): Die Natur für sich arbeiten lassen, Wild und Hund, Nr. 9. [3] EMMERT, E. (2001): Zeitgemäße Schalenwildbejagung aus Sicht des ÖJV, Kongressbericht der 60. Jahrestagung des DFV, Göttingen 2001. [4] KUHN, W. (1999): Jagdpachteinnahmen sind kein Taschengeld, Wild und Hund, Nr. 8. [5] KUHN, W. (1999): Guter Rat ist teuer, Wild und Hund, Nr. 9. [6] KUJAWSKI, O. (2007): Wildbreygiene, München. [7] Wild und Hund (2003): Aus dem Revier in die Küche, Exklusivheft, Singhofen.

Tab. 4: Flächenbezogene Ergebnisse bei unterschiedlichen Vermarktungsvarianten (gemittelte Werte in €/ha)

Verkaufsvariante	Wildhändler	Gastronomie	Endverbraucher
Umsatz	3	9	10
./. Personalkosten	0	2	2
= Deckungsbeitrag	3	7	8
./. Sachkosten	1	1	1
Ergebnis	2	6	7