

LfL

Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft

Perspektiven und Möglichkeiten der Geflügelfleischproduktion in Bayern



Schriftenreihe

5

2004

ISSN 1611-4159

Impressum

Herausgeber: Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL),
Vöttinger Straße 38, 85354 Freising-Weihenstephan,
Internet: <http://www.LfL.bayern.de>
Institut für Ernährungswirtschaft und Markt (IEM), eMail: IEM@LfL.bayern.de
für Tierhaltung und Tierschutz (ITH), eMail: ITH@LfL.bayern.de
für Ländliche Strukturentwicklung, Betriebswirtschaft und Agrarinformatik (ILB),
eMail: ILB@LfL.bayern.de

Text: Prof. Dr. S. Graser, E. Groß, Dr. K. Damme, Dr. E. Schmidlein
Redaktion: Abt. Information, Wissensmanagement, SG Öffentlichkeitsarbeit,
Vöttinger Straße 38, 85354 Freising-Weihenstephan, Tel.: 08161/714092

1. Auflage Juli/2004
Druck: Lerchl Druck, 85354 Freising

© LfL

Die Beiträge in dieser Schriftenreihe geben die Meinung des Autors wieder.



Perspektiven und Möglichkeiten der Geflügelfleischproduktion in Bayern

Prof. Dr. S. Graser, E. Groß, Dr. K. Damme,
Dr. E. Schmidlein

Schriftenreihe der
Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft

Inhalt	Seite
Zusammenfassung	8
1 Marktsituation in Deutschland und Bayern	9
1.1 Versorgungssituation in Deutschland.....	9
1.2 Entwicklung des Verbrauchs in Deutschland	10
1.3 Geflügelmarkt in Bayern	13
1.3.1 Erzeugung	13
1.3.2 Marktversorgung.....	15
1.3.3 Ein-und Ausfuhr.....	16
1.3.4 Entwicklung der Verbraucherpreise.....	17
2 Rahmenbedingungen	17
2.1 Rechtsgrundlagen.....	17
2.1.1 Vermarktungsnormen für Geflügel	17
2.1.2 Freiwillige Vereinbarungen zum Tierschutz	21
2.1.3 Baurecht.....	22
3 Produktions- und Investitionsbedingungen	25
3.1 Lebendvermarktung.....	25
3.1.1 Arbeit.....	25
3.1.2 Investitionsbedarf und Festkosten/Mastplatz.....	26
3.1.3 Variable Kosten.....	27
3.1.4 Produktionstechnik und Verfahren.....	28
3.1.5 Erzeugerpreise	29
3.2 Direktvermarktung	31
3.2.1 Betriebs- und Familieneinkommen	33

4 Betriebswirtschaftliche Wertung für Hähnchen, Puten, Peking-Enten	34
4.1 Lebendvermarktung	37
IV.2 Direktvermarktung	43
5 Absatzmöglichkeiten, Vermarktungsmaßnahmen.....	50
6 Chancen, Grenzen/Hemmnisse	50
6.1 Zielgruppen.....	50
6.2 Potentialabschätzung, Genehmigungsverfahren	52
Literatur	53

Perspektiven und Möglichkeiten der Geflügel- fleischproduktion in Bayern

Institut für Ernährungswirtschaft und Markt

Institut für Tierhaltung und Tierschutz

Institut für Ländliche Strukturentwicklung, Betriebswirtschaft und Agrarinformatik

Prof. Dr. S. Graser, E. Groß, Dr. K. Damme, Dr. E. Schmidlein

Zusammenfassung

In der bisherigen EU wirkt sich der Produktionsüberhang von derzeit etwa sechs Prozent trotz des lebhaften Exports preisdrückend aus.

Die EU-Kommission schätzt, dass in der EU-25 auf lange Sicht ein **Überschuss an Geflügelfleisch bestehen bleiben wird**. Er soll lediglich von jährlich 700 000 t (2004) bis 2010 auf 400 000 t abnehmen. Die Produktion für den weiter steigenden Konsum wird nach der Prognose hauptsächlich von den Neumitgliedsländern erbracht.

Von den Beitrittsländern der ersten Stufe haben vor allem **Polen und Ungarn** hohe Selbstversorgungsgrade (113 bzw. 152 Prozent) und exportieren hauptsächlich nach Westen (große Zahlungssicherheit). Dadurch entsteht in Deutschland ein zusätzlicher Preisdruck.

In Deutschland wird der Bedarf an Geflügelfleisch **nur zu 41 Prozent** aus eigener Produktion gedeckt (Marktanteil deutscher Erzeugung).

Deutschland weist mit 72 Prozent den **niedrigsten Selbstversorgungsgrad in der bisherigen EU** bei Geflügelfleisch auf.

Der Pro-Kopf-Verbrauch in Deutschland lag 2002 mit 17,5 kg um knapp 22 Prozent **unter dem EU-Mittel**. Die positive Tendenz beim Konsum von Geflügelfleisch hält an. Besonders Convenience-Produkte sind zunehmend gefragt.

Die Basis für die Lebendvermarktung ist die **integrierte Vermarktungskette**. Dabei verfügt das zentrale Unternehmen neben der Schlachtung, Verarbeitung und Vermarktung in vielen Bereichen noch über eine Brüterei und ein Mischfutterwerk. Landwirte übernehmen auf Vertragsbasis die Mast. Um hier einzusteigen, sind für den Mäster **beträchtliche Investitionen** erforderlich. **Umfangreiche Baurechts- und Umweltauflagen** sind zu erfüllen.

Neubauinvestitionen in der Geflügelmast **mit Lebendvermarktung** sind bei den gegenwärtigen Kosten-Leistungs-Relationen und durchschnittlichen Produktionsbedingungen **nicht wirtschaftlich**. Mit einer deutlichen Produktionsausweitung ist daher kurz- bis mittelfristig nicht zu rechnen.

Die Gewinnmöglichkeiten in der integrierten Vermarktungskette verschlechtern sich durch den **Einstieg der Discounter** weiter.

Bei der **Direktvermarktung** sind umgebaute Altgebäude nutzbar, doch muss Marktnähe gegeben sein und es entsteht eine **hohe Arbeitsbelastung**.

Investitionen in der Geflügelmast **mit Direktvermarktung** sind nur dann wirtschaftlich, wenn beim Produktverkauf hohe Umsätze erzielt und kostengünstige Arbeitskräfte eingesetzt werden können. In einem spezialisierten Betrieb mit Direktvermarktung von Geflügelfleisch kann die gesamte Produktmenge nur zu akzeptablen Preisen abgesetzt werden, wenn vorher der Markt kontinuierlich aufgebaut worden ist.

Auseinandersetzungen mit Tierschützern sind bei der Geflügelfleischproduktion aufgrund der **Hähnchenvereinbarung** von 1997 und der **Putenvereinbarung** von 1999 nicht zu erwarten. Danach darf z. B. in der Endphase der Junghühnermast ein Gewicht von 35 kg/m² Stallnutzfläche nicht überschritten werden. Für die Broilermast liegt bereits ein erster Entwurf einer EU-Verordnung vor.

Ein weiteres Wachstum in den **Zentren der Geflügelmast** in Nordwestdeutschland ist hingegen durch Umweltprobleme mit Wirtschaftsdünger, die Gefahr von Atemwegserkrankungen, das Seuchenrisiko, starke Widerstände der Bevölkerung und Auseinandersetzungen um die Raumnutzung nahezu nicht mehr durchzusetzen.

Eine **Ausweitung der Mastgeflügelproduktion in Bayern** in größerem Umfang erscheint wegen der unsicheren Rentabilität für die Landwirte, des hohen Kapitalbedarfs und des zu erwartenden erheblichen Widerstands bei der Genehmigung **nur sehr schwer möglich**.

Die Größenstrukturen der Geflügelfleischerzeugung in Bayern sind im internationalen Vergleich **kaum konkurrenzfähig**. Die Ausgangssituation zur Eroberung zusätzlicher Marktanteile ist deshalb sehr schlecht.

Da die räumliche Verteilung der Mastbetriebe sich an der **Nähe zu Schlacht- und Verarbeitungsbetrieben** orientiert, sind die Wachstumsmöglichkeiten der Schlachtgeflügelherzeugung in Bayern stark eingeschränkt.

Jeder interessierte Landwirt muss vor einem Einstieg in die Mastgeflügelherzeugung **sehr sorgfältig prüfen**, ob er in diesem hart umkämpften Markt für sich Gewinnmöglichkeiten sieht.

1 Marktsituation in Deutschland und Bayern

Einleitung

Die Geflügelfleischerzeugung in der EU(15) hat 2003 um knapp sechs Prozent abgenommen (für die neuen Mitgliedsländer liegen noch keine Zahlen vor). Hauptursache für den Rückgang war die Vogelgrippe, die sich besonders in den Niederlanden verheerend auswirkte und auch andere Länder beeinflusste. Es wird damit gerechnet, dass die Niederlande auch in den nächsten Jahren das alte Produktionsniveau wegen der Seuchengefahr nicht mehr erreichen werden. Außerhalb der EU ist als wichtiger Geflügellieferant Thailand von der Seuche betroffen. Seit Februar 2004 ist die Einfuhr frischer Geflügelprodukte aus Thailand verboten. Sorgen bereitet den europäischen Mätern derzeit aber nicht nur die Vogelgrippe, sondern auch die hohen Futterkosten. Dadurch sinkt die Gewinnmarge der Mäster rapide.

1.1 Versorgungssituation in Deutschland

Die Chancen und Risiken bayerischer Produzenten auf dem Märkten für Mast können nicht isoliert betrachtet werden, weil eine enge Verbindung zu Märkten außerhalb Bayerns besteht. Aus diesem Grund wird erst kurz die Versorgungslage in Deutschland erläutert.

Die Bruttoeigenerzeugung von Geflügelfleisch in Deutschland belief sich nach ersten Schätzungen 2003 auf 1,07 Mio. t. Einzelheiten über 2003 liegen noch nicht vor. Für eine detaillierte Bilanz muss deshalb auf die Werte von 2002 zurückgegriffen werden. 2002 betrug die Bruttoeigenerzeugung an Geflügelfleisch in Deutschland 1,04 Mio. t. Davon wurde ein erheblicher Teil ausgeführt - 17 Prozent der Bruttoeigenerzeugung lebend und 26 Prozent geschlachtet. Wegen des intensiven Außenhandels ist der Selbstversorgungsgrad wesentlich höher als der Inlandsmarktanteil (siehe Tabelle 1). Die Tabelle zeigt neben den Bilanzposten des Gesamtsektors die Versorgungssituation der verschiedenen Arten von Geflügelfleisch.

Zur Deckung des inländischen Bedarfs von 1,44 Mio. t Geflügelfleisch mussten mehr als 800 000 t importiert werden.

Tabelle 1: Versorgungsbilanz Geflügelfleisch in Deutschland 2002*

	Einheit	Geflügel- fleisch gesamt	Hühner gesamt	davon Jungmast- hühner	Enten	Gänse	Puten u. sonst. Geflügel
Bruttoeigenerzeugung	1.000 t SG	1.038,0	639,0	586,0	45,2	4,0	349,7
Einfuhr, lebend	1.000 t SG	25,5	7,0	4,5	0,0	0,0	18,5
Ausfuhr, lebend	1.000 t SG	172,5	170,0	163,5	0,2	0,0	2,2
Nettoerzeugung	1.000 t SG	891,0	476,0	427,7	45,0	4,0	366,0
Einfuhr, Fleisch	1.000 t SG	826,2	529,7	497,7	40,8	26,8	228,9
Ausfuhr, Fleisch	1.000 t SG	274,5	201,7	192,7	10,0	3,3	59,5
Verbrauch	1.000 t SG	1.442,7	804,1	732,0	75,8	27,5	535,4
Verbrauch je Kopf	kg	17,5	9,7	8,9	0,9	0,3	6,5
Selbstversorgungsgrad	%	71,9	79,5	80,1	59,7	14,5	65,3
Marktanteil dt. Erzeugung	%	41,0	33,2	31,4			53,8

* vorläufig.

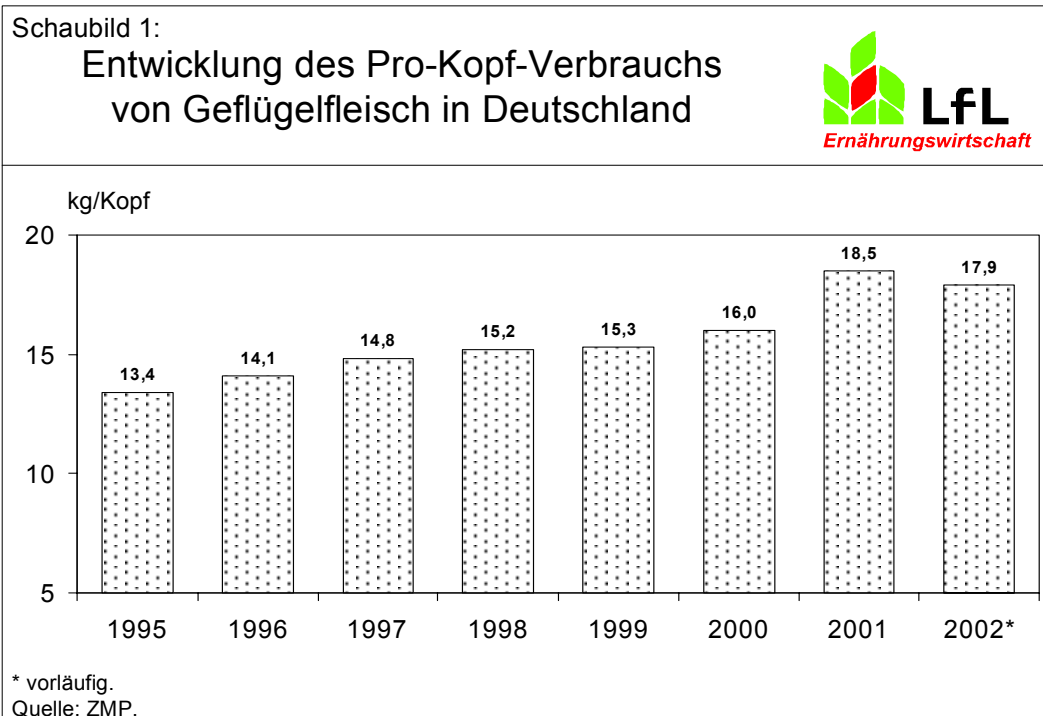
Quelle: ZMP - Marktbilanz Eier & Geflügel 2003.

Vom Statistischen Bundesamt liegen seit März '04 die Schlachtzahlen für 2003 vor. Danach nahm die Schlachtmenge an Geflügelfleisch 2003 um 8,5 Prozent auf 928 000 t zu. Die Hähnchenschlachtungen stiegen um 17 Prozent auf 493 000 t. Dies ist jedoch weniger auf echte Produktionssteigerungen zurückzuführen, sondern darauf, dass die Exporte schlachtreifer Masthähnchen in die Niederlande durch die Geflügelpest zum Erliegen kamen.

Die Putenschlachtungen sanken um 1,3 Prozent auf 355 000 t. Damit ist der seit längerem anhaltende Trend der steigenden Putenproduktion zumindest unterbrochen. Aus den Zahlen von Schlachtungen und Außenhandel errechnet die ZMP dann die Nettoerzeugung.

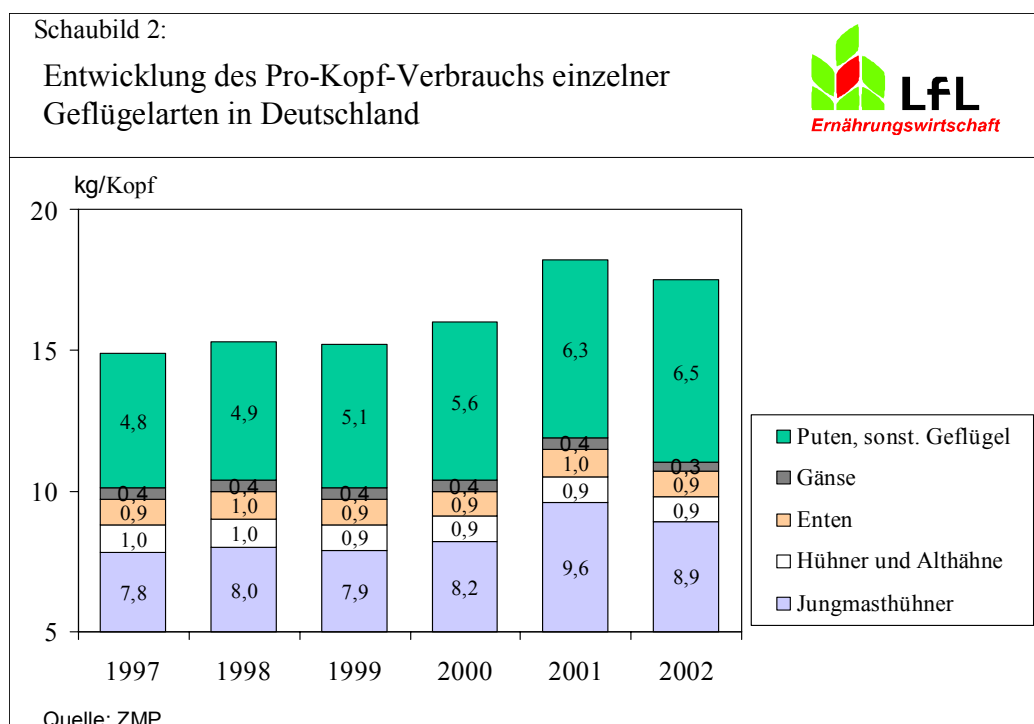
1.2 Entwicklung des Verbrauchs in Deutschland

In dem nachstehenden Schaubild 1 ist die Entwicklung des Geflügelfleischverbrauchs in Deutschland seit 1995 dargestellt. Es zeigt sich generell eine ansteigende Tendenz. Die Gründe hierfür sind die Preiswürdigkeit, die leichte Zubereitung, der niedrige Fett- und Cholesterinanteil und die Vielzahl von Convenienceprodukten. Im letzten Jahr stieg der Verbrauch in Deutschland erneut an, und zwar um 0,4 kg/Kopf und kam damit dem Spitzenwert des BSE-Jahres 2001 nahe.



Die Entwicklung des Pro-Kopf-Verbrauchs der einzelnen Geflügelarten geht aus dem folgenden Schaubild 2 hervor. Dabei spielen Jungmasthühner die größte Rolle. Von 1997 bis 2002 ist der Verbrauch um 14 Prozent auf 8,9 kg/Kopf gestiegen. Nur ein Drittel davon stammt aus heimischer Erzeugung. 530 00 t Fleisch von Jungmasthühnern wurden eingeführt.

Im Verkauf spielen ganze Hähnchen eine Nebenrolle. Ihr Anteil in frischem und gefrorenen Zustand betrug den Ergebnissen der Haushaltspanels zufolge 2002 nur noch 30 Prozent. Auf frische Hähnchenteile entfielen 37 Prozent und auf gefrorene 33 Prozent der insgesamt gekauften Menge. Auch bei Hähnchenfleisch haben die Discounter als Einkaufsstätte eine hohe Bedeutung. 51 % der Gefrier- und 29 % der Frischware stammten von diesem Vertriebstyp.

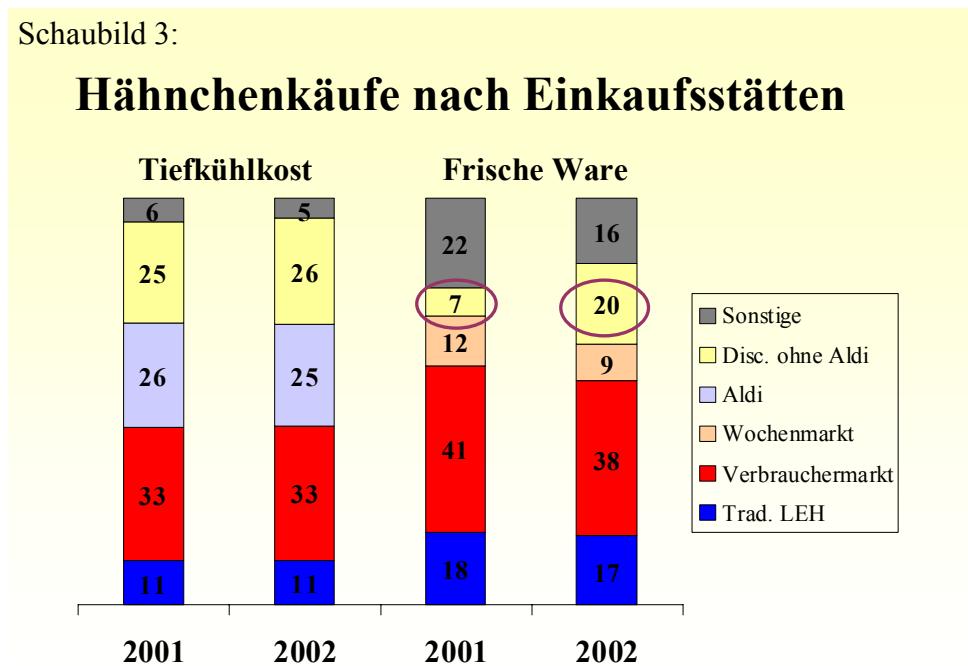


Gänse und Enten haben mengenmäßig nur wenig Bedeutung. Zudem ist dabei keine Zunahme des Verbrauchs zu verzeichnen.

Dagegen ist bei Putenfleisch der Pro-Kopf-Verbrauch seit 1997 kontinuierlich gestiegen. 2002 war er mit 6,5 kg um 35 Prozent höher als '97. Somit haben Puten einen deutlich höheren Zuwachs als Jungmasthühner. Ursache der überproportionalen Steigerung sind die vielfältigen Verwendungsmöglichkeiten sowohl im Haushalt als auch in der Gastronomie. Der Selbstversorgungsgrad ist bei Puten mit 65,3 Prozent deutlich niedriger als bei Jungmasthühnern mit 80,1 Prozent (vgl. Tabelle 1).

Ganze Puten haben beim Absatz wie bei Jungmasthühnern nur eine geringe Bedeutung (9 Prozent Anteil an der Einlaufsmenge). Die Vermarktung konzentriert sich auf Teilstücke. Beim Großteil der Putenkäufe handelt es sich um frische Putenteile, bei 17 Prozent um gefrorene Ware.

Die Einkaufsstätten für Hähnchen und Puten sind den folgenden Schaubildern zu entnehmen.



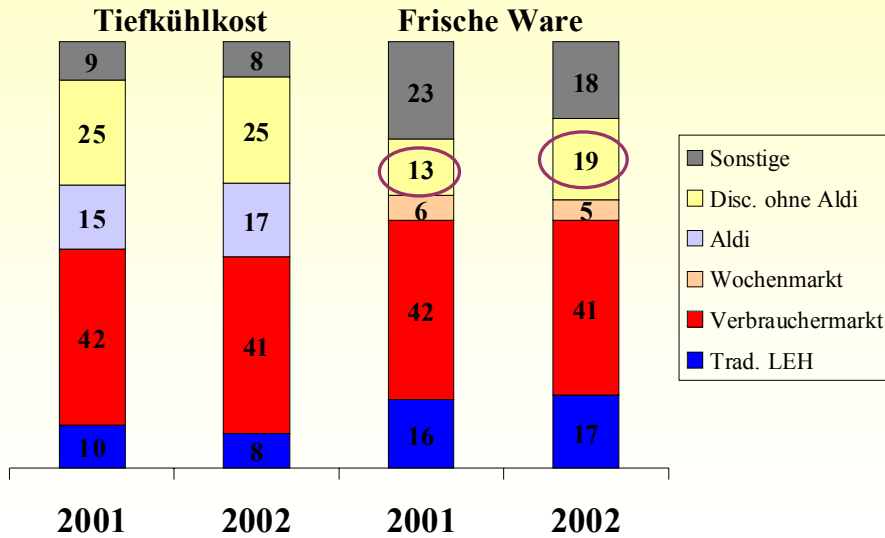
Quelle: ZMP.

Danach sind bei Tiefkühlware die Discounter (mit Aldi) 2002 mit 51 Prozent Marktanteil der wichtigste Absatzweg. Die Verbrauchermärkte stehen an zweiter Stelle.

Bei Frischware ist Aldi bisher nicht vertreten. Hier haben die Verbrauchermärkte den höchsten Marktanteil. Bemerkenswert ist jedoch die starke Steigerung des Marktanteils bei den anderen Discountern von 2001 auf 2002.

Schaubild 4:

Putenkäufe nach Einkaufsstätten



Quelle: ZMP.

Bei Puten sind sowohl bei Tiefkühlware als auch bei Frischware die Verbrauchermärkte der dominierende Absatzweg. Auffallend ist auch hier die rasche Vergrößerung des Marktanteils der Discounter. In nächster Zeit dürfte auch Aldi mit vacuumverpackter Ware in den Frischbereich einsteigen. Damit ist auch bei Frischware mit zusätzlichem Preisdruck zu rechnen.

1.3 Geflügelmarkt in Bayern

1.3.1 Erzeugung

Die Zählung von Geflügel erfolgt im Abstand von zwei Jahren. Die letzte Zählung war im Mai 2003. Danach gab es in Bayern rund 760 Halter von Masthühnern und rund 1950 Halter von sonstigem Mastgeflügel. Erfasst werden bei der Zählung die Bestände in Betrieben mit einer landwirtschaftlich genutzten Fläche von mindestens zwei Hektar und/oder mit jeweils mindestens 200 Stück einer Geflügelart. Tabelle 1 zeigt die genauen Zahlen, ergänzt um die Angaben von 1999 und 2001.

Tabelle 2: Geflügelhalter

Halter von	1999	2001	2003
Masthühnern	1.009	889	764
Puten	356	360	305
Enten	1.579	1.264	1.115
Gänsen	764	605	528

Quelle: LfStaD.

Die Veränderungen bei der Zahl der Halter sind unterschiedlich. Die Halter von Gänsen sanken seit 1999 mit rund 31 % am stärksten. Es folgten mit minus 29 % die Entenhalter gefolgt von denen mit Masthühnern (- 24 %). Die geringste Abnahme verzeichneten mit - 14,3 % die Putenhalter.

Die Entwicklung der Geflügelbestände zeigt Tabelle 2 auf. Danach erhöhten sich die Bestände von Masthühnern und Puten seit 1999 mit 10,7 bzw. 9,0 % kontinuierlich. Dagegen verringerten sich die Bestände der Enten und Gänse mit – 16,9 und – 42,3 % erheblich.

Tabelle 3: Geflügelbestände (in 1.000 Stück)

Geflügelart	1999	2001	2003
Masthühner	3.893	3.948	4.308
Puten	719	768	784
Enten	219	171	182
Gänse	26	20	15

Quelle: LfStaD.

Über die Betriebsgrößenstruktur bei Masthühnern gibt Tabelle 3 Auskunft. Danach entfielen von den 4,3 Mio. Masthühnern 33,4 % aller Masthühner auf die Bestandsgrößeklasse ab 100.000 Tiere. Nur zwölf Betriebe oder rund 1,6 % halten also ein Drittel der Masthühner in Bayern.

Der Vergleich der Bestandsgrößenstruktur Bayerns mit norddeutschen Bundesländern und in der Geflügelproduktion wichtigen anderen EU-Ländern zeigt, dass die Bestände in Bayern wesentlich kleiner sind. Tiere in Beständen mit über 100 000 Masthühnern haben in Bayern einen Anteil von 33 %, in Deutschland von 43 %, in Schweden von 44 % und in Dänemark von 59 %. Bei sehr knapper Gewinnspanne kann mit kleineren Beständen kaum ein ausreichendes Einkommen erzielt werden.

Tabelle 4

Betriebe und Bestände an Masthühnern 2003 in Bayern		
Nach Größenklassen der Tierbestände		
Größenklasse	Betriebe mit Masthühner	Anzahl der Masthühner
1 bis 19	366	1 107
20 bis 49	114	3 163
50 bis 99	54	3 394
100 bis 249	62	8 661
250 bis 499	28	8 990
500 bis 999	14	8 830
1 000 bis 2 999	17	25 660
3 000 bis 4 999	2	●
5 000 bis 9 999	4	●
10 000 bis 19 999	23	327 218
20 000 bis 29 999	31	759 920
30 000 bis 49 999	27	948 400
50 000 bis 99 999	10	738 000
100 000 und mehr	12	1 440 890
Bayern	764	4 307 993
● = Zahlenwert unbekannt oder geheimzuhalten; LfStaD.		

Das Zentrum der Produktion von Schlachthühnern liegt in Niederbayern. Rund 64 % aller in Bayern gehaltenen Schlachthühner findet sich dort. Mit einem Anteil von 16 % folgt die Oberpfalz.

Wegen des Rückgangs der Halter bei Masthühnern und Puten und der Erhöhung der Bestände erhöhten sich die durchschnittlichen Geflügelbestände dieser Geflügelarten seit 1999 nach Tabelle 4 erheblich (46 % und 27 %). Bei den Enten gaben mehr Halter auf als sich die Bestände reduzierten, währenddessen bei den Gänsen die Durchschnittsbestände sogar etwas zurückgingen.

Tabelle 5: Durchschnittliche Geflügelbestände in Stück/Halter

Halter je Geflügelart	1999	2001	2003
Masthühner	3858	4441	5639
Puten	2020	2134	2571
Enten	139	136	164
Gänse	33	33	28

Quelle: Eigene Berechnungen.

Die Mastgeflügelherzeugung in Bayern erhöhte sich laut Tabelle 5 seit Beginn der BSE-Krise Ende des Jahres 2000 jährlich zwischen 7 000 und 10 000 Tonnen. Im Jahr 2003 erzielten die Hähnchen einen Anteil von knapp drei Fünftel der gesamten Erzeugung.

Tabelle 6: Mastgeflügelherzeugung nach Schlachtgewicht* (in 1 000 t)

Geflügelart	1995	2000	2001	2002	2003
Hähnchen	32,1	38,8	42,9	48,1	52,3
Suppenhühner	12,7	11,7	12,6	12,4	12,1
Übriges Geflügel**	24,1	12,6	15,0	20,2	24,9
insgesamt	68,9	63,1	70,5	80,7	89,3

* Geflügelschlachtereien mit einer monatlichen Schlachtkapazität ab 2.000 Tieren.

** Enten, Gänse, Trut- und Perlhühner.

1.3.2 Marktversorgung

In Bayern wurden 2002 96.000 t Geflügelfleisch erzeugt. Verbraucht wurden im deutschen Durchschnitt 17,5 kg pro Kopf. Multipliziert mit der Bevölkerungszahl von rund 12,0 Millionen ergibt sich ein Gesamtverbrauch von etwa 217.500 t. Der Nettoimport betrug 19.300 t. Für den Marktausgleich war somit ein Zukauf von 101.900 t aus anderen Bundesländern erforderlich.

Für das Jahr 2003 wird nach Schätzungen der ZMP mit einem Verbrauch je Kopf von 17,9 kg gerechnet.

Genaue Angaben für Bayern lassen sich nicht machen, weil die Transporte zwischen den Bundesländern nicht erfasst werden. Hinweise auf regionale Besonderheiten geben die Paneldaten der Gesellschaft für Konsumforschung über die Einkaufsmenge. Daraus lässt sich ersehen, dass diese Menge 2003 um 5 % unter dem deutschen Mittel lag.

Tabelle 7: Versorgungsbilanz Bayerns für Geflügelfleisch

	Einheit	Jahr	
		2001	2002
Bruttoeigenerzeugung	1.000 t	83	96
Nettoimport	1.000 t	33	19
Verbrauch	1.000 t	215	217
Selbstversorgungsgrad	%	39	44
Nettozufuhr aus anderen Bundesländern	1.000 t	99	102

1.3.3 Ein- und Ausfuhr

Im Jahr 2002 wurden 34.000 t Geflügelfleisch nach Bayern eingeführt. Wichtigste Lieferländer waren die Niederlande, Frankreich und Ungarn.

Der Import an Hühnerfleisch belief sich auf rund 17.000 t. Einen großen Anteil an den Einfuhren besteht aus entbeinten Teile, Hühnerbrüste und -schenkel aus, entweder frisch, gekühlt oder gefroren. 72 Prozent davon stammten aus EU-Mitgliedsstaaten, hauptsächlich aus den Niederlanden, Frankreich und Dänemark. Aus Ungarn wurden rund 4.000 t eingeführt. 2003 hat die Geflügelpest das Angebot in den Niederlanden verknappt.

Im Export gingen aus Bayern 3.000 t nach Russland und 2.000 t in die Niederlande.

An Putenfleisch wurden 2002 etwa 11.000 t eingeführt. Davon wurden von Frankreich knapp 5.000 t und von Italien 2.000 t geliefert. Aus Ungarn kamen 2000 t. Ausgeführt wurden gut 1.000 t, und zwar in die Niederlande.

An Enten-, Gänse- oder Perlhuhnfleisch wurden rund 7.000 t importiert.

Knapp 4.000 t wurden aus Drittländern eingeführt, und zwar fast ausschließlich aus Ungarn und Polen. Frankreich lieferte 3.000 t.

Die Exporte an Enten-, Gänse- und Perlhuhnfleisch stiegen um 77 Prozent auf 3.170 t. In EU-Mitgliedsländer wurden zwei Drittel der Ausfuhrmenge geliefert. Größter Abnehmer war **Frankreich** (890 t), gefolgt von **Dänemark** und **China**. Nach Frankreich wurden zum größten Teil unzerteilte, gefrorene Enten sowie Fettlebern geliefert. **Dänemark** bezog aus Bayern vor allem unzerteilte gefrorene Enten und Schlachtnebenerzeugnisse. Überwiegend Schlachtnebenerzeugnisse wurden nach **China** ausgeführt, zudem gefrorene Rücken, Hälse, Sterze oder Flügelspitzen.

Hinzu kommt, dass es seit Mitte 2003 aufgrund geänderter Einfuhrbestimmungen nicht mehr erlaubt ist, gesalzenes Hähnchenfleisch zollvergünstigt einzuführen. Thailändische und brasilianische Exporteure hatten die Tarifposition „Sonstiges gesalzenes und getrocknetes Fleisch“ dazu genutzt, billige Teilstücke in die Gemeinschaft zu liefern, die nur oberflächlich gesalzen waren. Die Auslandszukäufe der EU sollen wegen der weggefallenen Zollerleichterung um 16,7 Prozent auf 350.000 Tonnen zurückgehen.

1.3.4 Entwicklung der Verbraucherpreise

Die Verbraucher konnten sich 2003 deutlich günstiger mit Hähnchenfleisch eindecken als 2002. Die von der ZMP erhobenen Verbraucherpreise lagen für frische Brathähnchen fast 9 Prozent niedriger als im Vorjahr. Dagegen blieb der Verbraucherpreis für frische Putenschnitzel mit 7,30 Euro/kg etwa auf der Höhe von 2002. Im Vergleich zum BSE-Jahr 2001 fielen die Preise beider Produkte um rund 13 %. Die Erzeugerpreise gerieten in der Folge dadurch auch unter Druck.

Tabelle 8: Verbraucherpreise in Bayern (Jahresdurchschnitt)

Produkt in €/kg	2001	2002	2003
Brathähnchen frisch	3,79	3,61	3,30
Putenschnitzel frisch	8,45	7,28	7,30
Quellen: BBV, ZMP.			

2 Rahmenbedingungen

2.1 Rechtsgrundlagen

2.1.1 Vermarktungsnormen für Geflügelfleisch

Für den Bereich der Vermarktung von Geflügelfleisch wurden von der EWG bereits 1990 entsprechende Normen in der VO (EWG) Nr. 1906/90 des Rates festgelegt, die insbesondere die Einstufung in Güte- und Gewichtsklassen, die Verpackung, die Lagerung und Beförderung, die Aufmachung und Kennzeichnung bestimmter Kategorien von Geflügelfleisch betreffen. Lokale Verkäufe in kleinem Maßstab und Verkaufspraktiken, bei denen Geflügel am Verkaufsort (gemäß Artikel 3 Absätze 5 und 7 der Richtlinie 71/118/EWG des Rates zur Regelung gesundheitlicher Fragen beim Handelsverkehr mit frischem Geflügelfleisch, zuletzt geändert durch die Richtlinie 88/657/EWG), zerlegt und entbeint wird, sowie Lieferungen an die Nahrungsmittelindustrie sind von diesen Normen ausgenommen. Die Etikettierung von Geflügelfleisch ist in den allgemeinen Vorschriften der Richtlinie 79/112/EWG des Rates (zuletzt geändert durch die Richtlinie 89/395/EWG) geregelt. Bei der Etikettierung können fakultativ Angaben über die Kühlmethode und über besondere Haltungsformen gemacht werden. Im Interesse des Verbraucherschutzes sind letztere, insbesondere Angaben über das Schlachalter, die Mastdauer und die Verwendung bestimmter Futtermittelbestandteile, an genau definierte Kriterien für Aufzucht und Besatzdichte gebunden. Unter mikrobiologischen Gesichtspunkten gilt frisches Geflügelfleisch als ein sehr leicht verderbliches Lebensmittel, so dass ferner Angaben zum Verbrauchsdatum vorgeschrieben sind.

Die Normen für die Vermarktung und deren Aufmachung ist in der Gemeinschaft für bestimmte Kategorien von Geflügelfleisch festgelegt und zwar für

- Hühner,
- Enten,
- Gänse,
- Truthühner und
- Perlhühner.

Besondere Regelungen betreffen die Zulassung und die regelmäßige Kontrolle von Betrieben, die Angaben zu besonderen Haltungsformen verwenden. Diesen Betrieben wird dementsprechend eine regelmäßige und ausführliche Buchführung zur Auflage gemacht. Dies betrifft ebenso den Bereich von Angaben zur besonderen Fütterung oder Haltung der Tiere.

Sollen z.B. Angaben über besondere Futterbestandteile (Getreidemast, Hafermast) gemacht werden, so kann dies nur erfolgen, wenn diese Futterbestandteile

- im Fall von Getreide mindestens 65 % (nach Gewicht) des während des größten Teils der Mastzeit verabreichten Futters ausmachen, wobei
- der Anteil an Getreidenebenerzeugnissen höchstens 15 % betragen darf.
- Wird jedoch auf ein spezifisches Getreide hingewiesen, so muß dieses mindestens 35 %, bei Mais mindestens 50 %, des verabreichten Futters,
- im Fall von Hülsenfrüchten oder Blattgemüse mindestens 5 % (nach Gewicht) des während des größten Teils der Mastzeit verabreichten Futters
- im Fall von Milcherzeugnissen mindestens 5 % nach Gewicht des während der Ausmast verabreichten Futters ausmachen.
- Der Begriff "Hafermastgans" darf nur verwendet werden, wenn an die Gänse während der dreiwöchigen Endmastzeit täglich mindestens 500 g Hafer verfüttert werden.

Auch die Angabe oder Auslobung von Geflügel (-fleisch) aus besonderen Haltungsformen ist durch die EG-Vermarktungsnormen klar geregelt, begrifflich vorgegeben und entsprechend festgelegt. Dabei wird unterschieden zwischen

- **Geflügel aus extensiver Bodenhaltung**

Die Verwendung dieses Begriffs ist nur zulässig, wenn die Besatzdichte je Quadratmeter Bodenfläche bei:

- Hähnchen, Junghähnen 12 Tiere, jedoch maximal 25 kg Lebendgewicht,
- Enten, Perlhühnern und Puten 25 kg Lebendgewicht und
- Gänsen 15 kg Lebendgewicht
nicht überschreitet.

Ferner dürfen die Tiere erst in einem bestimmten Alter geschlachtet werden, und zwar

- Hähnchen frühestens mit 56 Tagen,
- Puten frühestens mit 70 Tagen,
- Gänse frühestens mit 112 Tagen,
- Peking-Enten frühestens mit 49 Tagen,
- Flugenten frühestens mit 70 (weibliche Tiere) bzw. mit 84 Tagen (männliche Tiere),
- weibliche Mulard-Enten frühestens mit 65 Tagen,
- Perlhühner mit 82 Tagen,
- junge Gänse frühestens mit 60 Tagen,
- Junghähne frühestens mit 90 Tagen,
- Kapaune frühestens mit 140 Tagen.

- **Geflügel aus Auslaufhaltung**

Dies kann nur dann entsprechend ausgelobt werden, wenn die Besatzdichte je Quadratmeter Bodenfläche bei:

- Hähnchen, Junghähnen, Kapaunen 13 Tiere, jedoch maximal 27,5 kg Lebendgewicht,
- Kapaunen 7,5 Tiere, jedoch maximal 27,5 kg Lebendgewicht,
- Enten, Perlhühnern und Puten 25 kg Lebendgewicht und
- Gänsen 15 kg Lebendgewicht nicht überschreitet.

Ferner dürfen die Tiere erst in einem bestimmten Alter geschlachtet werden, und zwar:

- Hähnchen frühestens mit 56 Tagen,
- Puten frühestens mit 70 Tagen,
- Gänse frühestens mit 112 Tagen,
- Peking-Enten frühestens mit 49 Tagen,
- Flugenten frühestens mit 70 (weibliche Tiere) bzw. mit 84 Tagen (männliche Tiere),
- weibliche Mulard-Enten frühestens mit 65 Tagen,
- Perlhühner mit 82 Tagen,
- junge Gänse frühestens mit 60 Tagen,
- Junghähne frühestens mit 90 Tagen,
- Kapaune frühestens mit 140 Tagen.

Zusätzlich müssen die Tiere zumindest während der Hälfte ihrer Lebenszeit bei Tag ständigen Zugang zu vorwiegend begrünten Freiluft-Ausläufen haben, mit folgenden Ausmaßen

- 1 m² je Hähnchen oder Perlhuhn.

Bei Perlhühnern dürfen die Freiluft-Ausläufe durch Volieren ersetzt werden, deren Bodenfläche mindestens so groß ist wie die entsprechende Stallfläche und die mindestens 2 m hoch sind. Sitzstangen von mindestens 10 cm Länge je Tier müssen insgesamt (Stall und Voliere) vorhanden sein;

- 2 m² je Ente oder Kapaun
- 4 m² je Pute oder Gans.

Das während der Ausmast verabreichte Futter muß mindestens 70 % Getreide enthalten und der Stall hat Ausgänge (Auslässe), deren Länge zusammengenommen mindestens 4 m je 100 m² Stallfläche beträgt.

- **Geflügel aus Bäuerlicher Auslaufhaltung**

darf nur dann ausgelobt werden, wenn die Besatzdichte je Quadratmeter Bodenfläche bei

- Hähnchen 12 Tiere, jedoch maximal 25 kg Lebendgewicht.
Bei beweglichen Ställen mit maximal 150 m² Bodenfläche, die nachts offen bleiben, kann die Besatzdichte auf 20 Tiere, jedoch maximal 40 kg Lebendgewicht je m² Fläche aufgestockt werden,
- Kapaunen 6,25 Tiere (bis zu 91 Tagen alt 12 Tiere), jedoch max. 35 kg Lebendgewicht,
- Flug- und Pekingenten 8 männliche Tiere, jedoch maximal 35 kg Lebendgewicht,
bzw. 10 weibliche Tiere, jedoch maximal 25 kg Lebendgewicht,
- Mulard-Enten 8 Tiere, jedoch maximal 35 kg Lebendgewicht,
- Perlhühnern 13 Tiere, jedoch maximal 25 kg Lebendgewicht,
- Puten 6,25 Tiere (bis zu 7 Wochen alt 10 Tiere), jedoch maximal 25 kg Lebendgewicht,
- Gänsen 5 Tiere (bis zu 6 Wochen alt 10 Tiere), 3 Tiere während der letzten 3 Mastwochen, sofern die Tiere in Ställen gehalten werden, jedoch maximal 30 kg Lebendgewicht nicht überschreitet.

Ferner darf die Nutzfläche der Ställe der einzelnen Produktionsstätten 1.600 m² nicht überschreiten und die einzelnen Stallungen nicht mehr enthalten als

- 4.800 Hähnchen,
- 5.200 Perlhühner,
- 4.000 weibliche Flug- oder Pekingenten bzw. 3.200 männliche Flug- oder Pekingenten bzw. 3.200 Mulard-Enten,
- 2.500 Kapaune, Gänse oder Puten,

vorausgesetzt, dass der Stall Ausgänge hat, deren Länge zusammengenommen mindestens 4 m je 100 m² Stallfläche beträgt, ferner die Tiere mindestens ab einem Alter von

- 6 Wochen bei Hähnchen und Kapaunen,
- 8 Wochen bei Enten, Gänsen, Perlhühnern und Puten,
bei Tag ständigen Zugang zu Freiluft-Ausläufen haben. Die Freiluft-Ausläufe aus einer vorwiegend begrünten Fläche von mindestens
- 2 m² je Hähnchen, Flugente, Pekingenten oder Perlhuhn,
(bei Perlhühnern dürfen die Freiluft-Ausläufe durch Volieren ersetzt werden, deren Bodenfläche mindestens so groß ist wie die entsprechende Stallfläche und die mindestens 2 m hoch sind. Sitzstangen von mindestens 10 cm Länge je Tier müssen insgesamt (Stall und Voliere) vorhanden sein),
- 3 m² je Mulard-Enten,
- 4 m² je Kapaun ab dem 92. Lebenstag (2 m² bis zum 91. Lebenstag),
- 6 m² je Pute,
- 10 m² je Gans,

bestehen,

die Masttiere von einer anerkannt langsam wachsenden Rasse sind und das Mastfutter zu mindestens 70% aus Getreide besteht, das Schlachalter nicht unter folgenden Vorgaben liegt:

- 81 Tage bei Hähnchen,
- 150 Tage bei Kapaunen,
- 49 Tage bei Pekingenten,
- 70 Tage bei weiblichen Flugenten,
- 84 Tage bei männlichen Flugenten,
- 92 Tage bei Mulard-Enten,
- 94 Tage bei Perlhühnern,
- 140 Tage bei Puten und Gänsen, die ganz zum Braten bestimmt sind,
- 98 Tage bei Truthühnern, die zum Zerlegen bestimmt sind,
- 126 Tage bei Truthähnen, die zum Zerlegen bestimmt sind,
- 95 Tage bei Gänsen, die zur Erzeugung von Fettleber und „Magret“ bestimmt sind,
- 60 Tage bei jungen Gänsen.

Die Ausmast in Stallhaltung darf dabei folgende Zeiträume nicht überschreiten:

- bei über 90 Tage alten Hähnchen: 15 Tage,
- vier Wochen bei Kapaunen
- bei über 70 Tage alten, zur Erzeugung von Fettleber und „Magret“ bestimmten Gänsen und Mulard-Enten: 4 Wochen.

- **Geflügel aus Bäuerlicher Freilandhaltung**

darf nur dann ausgelobt werden, wenn Konformität mit den Kriterien der *Bäuerlicher Auslaufhaltung* besteht, mit der Ausnahme, dass die Tiere bei Tage flächenmäßig unbegrenzten Auslauf haben müssen.

Ferner sind die einschlägigen Bestimmung des Tierschutzes – sofern überhaupt konkret formuliert - und ggf. der Geflügelfleisch-Hygiene-Verordnung (Direktvermarktung) einzuhalten. Letzteres erfolgt am besten in enger Abstimmung mit dem örtlich zuständigen Veterinäramt und sollte bereits im Vorfeld, spätestens in der Planungsphase von Bau- oder Investitionsmaßnahmen durchgeführt werden.

2.1.2 Freiwillige Vereinbarungen zum Tierschutz

Für den Bereich der Geflügelhaltung liegen bislang weitgehend noch keine rechtsverbindlichen Normen für den Tierschutz mit konkreten Mindestanforderungen für die Haltung von Jung- hähnchen, Puten, Pekingenten usw. vor. Bis zur Verabschiedung einer EU-einheitlichen Vorschrift über die Mastgeflügelhaltung sind daher zwischen den Vertretern der Geflügelwirt-

schaft und den Tierschutzorganisationen auf Bundesebene einheitliche Eckwerte für die Haltung von Mastgeflügel festgelegt worden, die entsprechend mit § 2 des Tierschutzgesetzes vereinbar sind. Diese Eckwerte wurden in länderspezifischen Vereinbarungen zwischen dem Bayerischen Staatsministerium für Gesundheit, Ernährung und Verbraucherschutz, dem Bayerischen Staatsministerium für Landwirtschaft und Forsten und dem Landesverband der Bayerischen Geflügelwirtschaft für Bayern verbindlich übernommen. Sie sind in die weiteren Ausführungen dieses Berichtes zur Produktions- und Haltungstechnik eingearbeitet worden.

2.1.3 Baurecht

Grundsätzlich hängt die Genehmigungsfähigkeit einer Anlage von der Möglichkeit ab, am gewählten Standort alle einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen einzuhalten. Für die Genehmigung und den Betrieb von Stallanlagen zur Geflügelhaltung haben folgende gesetzliche Rahmenbedingungen Bedeutung.

Übersicht 1: Gesetzliche Regelungen mit Relevanz für die Geflügelhaltung

Richtlinien der EU	Gesetze auf Bundes- bzw. Landesebene
<ul style="list-style-type: none"> - Richtlinie zum Schutz der Gewässer vor Verunreinigungen durch Nitrat aus landwirtschaftlichen Quellen (Nitrat-Richtlinie) - Richtlinie über die Integrierte Vermeidung und Verminderung der Umweltverschmutzung (IVU-Richtlinie) - Richtlinie über die Umweltverträglichkeitsprüfung bei bestimmten öffentlichen und privaten Projekten (UVP-Richtlinie) - Fauna, Flora, Habitat Richtlinie (FFH-Richtlinie) - Richtlinie über nationale Emissionshöchstgrenzen für bestimmte Luftschadstoffe (Ziel: u. a. NH₃-Minderung auf 550 Tt/Jahr für Deutschland) - Richtlinien zur Tierhaltung 	<ul style="list-style-type: none"> - Bundes-Immissionsschutzgesetz (BImSchG) - Umweltverträglichkeitsprüfungsgesetz - Baugesetzbuch (BauGB) - Wasserhaushaltsgesetz - Kreislaufwirtschafts-/Abfallgesetz - Abwasserabgabegesetz - Bundesnaturschutzgesetz - Umwelthaftungsgesetz - Tierschutzgesetz - Tierseuchengesetz - Bundeswaldgesetz - Düngemittelgesetz

Quelle: nach ECKHOF, 2004

In die Beurteilung bei der Prüfung von schädlichen Umwelteinwirkungen im Baugenehmigungsverfahren werden die folgende Bereiche einbezogen:

- Betriebsverhältnisse mit emissionsrelevanten Beständen und Anlagen
- Entwicklungsperspektive des Betriebes (sinnvolle Entwicklung)
- Technische Ausführung der emittierenden Anlagen
- Gegebenenfalls die betriebliche Notwendigkeit der emittierenden Anlage als Voraussetzung für eine sinnvolle Neuorientierung des Betriebes
- Abstandsermittlung mittels VDI-Abstandsregelung
- Prägung der Umgebung, deren Schutzwürdigkeit wie auch die Ortsüblichkeit von Immissionen
- Sonderbeurteilung unter Einbeziehung von Klimaverhältnissen, Geländekonturen, Bebauung und Bewuchs.

Genehmigungsverfahren für die Erteilung von Baugenehmigungen

Für Baumaßnahmen in der Geflügelhaltung bestehen drei unterschiedliche Arten von Genehmigungsverfahren.

1. Genehmigung nach dem Baurecht
2. Genehmigung nach dem Immissionsschutzrecht
 - Änderungsanzeige
 - ohne Öffentlichkeitsbeteiligung
 - mit Öffentlichkeitsbeteiligung
 - in Verbindung mit Umweltverträglichkeitsprüfung
3. Genehmigung nach Raumordnungsgesetz (vorgeschaltetes Raumordnungsverfahren).
Übersicht 2 zeigt die Schwellenwerte, nach denen die unterschiedlichen Genehmigungsverfahren zur Anwendung kommen.

Übersicht 2: Schwellenwerte zur Prüfung von Tierhaltungsanlagen¹⁾

Tierarten	2.1.3.1 Bundesimmissionsschutzgesetz			UVP-Gesetz
	mit allgemeiner Vorprüfung im Einzelfall	4. BImSchV	mit standortbezogener Vorprüfung im Einzelfall ²⁾	BImSchG mit UVP mit Öffentlichkeitsbeteiligung
Puten	15 000	20 000	Anlagen für Nutztiere mit mehr als 50 GVE und mehr als 2 GVE/ha selbst genutzter Fläche	42 000
Junghennen	30 000	40 000		84 000
Masthähnchen	30 000	40 000		84 000
Sonst. Mastgeflügel	30 000	40 000		84 000

1. Bei der Berechnung der Großvieheinheiten werden auf der Basis der allgemeinen GV-Definition (500 kg LG) durchschnittliche Tiergewichte (nicht die Endmastgewichte) unterstellt und Abschläge für Zeiten, in denen der Geflügelmaststall nicht belegt ist (Servicezeiten), berücksichtigt. In gemischten Betrieben werden die prozentualen Anteile, bis zu denen die Platzzahlen jeweils ausgeschöpft werden, addiert.
2. 4. Verordnung über genehmigungsbedürftige Anlagen; Tierbestandsgröße gemessen in Stallplätzen
Quelle: nach ECKHOFF, 2004

Bewertung

In Dorfgebieten sind Landwirte verpflichtet erheblich belästigende Emissionen zu vermeiden, soweit das technisch machbar und wirtschaftlich zumutbar ist. Andererseits müssen ortsübliche und unvermeidbare Geruchsbelästigungen im Dorfgebiet hingenommen werden. Die Rechtsprechung hat den Rahmen der Zumutbarkeit dazu sehr weit gesteckt. In jedem Fall müssen die gesunden Wohn- und Arbeitsverhältnisse gewahrt bleiben.

Die sehr differenzierte Vorgehensweise bei der Erteilung von Baugenehmigungen zeigt auch, dass den landwirtschaftlichen Betrieben durchaus der Raum für eine "vernünftige Entwicklung" eingeräumt wird.

Je nach dem Gebietstyp ist zu unterscheiden:

1. Der größte Entwicklungsspielraum wird den Betrieben im Außenbereich, insbesondere Aussiedlungsbetrieben eingeräumt. Bei der Abstandsermittlung ist vom Richtlinienabstand auszugehen, der ja schon einen Entwicklungszuschlag enthält, und zusätzlich ist beim Tierbestand eine "vernünftige" Weiterentwicklung einzurechnen.
2. Im Dorfgebiet sind nach § 5 BauNVO grundsätzlich landwirtschaftliche Betriebe und Wohnhäuser gleichrangig nebeneinander zulässig. Auf die Belange der land- und forstwirtschaftlichen Betriebe einschließlich ihrer Entwicklungsmöglichkeit ist im Dorfgebiet vorrangig Rücksicht zu nehmen. Entwicklungen sind danach möglich, soweit sie "vernünftig" sind, wobei die Rechtsprechung die äußerste Grenze bisher bei den BImSchG-Bestandsgrenzen gezogen hat.
3. Im unbeplanten Innenbereich muss sich ein Vorhaben "einfügen", wobei der Gebietscharakter über die Zulässigkeit einer Nutzung entscheidet. Bei der Immissionsbeurteilung ist auf den genehmigten baulichen Bestand abzustellen. Erweiterungen sind in Problemfällen nur möglich, wenn damit kein Mehr an Emissionen verbunden ist, d. h. bestehende Anlagen technisch nachgerüstet werden.

3 Produktions- und Investitionsbedingungen

3.1 Lebendvermarktung

3.1.1 Arbeit

Der Arbeitsaufwand bei der Mast von Hähnchen, Puten oder Pekingenten in großen Beständen im Rahmen der vertikalen Integration ist relativ gering.

Neben dem täglichen Betreuungsaufwand der Tierbestände, Durchführung der notwendigen Trinkwasserimpfungen, Nachstreuen etc., ergeben sich periodische Arbeitsspitzen bei der Ausstallung, Reinigung und Desinfektion der Ställe zwischen den Durchgängen, dem Ab- und Aufbau der Gasstrahler, Kükenringe, Futter und Wasserlinien und der Neueinstellung der Küken. Die Verladung der schlachtreifen Tiere erfolgt meistens nachts in wenigen Stunden, dazu sind Fremdarbeitskräfte (Verlade-Kolonnen) notwendig.

Tabelle 1: Arbeitszeitbedarf in der Hähnchen-, Puten- und Pekingentenmast

Verfahren	Hähnchenmast ¹⁾		Putenmast ²⁾		Pekingentenmast ³⁾
	Rausfangen	Rein-Raus	Rein-Raus	Umtriebsverf.	Umtriebsverf.
Bestandsgröße	26.000	30.000	5.500	11.000	7.700
Anzahl Durchgänge	7,0	7,5	2,2	2,8	12
Akh/Jahr	763	938	614	1.464	1.752
Akh/Durchgang	109	125	279	523	146
Akmin/100 Tiere Und Durchgang	25	25	304	285	114
Arbeitskosten/Tier (ct. Bei 13 €/Akh	5,4	5,4	66	62	25

¹⁾ Joos et al. 1999); ²⁾ Janning 1996; ³⁾ Müller u. Hiller 2002;

Eine Arbeitskraft (1.800 Akh) kann in der Hähnchenmast ca. 2 Ställe a 30.000 Mastplätze betreuen und 430.000 Broiler produzieren, 36.000 schwere Zerlegeputen erzeugen oder ca. 95.000 Pekingenten mästen, entsprechende Mechanisierung der Arbeitsschritte nach Stand der Technik vorausgesetzt.

3.1.2 Investitionsbedarf und Festkosten/Mastplatz

In der integrierten Kettenproduktion werden Mastflächen von 1.300 – 5.000 qm benötigt. Dazu müssen im Außenbereich neue Ställe gebaut werden. In der Regel handelt es sich heute in der Hähnchen- und Pekingentenmast um wärmedämmte Fertighallen mit Stahl- oder Holzrahmenbindern, sogenannte Systemställe mit Fenstern und geregelter Unterdrucklüftung. Puten werden in Offenställen mit freier Lüftung gemästet, wobei aus Tierschutzgründen auf eine Sommerzusatzlüftung nicht verzichtet werden kann. Der Investitionsbedarf richtet sich nach der Stallgröße und der technischen Ausstattung (Kühlsystem, automatisches Wiegesystem, Lüftung, Stallklimasteuerung etc.), den Grundstücks- und Erschließungskosten und der erbrachten Eigenleistung. Die Stallgröße bzw. Mastplätze richten sich nach Mastvertrag mit der Schlachtereie und orientiert sich an der Verladekapazität.

Tabelle 2: Investitionskosten und Festkosten für Geflügelmastställe

	Hähnchen¹⁾			Puten²⁾		Pekingenten³⁾
	Kurzmast			Aufzucht-Hennenstall	Hahnenstall	Aufzucht- u. Maststall
Stallgröße (m)	70 x 19	85 x 19	115 x 22	16 x 48	16 x 71	19 x 75
Fläche (qm)	1.220	1.625	1.520	750	1.120	1.430
Tierplätze	30.800	37.400	58.600	7875 Küken 4.200 Hennen	3.500	6.000 Küken/ 6.000 Mast
DG/Jahr	7,4	7,4	7,4	2,8		12
Tiere/qm	23,2	23,2	23,2	4,4		6
Gebäude (€)	214.000	251.000	375.000	132.000	184.000	229.000
Inneneinrichtung (€)	83.000	100.000	121.000	51.000	36.000	71.500
Gesamtinvestition (€)	297.000	351.000	496.000	403.000		300.500
Kosten je Mastplatz (€)	9,6	9,4	8,5	52		35
Festkosten je Tier (ct)	12,9	12,6	11,1	1,14		0,40

¹⁾ Bauer 2003; ²⁾ Damme 2003; ³⁾ Klemm 2002;

⁴⁾ Festkosten: AfA Gebäude 5 %; AfA Inneneinrichtung 10 %; Zinsansatz 5 %/2; 1 % Unterhalt; Wartung, Versicherung etc.;

Wie Tab. 2 zeigt, kostet ein Hähnchenplatz ca. 9 – 10 €, ein Putenplatz (bei Umtriebsverfahren) ca. 45 – 55 € und ein Pekingentenmastplatz ca. 35 €. Ein landwirtschaftlicher Betrieb mit dem Ziel: Produktionsschwerpunkt Geflügelmast (60.000 Hähnchenmastplätze, 10.000 Putenplätze bzw. 12.000 Pekingentenplätze) benötigt ein Investitionsvolumen zwischen 300.000 bis 500.000 €.

3.1.3 Variable Kosten

Mit Abstand der größte Kostenblock mit ca. 80 – 85 % der Gesamtkosten sind die variablen Kosten. Die wichtigsten direkten Kosten in der Geflügelmast sind in ihrer Bedeutung in absteigender Reihenfolge: Futter, Tier, Heizung, Strom, Wasser, Tierarzt, Impfungen, Medikamente, Desinfektion, Fremdlöhne, Einstreu, Sonstige Kosten, Beiträge, Versicherungen. Die Variablen Kosten sind stark abhängig vom Management, der biologischen Leistung, den Zielgewichten und der Jahreszeit (Heizkosten im Winter) und schwanken je nach Futter- und Kükenpreis z.T. erheblich. Tab. 3 zeigt daher Durchschnittswerte der letzten Jahre aus den Betriebszweigauswertungen von Erzeugerringen, erhoben von staatlichen Beratungskräften.

Tabelle 3: Überblick über variable Kosten in der Geflügelmast (Damme 2003)

Produktionszweig Verfahren	Hähnchen Kurzmast	Puten 50 % Hähne/50 % Hennen	Pekingenten Umtriebsverfahren
Zielgewicht (kg)	1,5	20 10	3
Futterverwertung (1:.)	1,75	2,65	2,5
Verluste (%)	5	8	3
Futterpreis (€/dt)	22,0	22,0	21
Variable Kosten/Tier			
Futter	0,58	8,75	1,58
Tier	0,30	2,20	0,67
Heizung, Strom, Wasser	0,07	0,60	0,10
Vet.; Medik., Desinfekt.	0,04	0,65	0,02
Einstreu, Sonstiges	0,06	0,35	0,07
Insgesamt	1,05	12,55	2,44

3.1.4 Produktionstechnik und Verfahren

Die Mast von Hähnchen, Puten und Pekingenten erfolgt in Deutschland ausnahmslos in Bodenhaltung auf Volleinstreu. Wegen der hohen Temperaturansprüche der Küken in den ersten Lebenswochen (32 – 35 °C) sind beim Umtriebsverfahren (Puten- und Entenmast) zumindest die Aufzuchtställe (Pute 5 Wochen; Pekingente 3 Wochen) gut wärmegeklärt und mit einer Ganzraumheizung (Öl- oder Gaskanonen in Massivställen) oder lokalen Wärmestrahlern (Gasstrahler in Offen-, Natur-, oder Louisianaställe für die Putenmast und Hähnchenmast) ausgestattet. In Massivställen wird überwiegend mit einer thermostatisch geregelten Unterdrucklüftung mit Zuluftelementen an den Seitenwänden und Abluftführung über zentrale Kamine 1,5 m über First gefahren. In Offenställen arbeitet man mit der Schwerkraftlüftung, d.h. Abluftführung über einen Hubfirst und Zuluftführung über zahnradgetriebene isolierte Seitenklappen. Bei der freien Lüftung muss im Sommer eine Zusatzlüftung (Durchtriebslüfter, Schwenklüfter, Tunnellüfter) die Wärmeabgabe der Tiere sicherstellen. Die Trinkwasserversorgung erfolgt in der Hähnchen- und Pekingentenmast über Nippel-Tränkelinien mit Tropfwasserauffangschalen. In der Putenmast werden automatische Rundtränken bevorzugt. Über diese Tränkelinien werden auch die Impfungen durchgeführt, wobei der Impfstoff entweder direkt über Dosierstationen angesaugt wird oder in Vorlaufbehältern angemischt und mit einer By-Passeinheit in den Trinkwasserkreislauf gelangt. Nach den ersten Aufzuchttagen wird das pelletierte Futter über Spiralfütterung in Rundtrögen ad lib. angeboten. Die Futter- und Wasserlinien (2 Wasserlinien je Futterlinie) können zur Entmistung (Frontlader oder Radlader) an die Decke gezogen werden. Des Weiteren benötigt man 2 – 3 Außensilos (12 – 24 t) für das Phasenfutter und Getreide, Förderspiralen und eine Waage. In vielen Ställen neueren Datums wird das Management durch automatische Wiegesysteme unterstützt und eine Sprühkühlung eingebaut. Die Steuerung des Lichtprogramms und des Stallklimas erfolgt über einen Computer. Ein Notstromaggregat und ein Alarmsystem mit Rufumleitung sind unverzichtbar. Bei Neubauten müssen nach der freiwilligen Vereinbarung Lichteinlassöffnungen (mind. 3 % der Stallfläche) in Form von Lichtbändern oder Fenstern vorgesehen werden. Ein Vorraum mit den Steuer- und Versorgungseinrichtungen, ein Flüssiggastank, Stroh- und Mistlager runden die Mastanlage ab.

Hähnchenmast

In der Broilermast unterscheidet man zwischen Rein-Raus-Verfahren und dem Splitting-(Rausfangen) Verfahren. Das all-in-all-out-Verfahren hat hygienische Vorteile. Das Rausfangen von 20, 30, oder 40 % leichter Tiere mit 1.500 g nach 32 Tagen und Endausstallung der restlichen schweren Tiere (ca. 1800 – 1900 g) nach 37 Tagen führt zu einer besseren Raumausnutzung und damit Reduktion der Festkosten. Bei der Besatzdichte richten sich heute viele Mäster nach den Vorgaben der freiwilligen Vereinbarung, d.h. max. 35 kg Lebendgewicht/qm Stallnutzfläche zu Mastende.

Die Weidemast mit langsam wachsenden Herkünften spielt genauso wie die Ökomast von Hähnchen in Bayern leider nur eine sehr geringe Rolle.

Putenmast

In Bayern werden überwiegend schwere weiße Zerlegeputen (Big 6 BUT) gemästet. Wegen des starken Geschlechtsdimorphismus werden Putenhennen ca. 15 – 17 Wochen (Zielgewicht 10 kg) und Putenhähne 20 – 22 Wochen (Zielgewicht 20 kg) gehalten. Beim Rein-Raus-Verfahren in einem Stall werden daher zunächst die Hennen ausgestallt und den Hähnen steht dann in den letzten 5 – 7 Wochen entsprechend mehr Platz zur Verfügung. Bei diesem System arbeitet man im 24 Wochen Rhythmus mit ca. 2,2 Durchgängen pro Jahr. Kostengünstiger ist das Umtriebsverfahren. Dazu sind zwei oder drei Ställe notwendig. Die Aufzucht beider Geschlechter wird bis zur 5. Woche in einem Aufzuchtstall durchgeführt. Danach werden die Hähne in einen großen Maststall umgestallt (2,7 – 3 Hähne/qm) und die Hennen im Aufzuchtstall ausgemästet. Nach der Verladung der Hennen und einer ca 1 – 2wöchigen Serviceperiode kann der Aufzuchtstall bereits wieder nach ca. 18 – 19 Wochen mit Küken belegt werden. Dieses Verfahren erlaubt ca. 2,8 Durchgänge je Jahr und senkt somit die Kosten für die Unterbringung der Tiere erheblich. Die freiwillige Vereinbarung bei Puten hat die Besatzdichte auf 52 kg (Putenhähne) bzw. 45 kg (Putenhennen) beschränkt. Bei gutem Management, geringen Verlusten und gutem Stallklima kann die Aufstallungsdichte auf bis zu bis zu 58 kg (Hähne) Lebengewicht je qm Stallfläche erhöht werden.

Pekingentenmast

Die Aufzucht der Pekingentenküken dauert 21 Tage, danach wird in einen Maststall, oder Mastabteil umgestallt und bis zum 45 – 47 Tag weiter gemästet. Zur Zt. laufen verschiedene Forschungsprojekte zur Klärung der Frage, inwieweit offene Tränken oder Bademöglichkeiten aus Tierschutzgründen vorzusehen sind. D. h., nach den freiwilligen Vereinbarungen kann später eine Nachrüstung in Praxisställen mit offenen Tränken oder z.B. Duschen notwendig werden. Es sollte daher bei Neubauten eine Entwässerungsmöglichkeit (Gefälle mit Drainage bzw. Teilflächen bis 25 % perforiert) mit Abflüssen und entsprechender Güllekapazität eingeplant werden. Freiwillige Vereinbarungen für Pekingenten gehen von einer max. Besatzdichte von 20 kg Lebendgewicht/qm Stallfläche aus.

3.1.5 Erzeugerpreise

Die Auszahlungspreise werden periodisch (i.d.R. Quartalsrhythmus) zwischen den EG und den Schlachterein ausgehandelt. Die Auszahlung ist gestaffelt nach Zielgewichten. Beim Broiler werden in der Leichtmast die höchsten Erzeugerpreise (Basis 1 Preise) für Körpergewicht um 1500 g bezahlt, bei Putenhennen bei Gewichten über 8,5 kg, bei Putenhähnen über 19,5 kg Lebendgewicht. Die Auszahlungspreise lagen in den letzten 5 Jahren bei der Kurzmast von Hähnchen zwischen 67 – 77 ct./kg Lebendgewicht. Für Putenhennen haben Landwirte zwischen 0,87 – 1,03 €/kg LG erzielt und der Erzeugerpreis für schwere Putenhähne bewegte sich

bei 0,97 – 1,13 €/kg LG. In der Lebendvermarktung von Pekingenten wurden von den Großschlachtereien 0,9 – 1,13 €/kg LG bezahlt.

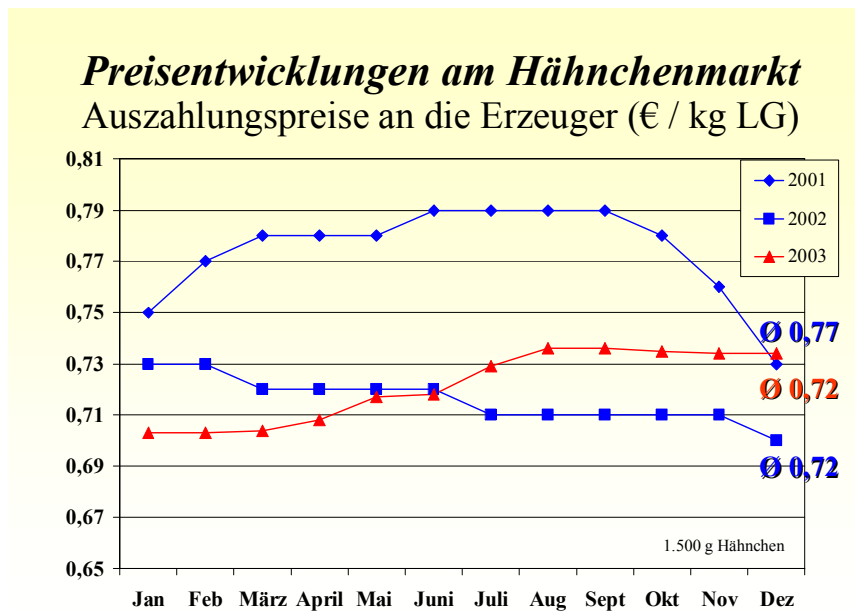
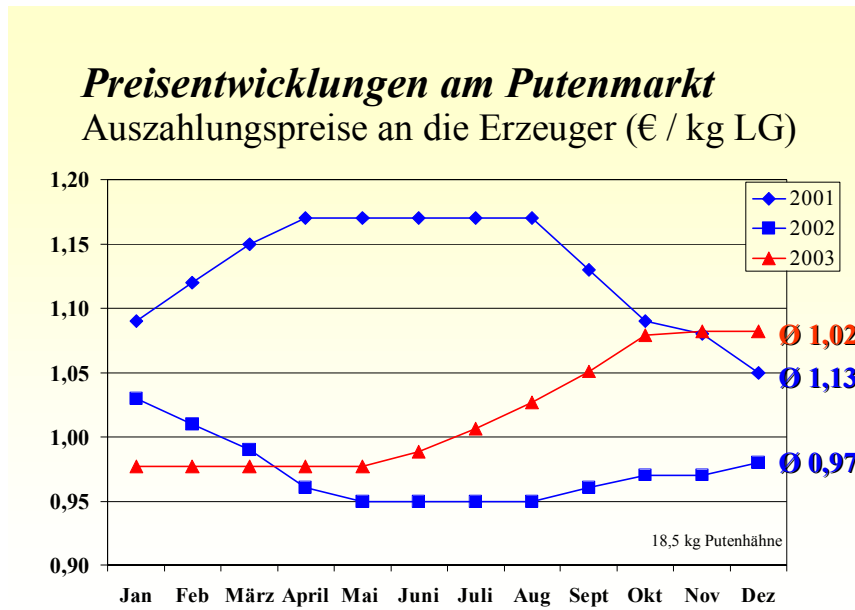


Tabelle 4: Auszahlungspreise für Hähnchen- und Putenmäster (ct. je kg Lebendgewicht)

	1999	2000	2001	2002	2003
Broiler 1.500 g	67	69	77	72	72
Broiler 1.900 g	64	66	74	67	67
Putenhennen > 8,5 kg	87	94	103	89	97
Putenhähne > 18,5 kg	97	104	113	97	107
Pekingenten > 3,0 kg	96	90	101	113	105

ZMP Marktbilanz Eier/Geflügel 2003

3.2 Direktvermarktung

Die Geflügelfleisch-Hygiene-Verordnung bietet Direktvermarkter die Möglichkeit als „Landwirtschaftlicher Betrieb mit geringer Produktion von Geflügelfleisch“ max. 10.000 Stück selbst erzeugten Geflügels zu schlachten und direkt an den Endverbraucher zu vermarkten. Dabei findet keine Todbeschau der Schlachtkörper statt. Die Genehmigung mit Registrierung der Schlachtstätten setzt allerdings Mindestanforderungen in der Hygiene an die Einrichtung der Schlacht- und Verarbeitungsräume (§ 10 Absatz 2 GFHVVO) voraus. Es werden zwei Räume gefordert, der Schlacht- und Rupfraum, sowie getrennt davon (Durchreiche) der Verarbeitungs- und Verpackungsraum. Des weiteren muss eine geschlossene Kühlkette (+ 4°C) bis zum Abnehmer gewährleistet sein und es muss ein separater gekühlter Konfiskatraum oder -box zur Verfügung stehen. Das notwendige Investitionsvolumen wird daher maßgeblich von den Kosten der Schlacht- und Verarbeitungsräume und Vermarktungseinrichtungen (Hofladen, Marktstand, Kühltransporter) bestimmt. Bei dem Kalkulationsbeispiel in Tab. 5 wurde davon ausgegangen, dass geeignete Altgebäude für die Unterbringung der Tiere und die Einrichtung der Schlachtanlage vorhanden sind.

Tabelle 5: Bsp. Investitionsbedarf bei der Direktvermarktung von Geflügel (Damme 2002)

1)	Umbau eines Altgebäudes in eine bäuerliche Schlachtstätte (30 qm); 2 Räume, wasserfester Anstrich, Fliesen, etc.; viel in Eigenleistung	50.000 €
2)	Geräteausstattung der landw. Schlachtanlage	20.000 €
3)	Umbau und Einrichtung eines Hofladens oder alternativ, Anschaffung eines Verkaufsmobiles	50.000 €
4)	Umbau des Altgebäudes für die Geflügelmast 80 qm Stallnutzfläche (Umbau 50 €/qm, Einrichtung 50 €/qm)	8.000 €
	Insgesamt	128.000 €

Tab. 5 zeigt, dass auch bei der Direktvermarktung erhebliche Investitionen getätigt werden müssen, die im Vergleich zur Lebendvermarktung aber nur ca. 1/3 – 1/4 des Kapitalaufwandes ausmachen. Die jährliche Festkostenbelastung, bei einer 20jährigen Gebäudeabschreibung und 10 % AfA für die Investitionen in die Inneneinrichtung und das

Verkaufsfahrzeug bei einem Zinsansatz von 6/2 % liegen bei dem oben genannten Beispiel bei 13.740 €. Eine ordentliche Abschreibung und Verzinsung des eingesetzten Kapitals ist daher nur bei entsprechender Auslastung möglich. D.h. es sollten im Jahr ca. 6.000 – 7.000 schwere Hähnchen, oder 1.500 Putenhähne oder 1.000 Gänse plus 2.000 – 3.000 Flugenten oder ca. 10.000 anderes Spezialgeflügel (Perlhühner, Wachteln, Stockenten) gemästet, geschlachtet und vermarktet werden, um die eigenen Schlachtkosten auf Lohnschlachtungs-niveau zu drücken. Im Gegensatz zur Lebendvermarktung wird bei der Direktvermarktung durch hohen Arbeitsaufwand (ca. 15 Min./Broiler und 2 Akh./schwere Zerlegepute) eine beachtliche Wertschöpfung je Schlachttier realisiert (siehe Tab. 6 und 7). Für die anfallenden Arbeitsspitzen bei

der Schlachtung und Zerlegung werden allerdings zusätzliche Familien- oder Fremdarbeitskräfte benötigt.

Tabelle 6: Preisverhältnisse bei der Lebend- und Todvermarktung von Schlachtgeflügel

Tierart	Lebendvermarktung (€/kg LG)	Todvermarktung (€/kg SG)	Ausschlachtung (%)	Verhältnis tot/lebend
Hähnchen	0,67 – 0,77	3,5 – 4,0	72	3,3 – 4,3
Puten	0,92 – 1,13	4,5 – 5,0	80	3,3 – 4,3
Pekingente	0,90 – 1,13	5,0 – 6,0	74	3,3 – 4,9

Tabelle 7: Beispiel für Variable Kosten und Deckungsbeitrag in der Direktvermarktung von Hähnchen und Puten.

Kennzahl	Hähnchenmast	Putenmast	
		Hähne 19 kg	Hennen 9 kg
Mastendgewicht	2.400 g	147 Tage	112 Tage
Mastdauer	42 Tage	147 Tage	112 Tage
Besatzdichte	15 T./qm	2 T./qm	4 T./qm
Futtermverbrauch	4,1 kg MAF/1,1 kg Weizen	53,2 kg	25,2 kg
Futterpreis	25 €/dt/16 €/dt	25 €/dt	25 €/dt
Futterverwertung	2,1	2,8	2,8
Verluste	6 %	10 %	5 %
Schlachtgewicht	1.800 g	15,2	7,2
Preis/kg SG	3,6 €	4,5 €	4,5 €
Marktleistung (€/St.)	6,48	5,04	
Variable Kosten (€)			
Futter	1,21	9,80	
Tier + Verluste	0,50	3,00	
Strom, Wasser, Heizung	0,20	0,70	
Tierarzt, Impfung, Desinfekt.	0,10	0,70	
Einstreu, Sonstiges	0,10	0,50	
Insgesamt (€/St.)	2,11	14,70	
Deckungsbeitrag (€/St.)	4,37	35,70	
Feste Kosten (€/St.)¹⁾	1,37	9,16	
Betriebseinkommen (€/St.)	3,00	26,54	

¹⁾ Unterbringung der Tiere plus Schlacht- und Vermarktungseinrichtungen siehe Bsp. Tab.5
 Jährliche Festkosten 13.740 €; Auslastung: 10.000 Hähnchen/Jahr oder 1.500 Puten
 (50 % Hähne und 50 % Putenhennen) Schlacht- und Zerlegeräume plus Einrichtung ;
 Verkaufsfahrzeug oder Hofladen; 13.740 €/6000 Hähnchen bzw. 1.500 Puten (50 % Hähne/50 % Hennen)

3.2.1 Betriebs- und Familienarbeitseinkommen

Das Betriebseinkommen aus den Produktionszweigen Hähnchen-, Puten- und Pekingentenmast unterliegt in der Lebendvermarktung erheblichen Schwankungen, die ganz wesentlich durch die Auszahlungspreise und die Futterkosten beeinflusst werden. Das Familieneinkommen aus der Direktvermarktung von Schlachtgeflügel dagegen ist relativ stabil.

Tab. 8 gibt einen Überblick der Betriebszweigauswertungen in der Hähnchen und Putenmast in den letzten 4 – 5 Jahren. Die Schwankungsbreite im BE geht je nach Erzeugerring und Jahr von 4 ct./Hähnchen bis 21 ct./Hähnchen. In der Putenmast wurden bei Nebausituation im Rein-Raus-Verfahren (24 Wochen Rhythmus) BE von 15 ct./Tier bis 1,8 €/T. erzielt. Entsprechende Zahlen für das Umtriebsverfahren (18 Wochenrhythmus mit geringeren Festkosten/Tier) in der Putenmast lagen zwischen + 20 ct./T bis 2.47 €/T.

Tabelle 8: Betriebseinkommen (ct./Tier) in der Hähnchen- und Putenmast

Produktionszweig	1998	1999	2000	2001	2002
Hähnchenmast ¹⁾	8 – 18	4 – 13	10 – 11	10 – 21	4 – 11
Hähnchenmast ²⁾	11	7	10	20	8
Putenmast Rein-Raus	---	48	180	77	- 15
Putenmast Umtriebsverf.	---	115	247	115	20

¹⁾ JB Geflügelwirtschaft 2001, 2002, 2003, 2004 mit Erzeugerringergebnissen aus Bayern, Baden Württemberg und Weser-Ems

²⁾ Betriebszweigauswertung in der Hähnchenmast 2002 Niedersachsen/Weser-Ems

Vergleichbare exakte Auswertungen liegen für die Pekingentenmast oder die Direktvermarktung nicht vor. Aus den vorhandenen Datenquellen lassen sich jedoch ein durchschnittliches BE aus der Pekingentenmast von ca. 20 ct./Tier ableiten.

4 Betriebswirtschaftliche Wertung für Hähnchen, Puten und Peking-Enten

In neuerer Zeit ist die Hähnchenmast in Deutschland einem großen wirtschaftlichen Druck ausgesetzt. Die Erzeugung von Hähnchenfleisch in anderen EU-Mitgliedsstaaten und die Importe aus Drittländern sind stärker gestiegen als der Verbrauch. Die Folge waren sinkende Erlöse der deutschen Produzenten. An der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft liegen keine Betriebszweigauswertungen von spezialisierten Geflügelmastern vor. In Übersicht 3 wird deshalb die niedersächsische Auswertung kurz dargestellt.

Übersicht 3: Leistungen und Kosten der spezialisierten Hähnchenmäster in Niedersachsen

Mittelwert aus etwa 100 Betrieben (im Durchschnitt 47,71 ha LF und 58.500 Geflügelmastplätze)	Wirtschaftsjahr 1998/1999	
	€ je Betrieb	€ je Platz
Erlös aus Geflügelmast	578.900	9,90
Direktkosten Geflügel	476.200	8,14
Festkosten Geflügel	57.300	0,98
Lohnanspruch (bzw. Privatentnahme)	41.500	0,71
Vollkosten inkl. Lohnanspruch der Familien-AK (3.320 Akh)	574.900	9,83
Direktkostenfreie Leistung (Geflügelmast)	102.700	1,76
Gewinn	45.400	0,78
Festkosten Gesamt	88.500	1,51

Quelle: nach LWK Hannover und LWK Weser-Ems, 2003

Die Festkosten des Gesamtbetriebes ergeben sich aus den Zins- und Pachtzahlungen mit jeweils ca. 16.000 € und Abschreibungen in Höhe von 30.600 €. Für Steuern, Versicherungen und allgemeine Kosten der Betriebsführung waren knapp 23.000 € erforderlich. Bei der Wirtschaftlichkeitsrechnung wurde für die familieneigenen Arbeitskräfte ein Lohnansatz von rund 41.500 € (für ca. 3.320 Arbeitsstunden; 12,50 €/AKh) berücksichtigt. Dieser entspricht etwa der Höhe der jährlichen Privatentnahmen in diesen Betrieben. In der Geflügelmast ist mit durchschnittlichen Festkosten von 0,98 € je Platz zu rechnen, und für den Lohnanspruch sind ca. 0,71 € je Platz zu veranschlagen.

Die Ergebnisse der Buchführungsauswertung in den niedersächsischen Betrieben ergaben für die letzten 7 Jahre, dass im Durchschnitt der Betriebe zwar Gewinne erzielt werden konnten (siehe Abbildung 1). Diese reichten aber nicht in jedem Jahr aus, um einen Lohnanspruch in der oben genannten Höhe zu erwirtschaften. Lediglich die erfolgreicherer Betriebe, deren Gewinn in der Gruppenauswertung im oberen Viertel lag, konnten eine ausreichende Faktorentlohnung für die eingesetzte Arbeitsleistung und eine ausreichende Eigenkapitalbildung erreichen.

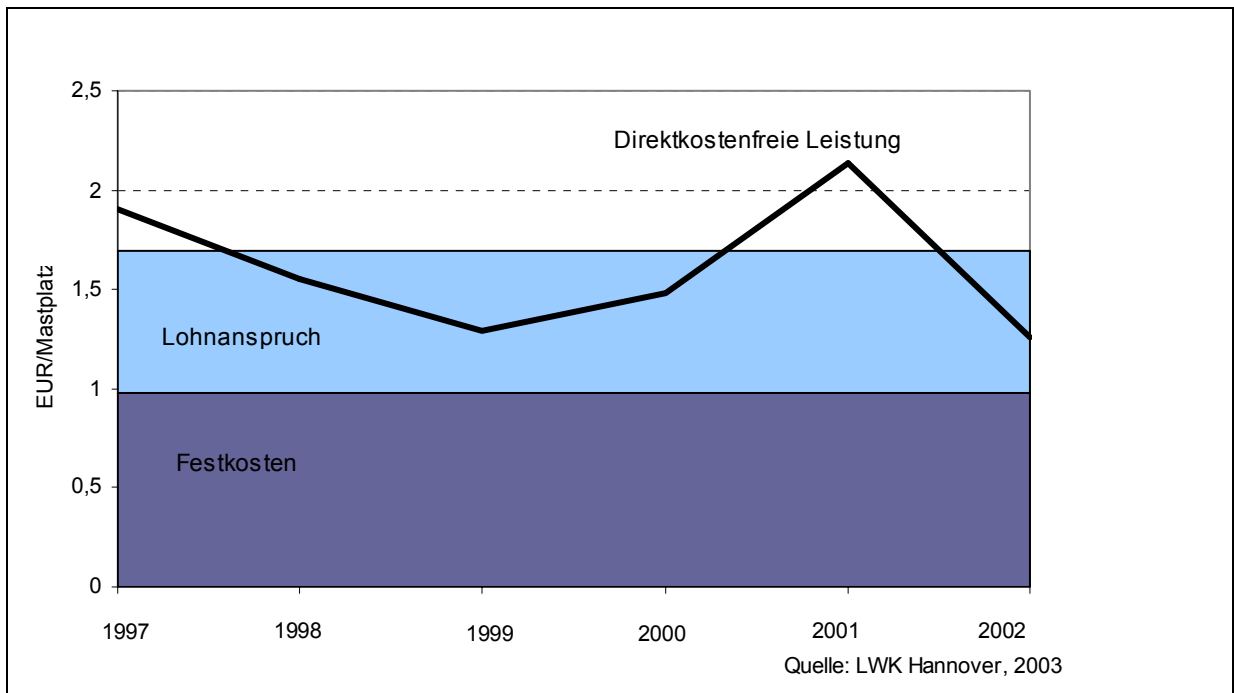


Abbildung 1: Wirtschaftlichkeit der Hähnchenmast in Niedersachsen

Produktionsstruktur der Geflügelmast in Bayern

Die Auswertung der INVEKOS-Daten 2003 ergab, dass über 60 % der Hähnchenmäster und etwa 80 bzw. 90 % der Puten- und Entenmäster in Bayern weniger als 100 Tiere in ihrem Betrieb halten. Es kann davon ausgegangen werden, dass in diesen Betrieben die Geflügelmast vorwiegend der Eigenversorgung der Betriebsleiterfamilie dient. In geringen Umfang wird Frischgeflügel direkt vermarktet. Die damit verbundenen Einkommensbeiträge sind vergleichsweise gering. In Abbildung 2 ist die auf der Grundlage der INVEKOS-Daten des Jahres 2003 ermittelte Produktionsstruktur der bayerischen Geflügelmast dargestellt.

Nennenswerte Beiträge zum Einkommen können in den Betrieben der Bestandsgrößenklassen ab ca. 250 Hähnchenmastplätzen bzw. ab etwa 50 Putenmastplätzen und 100 Entenmastplätzen erwartet werden (siehe Abbildung 2). Die INVEKOS-Auswertung ergab, dass in Bayern bei der Entenmast vergleichsweise kleine Tierbestände pro Betrieb vorhanden sind.

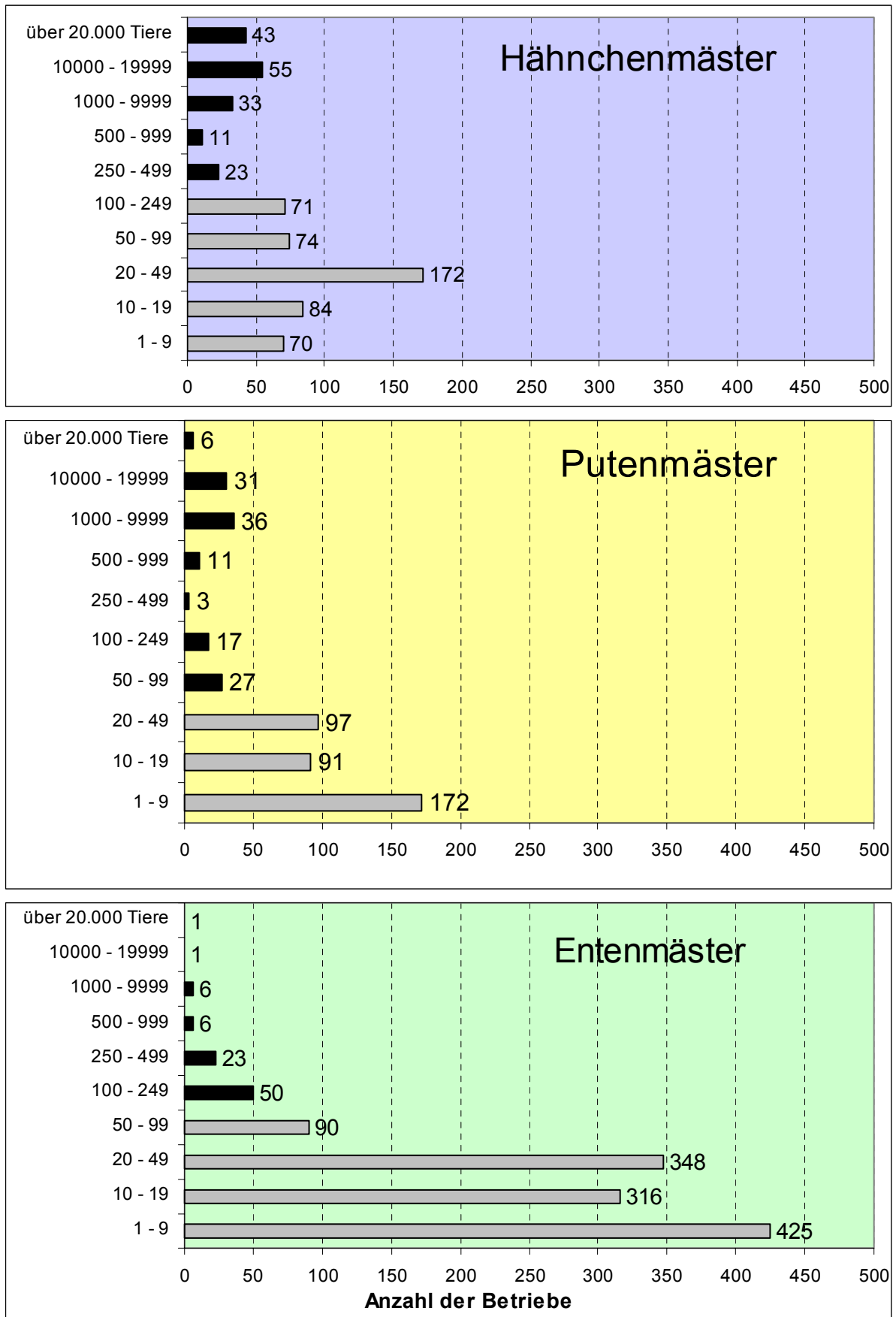


Abbildung 2: Produktionsstruktur der Geflügelmast in Bayern

Quelle: INVEKOS-Datenauswertung 2003

Seit dem Wirtschaftsjahr 2002/2003 werden in der bayerischen Buchführungsstatistik auch Geflügelmastbetriebe als eine eigenständige Gruppe geführt. Die Datenbasis hierfür bilden die Jahresabschlüsse von 12 Betrieben. Für eine ökonomische Analyse und Bewertung sind jedoch mehrjährige Ergebnisse, möglichst differenziert nach Produktionsrichtungen, erforderlich. Die nachfolgende Analyse basiert deshalb auf Berechnungen für Modellbetriebe, denen die in dieser Studie von DAMME genannten Leistungs-Kosten-Relationen, ergänzt durch Angaben aus z. B. Preisstatistiken, zugrunde liegen. Für spezialisierte Geflügelmäster mit Direktvermarktung liegen keine Buchführungsabschlüsse vor. Daher wurden ebenfalls Modellbetriebe dargestellt.

4.1 Lebendvermarktung

Wirtschaftlichkeitsergebnisse und betriebliche Rahmenbedingungen bei Lebendvermarktung

Die Lebendvermarktung in der Geflügelfleischproduktion bietet den Landwirten dann Einkommensmöglichkeiten, wenn diese ihre Geflügelhaltung in die bestehenden Vermarktungsstrukturen einfügen. Für die intensive Hähnchen- und Putenmast bedeutet dies, dass in Systemställen mit genormter Hallen- bzw. Tierbestandsgröße produziert wird. Die Systemställe für die Hähnchenmast sind derzeit in drei Standardgrößen¹ üblich. In der Putenmast hat sich die Nutzung von mindestens zwei oder mehreren Ställen pro Betrieb mit der Trennung von Hennen und Hähnen als Rotations- bzw. Umtriebsverfahren bewährt. Bei der Mast von Pekingenten wird bei Lebendvermarktung künftig mit ähnlichen Strukturen wie in der Hähnchenmast zu rechnen sein. Die Auswertung der INVEKOS-Daten 2003 ergab allerdings, dass dieses Verfahren der Entenmast in sogen. Systemställen derzeit nur von wenigen Landwirten in Bayern praktiziert wird. Demgegenüber mästen über 40 Landwirte Hähnchen in Tierbeständen mit mehr als 20.000 Mastplätzen (siehe Abbildung 2).

Nachfolgend werden in Modellrechnungen die Wirtschaftlichkeit und die Einbindung der drei genannten Betriebszweige in die Betriebsorganisation von landwirtschaftlichen Betrieben analysiert. Es werden dazu jeweils übliche Produktionsverfahren und Tierbestandsgrößen für die Lebendvermarktung von Hähnchen, Puten und Pekingenten berücksichtigt. Als Zieleinkommen der Mast in „Systemställen“ wird mittelfristig ein erzielbares Betriebseinkommen von etwa 30.000 € jährlich angesetzt. Es kann davon ausgegangen werden, dass der Landwirt damit eine ausreichende Entlohnung der eingesetzten Arbeitskräfte und der sonstigen Produktionsfaktoren erreichen wird. Bei diesem Betriebseinkommen wird in der Regel auch eine ausreichende Eigenkapitalbildung möglich sein, um auch die künftig erforderlichen betrieblichen Investitionen tätigen zu können.

Die Ergebnisse in Übersicht 4 zeigen, dass bei Bestandsgrößen von 37.000 Hähnchen (Kurzmast), 7.700 Puten bzw. 6.000 Enten mit den angenommenen Mastverfahren und Kosten-Leistungsrelationen dieser Einkommensbeitrag erreicht werden kann. In der Putenmast war es unter Berücksichtigung der von DAMME genannten Leistungs-Kostenrelationen lediglich in den Jahren 2001 und 2002 möglich, volle Kostendeckung zu erreichen. Wie die Modellrechnung in Übersicht 4 für die Putenmast zeigt, konnten dort bei Berücksichtigung der Durchschnittspreise der letzten 5 Jahre lediglich die Direktkosten, nicht aber die Gesamtkosten einschließlich Lohnansatz erwirtschaftet werden. Diese vergleichsweise schwierige wirtschaftliche Situation in der bayerischen Putenfleischerzeugung führte auch dazu, dass die heimische Putenproduktion nicht ausgeweitet worden ist (ZMP).

¹ Beispiele für Gebäudemasse der Systemställe: 19 m * 70 m bzw. 85 m und 22 m * 115 m; entsprechend der üblichen Obergrenze in der Hähnchenmast (30 kg Mastendgewicht je m² Stallgrundfläche) werden die Masthähnchen üblicherweise in Beständen zwischen etwa 22.000 und 50.600 Tieren (Kurzmast) gehalten.

Übersicht 4: Wirtschaftlichkeit in der spezialisierten Geflügelmast bei Lebendvermarktung (Modellsituation)

	Hähnchenmast	Putenmast	Entenmast
	37.400 Mastplätze / 7,5 1,8 kg LG (Kurzmast) Rein-Raus-Verfahren 280.500 Hähnchen / 5 %	7.700 Mastplätze / 2,8 Hennen 10 kg LG, Hähne 20 kg LG Umtriebsverfahren 21.560 Puten / 8 % dav. 11.760 Hennen, 9.800 Hähne	6.000 Mastplätze / 12 3,0 kg LG Umtriebsverfahren
Zahl der Mastplätze/Umläufe Zielgewicht Mastverfahren/Produktionsdauer (Verkauf)/Verluste Stallgebäude und Nutzung	1.625 m ² Stallgrundfläche 19 m * 85 m	Hennenstall 750 m ² 16 m * 48 m 4.200 Hennen bzw. 7.875 Küken Hennenstall 1120 m ² 16 m * 71 m 3.500 Hähne	72.000 Pekingtonen / 3 % 1.425 m ² Stallgrundfläche 75 m * 19 m (6.000 Mastplätze u. anteil. Aufzuchtpl.)
	€/Jahr	€/Jahr	€/Jahr
	341.232	292.393	229.068
	352.028 ²⁾	315.746 ¹⁾	235.440 ¹⁾
Direktkosten			
Kükenzukauf	83.940	50.062	50.652
Futterzukauf	165.320	192.833	115.466
Heizung, Strom, Wasser	18.688	12.332	7.308
Tierarzt, Medikamente, Hygiene	8.625	13.453	1.462
Sonstige Direktkosten	4.313	4.484	2.558
Abzüglich Pauschalierungsvorteil	-6.000	-6.000	-3.800
Direktkosten insgesamt	274.886	267.165	173.646
Direktkostenfreie Leistung			
Durchschnitt Preis der letzten 5 Jahre ¹⁾	66.346	25.228	55.422
Durchschnittspreis 2001 und 2002	77.142 ²⁾	48.581 ¹⁾	61.794 ¹⁾
Kosten für Gebäude	25.100	31.600	22.900
Kosten für technische Ausstattung	12.000	10.440	8.580
Sonstige Kosten	2.500	2.500	2.500
Kosten insgesamt	302.486	311.705	199.046
Betriebseinkommen des Betriebszweiges	38.746	-19.312	30.022
Basis für Erlös: mittlerer Preis letzte 5 Jahre ¹⁾	49.542²⁾	4.041¹⁾	36.394¹⁾
Basis für Erlös: mittlerer Preis der Jahre 2001 u. 2002			
Gewinnschwankung			
(Basis für Erlös: mittlerer Preis letzte 5 Jahre ¹⁾)			
Erlöse + 0,10 / 0,20 / 0,15 €/kg SG/ Futter +1,0 €/dt	78.336	30.178	57.005
Erlöse - 0,10 / 0,20 / 0,15 €/kg SG Futter -1,0 €/dt	-9.724	-68.802	3.039

1. Durchschnitt für Deutschland; ZMP-Preisnotierung

2. 1,27 bzw. 1,24 €/kg (netto) Preise inkl. Kleinverkauf, Eigenverbrauch, Bonus Nord-/Südbayern (Böttcher und Schmidt, 2004)

Die Geflügelmast erfordert eine Einbindung in die bestehende Betriebsorganisation des landwirtschaftlichen Betriebes. In Übersicht 5 wurde der Faktoreinsatz für ausgewählte Parameter dargestellt.

In der Hähnchenmast fallen etwa 1.200 Arbeitsstunden jährlich an, in der Puten- bzw. Entenmast ist bei dem oben genannten Produktionsumfang mit etwa ca. 1.000 bzw. rund 800 Arbeitsstunden zu rechnen. Dabei nehmen trotz der vergleichsweise großen Tierbestände in der spezialisierten Geflügelmast die täglichen Arbeiten nur einen vergleichsweise geringen Anteil am Gesamtarbeitszeitbedarf (in der Hähnchenmast etwa 30 %) ein. Ein erheblicher Teil der Arbeit ist beim Ein- und Ausstallen und den anfallenden Stallreinigungsarbeiten zwischen zwei Mastdurchgängen zu erbringen. Diese Arbeiten sind termingebunden auszuführen, um vertraglich vereinbarte Lieferfristen einzuhalten.

Für die in den Modellbetrieben zugrunde gelegte Geflügelfleischproduktion sind große Futtermengen erforderlich (siehe Übersicht 5). Üblicherweise werden ausschließlich industriell hergestellte Fertigfuttermittel (Anlieferung im LKW-Silozug) verwendet. In den Modellbetrieben beträgt der wöchentliche Futterbedarf für die Hähnchen bzw. Puten durchschnittlich rund 17 Tonnen. Standortvorteile können sich beim Futterbezug insbesondere für Landwirte in der Nähe der Futtermittelmischwerke (z. B. Regensburg, Würzburg) ergeben, wenn sie aufgrund niedrigerer Transportkosten Preisvorteile beim Futtermittelbezug nutzen können.

Die Modellkalkulation in Übersicht 4 zeigt, dass unter den angenommenen Produktionsbedingungen aus der Hähnchenmast ein Betriebseinkommen von ca. 39.000 €/Jahr erzielbar ist. Diese Berechnung zeigt auch, dass auf der Basis des 5jährigen Durchschnittserlöses mit der Putenmast kein positiver Beitrag zum Betriebseinkommen erzielt werden konnte, sondern lediglich aufgrund der höheren Produktpreise im Durchschnitt der Jahre 2001 und 2002 etwa 4.000 € Betriebseinkommen erwirtschaftet wurden. In der Entenmast war unter den angenommenen Bedingungen etwa 30.000 € Betriebseinkommen erreichbar. In den vergangenen 5 Jahren konnten die spezialisierten Geflügelmäster mit der Lebendvermarktung nur dann eine ausreichende Kostendeckung erreichen, wenn ihre Leistungen überdurchschnittlich waren.

Übersicht 5: Betriebliche Einbindung und Rahmenbedingungen in der spezialisierten Geflügelmast mit Lebendvermarktung (Modellsituation)

	Hähnchenmast ¹⁾	Putenmast ¹⁾	Entenmast ¹⁾
Arbeit Nichtentlohnte Arbeitskräfte	1.198 AKlt/Jahr (0,6 AK)	1.032 AKh/Jahr (0,5 AK)	792 Akh/Jahr (0,4 AK)
Landwirtschaftliche Nutzfläche (LN) Geflügelbestand in Großvieheinheiten (GV) Ordnungsgemäße Stallmistmenge Stickstoffmenge im Stallmist Mindestumfang der LN ⁴⁾ bei ausschließlich betriebl. vorhand. Ackerfläche Grünlandfläche	431 GV 422 Tonnen/Jahr 10,5 Tonnen/Jahr 62 ha 50 ha	365 GV 354 Tonnen/Jahr 8,9 Tonnen/Jahr ³⁾ 52 ha 42 ha	278 GV 272 Tonnen/Jahr ²⁾ 6,8 Tonnen/Jahr ³⁾ 40 ha 32 ha
Bewertung des Tierbestands nach Bewertungsgesetz Geflügelhaltung im Betrieb Erforderlicher Mindestumfang der landwirtschaftliche Nutzfläche lt. Bewertungsgesetz	374 VE 47,29 ha	314 VE 37,32 ha	241 VE 25,88 ha
Kapital⁵⁾ Stallgebäude Technische Einrichtung Umlaufkapital Gesamt	251.000 € 100.000 € 24.300 € 375.300 €	316.000 € 87.000 € 57.700 € 460.700 €	229.000 € 71.500 € 9.500 € 310.000 €
Landwirtschaftliche Betriebsmittel Stroh Getreidefläche (Strohertrag 60 dt/ha) Geflügelfutter (Alleinfütter)	98 Tonnen/Jahr 16 ha 888 Tonnen/Jahr	73 Tonnen/Jahr ⁶⁾ 12 ha 892 Tonnen/Jahr	182 Tonnen/Jahr ⁷⁾ 58 ha 548 Tonnen/Jahr

Produktionsverfahren siehe Übersicht 4

Schätzwert; Berechnung nach VE

Schätzwert (Berechnung nach Angaben zur Hähnchenmast von HEGE, PERETZKY et al.)

Bei Einhaltung der zulässigen Höchstmenge laut Dünge-VO (Ausbringfläche)

Zum Zeitpunkt des Produktionsbeginns; zuzüglich Erschließungskosten bei Teilaussiedlung

Zusätzlich Einsatz von Holzspänen (Zukauf)

Berechnung nach PIEPER (Strohbedarf 2,5 kg je erz. Tier); vergleichsweise hoher Tränkewasserverbrauch

Neuaufnahme der Geflügelmast mit Lebendvermarktung als Betriebszweig eines landwirtschaftlichen Betriebes:

Die Aufnahme der Geflügelmast und die Haltung eines Tierbestandes im Systemstall erfordert eine entsprechende Faktorausstattung im landwirtschaftlichen Betrieb (geeignetes Grundstück, betriebliche Arbeitskapazität, Kapital und Flächenausstattung²; siehe Übersicht 5). Meistens werden die Landwirte zur Finanzierung auch Fremdmittel einsetzen.

Für die geplante Neuerrichtung und den Betrieb des Geflügelmaststalles im oben genannten Umfang müssen Landwirte mit jährlichen Gesamtkosten rechnen, wie sie in Übersicht 5 dargestellt sind. Daraus lässt sich bei der veranschlagten Jahresproduktion der Mindesterlös je Produkteinheit ermitteln, bei dem eine Kostendeckung erreicht wird. Die in Übersicht 6 enthaltene Kalkulation zeigt, dass in der Hähnchenkurzmast (Systemstall mit 37.400 Mastplätzen) bei einem Verkaufserlös von 1,20 €/Hähnchen (bzw. 0,801 €/kg LG) Kostendeckung erreicht wird. In der Putenmast müssen unter den angenommenen Bedingungen 1,11 €/kg Putenfleisch und in der Entenmast 1,031 €/kg erlöst werden. Ein Vergleich mit den durchschnittlichen Erlösen für Geflügelfleisch in den vergangenen 5 Jahren zeigt, dass unter den für die Modellsituation angenommenen Bedingungen Neuinvestitionen weder in der Hähnchenmast noch in der Puten- oder Entenmast wirtschaftlich sind.

Mit einem deutlichen Preisanstieg für Geflügelfleisch auf der Basis von Lebendvermarktung kann zumindest mittelfristig nicht gerechnet werden, weshalb die Bereitschaft zur Aufnahme der Geflügelmast als neuen Betriebszweig aus wirtschaftlichen Überlegungen bei den Landwirten eher gering ist. Ausnahmen können bei besonders günstigen einzelbetrieblichen Leistungs-Kostenstrukturen gegeben sein. Die wichtigsten Kostenpositionen sind dabei die jeweiligen Kosten für Futtermittel und Kükenzukauf.

² Erforderlichenfalls können mit anderen Landwirten vertragliche Vereinbarungen über die Stallmistausbringung getroffen werden. Diese sind anrechenbar, wenn z. B. im Zuge der Baugenehmigung die ordnungsgemäße Stallmistverwertung belegt werden muss.

Übersicht 6: Notwendige Erlöse aus der spezialisierten Geflügelmast bei Neuinvestition

	Hähnchenmast	Putenmast	Pekingentenmast
Stallkapazität	37.400 Mastplätze	7.700 Mastplätze, dav. 4.200 Hennen, 3.500 Hähne	6.000 Mastplätze und 6.000 Kükenaufz.pl.
Umtriebe/Jahr Mastverfahren	7,5 Rein-Rausverfahren	2,8 Umtriebsverfahren	12 Rein-Rausverfahren
Jahresproduktion	280.500 Hähnchen	21.560 Puten	72.000 Pekingenten
Investitionskosten ¹⁾	€	€	€
Gebäudekosten	251.000	316.000	229.000
Kosten für technische Einrichtungen	100.000	87.000	71.500
Umlaufkapital	24.322	57.719	9.504
Insgesamt	375.322	460.719	310.004
Variable Kosten der Produktion ²⁾	€/Jahr	€/Jahr	€/Jahr
Jährliche Kosten der Investition	274.886	267.165	173.646
Abschreibung	29.570	32.560	24.610
Unterhalt	4.010	4.465	3.363
Zinsansatz	10.990	14.257	8.786
Insgesamt	44.570	51.282	36.759
Lohnansatz der Familienarbeitskräfte ³⁾	14.975	12.898	9.896
Sonstige Kosten ⁴⁾	2.500	2.500	2.500
Summe der jährlichen Kosten (inkl. Lohnansatz) je Maststall	336.930	333.845	222.801
Notwendiger Erlös aus Geflügelfleischverkauf je verkaufsfähige Produkteinheit	1,201	15,484	3,094
je kg Geflügelfleisch	0,801	1,106	1,031
Vergleich: Verkaufserlös je kg ⁵⁾	0,704	1,04	1,01

1) Ohne Erschließungs- bzw. Ausstedlungskosten

2) Pauschalierungsvorteil der Umsatzsteuerregelung mit berücksichtigt

3) Arbeitseinsatz 1.200 / 1.030 / 790 Stunden/Jahr; durchschnittlich 12,50 €/Akh

4) Anteilige Betriebsführungskosten

5) Durchschnitt der letzten 5 bzw. 3 Jahre

4.2 Direktvermarktung

Wirtschaftlichkeitsergebnisse und Rahmenbedingungen bei Direktvermarktung

Bei der Konzeption der in Übersicht 7 genannten Betriebe wurde wieder die Möglichkeit zur Erwirtschaftung von rund 30.000 € Betriebseinkommen angenommen und dazu die von DAMME genannten Leistungs-Kostenstrukturen zugrunde gelegt. Weiter wird davon ausgegangen, dass Wirtschaftsgebäude vorhanden sind. Diese werden zum Hähnchen- bzw. Putenmaststall umgebaut, ebenso werden eine Schlachthanlage (inkl. Nebenräume) und gegebenenfalls ein Hofladen in bestehende Wirtschaftsgebäude eingebaut. Die Landwirte vermarkten ihre Geflügelfleischerzeugung ausschließlich direkt. In den Modellbetrieben werden jährlich 12.000 Hähnchen bzw. 1.400 Puten verkauft, wobei die Vorgaben des Geflügelfleischhygienegesetzes und der Geflügelfleischhygieneverordnung³ einzuhalten sind. Der für die Geflügelfleischproduktion und –vermarktung erforderliche Arbeitseinsatz von familieneigenen Arbeitskräften ist mit ca. 2.100 bzw. 2.000 Arbeitsstunden jährlich zu veranschlagen.

Die Mast erfolgt im Rein-Raus-Verfahren. Zur Erhöhung der Kapazitätsauslastung in der Verarbeitung und zur verbesserten Belieferung der Kunden mit Frischgeflügel wird die tatsächliche Mastdauer zeitlich gestaffelt. Die veranschlagten jährlichen Produktmengen werden in der Hähnchenmast mit durchschnittlich 6 bzw. in der Putenmast mit 2 Umtrieben jährlich erreicht.

Wie in Übersicht 7 dargestellt ist im Modellbetrieb in der Direktvermarktung mit einem mittleren Erlös von 6,22 €/Hähnchen und einer durchschnittlichen Verkaufsmenge von 12.000 Hähnchen jährlich ein Betriebseinkommen von rund 33.300 €/Jahr zu erzielen. In der Putenmast ist bei einem durchschnittlichen Verkaufserlös von 50,40 €/Pute (Durchschnitt Henne und Hahn) ein Betriebseinkommen von rund 25.700 € möglich.

³ Die Abgabe von Geflügelfleisch ohne Schlachtgeflügel sowie Geflügelfleischuntersuchung darf nur an den Verbraucher erfolgen, und zwar unmittelbar im Betrieb oder über höchstens 50 km vom Betrieb entfernte Wochenmärkte oder über Einzelhandelsgeschäfte derselben Ortschaft wie der des Erzeugers.

Übersicht 7: Wirtschaftlichkeit der spezialisierten Geflügelmast mit Direktvermarktung (Modellsituation)

	Hähnchenmast mit Direktvermarktung	Putenmast mit Direktvermarktung
Jahreserzeugung (Mast)/ Verluste (Produktion) Stall, Schlachträume und Vermarktung	12.000 Masthähnchen / 10 % Altgebäude, umgebaut Stall: 138 m ² (Mindeststallfläche) Bäuerliche Schlachthanlage mit Nebenräumen; Verkaufsfahrzeug oder Hofladen	1.400 Puten / 10 % Altgebäude, umgebaut Stall: 233 m ² (Mindeststallfläche) Bäuerliche Schlachthanlage mit Nebenräumen; Verkaufsfahrzeug oder Hofladen
Tierbestand / Umtriebe Zielgewicht bei Mastende Mastverfahren	2.000 Mastplätze / 6 LG 2,4 kg Rein-Raus-Verfahren	700 Mastplätze / 2 LG ½ Hennen 9 kg LG, ½ Hähne 19 kg LG Rein-Raus-Verfahren
Leistung Verkaufserlös aus Geflügelverkauf Verkaufsmenge ¹⁾ Mittleres Verkaufsgewicht Verkaufspreis (Direktvermarktung) Verkaufserlös Direktkosten Küken Futter Heizung, Strom, Wasser Tierarzt, Medikamente Sonstige Direktkosten der Produktion Schlachtung/Verarbeitung/Vermarktung abzüglich Pauschalierungsvorteil Direktkosten insgesamt Direktkostenfreie Leistung Kosten für Gebäude Kosten für technische Ausstattung Sonstige Kosten Kosten insgesamt Betriebseinkommen des Betriebszweiges Veränderung des Betriebseinkommens bei um 1€/dt erhöhten Futterkosten um 1€/dt geringeren Futterkosten verringertem Erlös -0,3 €/kg SG	12.000 Tiere/Jahr 1,73 kg/Tier 3,60 €/kg 6.600 12.852 2.520 945 882 6.000 -600 41.718 70.917 68.443 26.011 5.800 8.400 2.500 42.711 25.733 25.115 26.350 21.170	

1) Vermarktungsanteil 95 % bzw. 97 %

Das Betriebseinkommen in den beiden in Übersicht 7 dargestellten Modellbetrieben ist relativ stabil gegenüber Preisschwankungen beim Futterzukauf. Allerdings ergeben sich Einbußen beim Betriebseinkommen von rund 4.000 bis 6.000 €/Jahr, wenn um rund 0,30 € niedrigere Verkaufserlöse je kg Schlachtgewicht als angenommen erzielt werden.

An die Vermarktung werden sehr hohe Anforderungen gestellt. Für die Erzielung eines Betriebseinkommens von rund 25.000 bis 30.000 €/Jahr sind vergleichsweise große Produktmengen bei hohen Preisen direkt abzusetzen. Ein Hähnchenmäster, der seine Erzeugnisse über den eigenen Hofladen verkauft, muss an 300 verkaufsoffenen Tagen im Durchschnitt täglich 40 Hähnchen⁴ verkaufen. Beim Verkauf auf dem Wochenmarkt an drei Tagen pro Woche sind durchschnittlich 80 Hähnchen pro Verkaufstag⁴ abzusetzen. Der in Übersicht 7 genannte spezialisierte Putenmäster erzeugt jährlich 15,68 Tonnen Putenfleisch. Die mittleren Tagesverkaufsmengen betragen unter den oben genannten Bedingungen jeweils 52 kg im Hofladen⁴ bzw. 105 kg pro Verkaufstag auf dem Wochenmarkt⁴.

In der Hähnchen- bzw. Putenmast mit 12.000 bzw. 1.400 Tieren und Direktvermarktung werden etwa eine AK⁵ benötigt (siehe Übersicht 8). Für eine ordnungsgemäße Ausbringung des Geflügelmistes lt. Düngerordnung sind 5 bis 6 ha Ackerfläche bzw. 4 bis 5 ha Grünlandfläche ausreichend⁶. Auch die vom Bewertungsgesetz geforderte Mindestflächenausstattung stellt keine Begrenzung dar. An Hähnchen- bzw. Putenfutter werden jährlich werden rund 60 Tonnen benötigt. Bis zu etwa einem Drittel kann davon auch betriebseigenes Getreide eingesetzt werden.

4 inkl. Direktbelieferung von Großabnehmern

5 Schätzwert; der AK-Bedarf dürfte jedoch bei Beginn der Direktvermarktung deutlich darüber liegen, da Maßnahmen zur Markterschließung, die vergleichsweise arbeitsintensiv sind, erforderlich sind.

6 Die Ausbringung von Schlachtabfällen ist hier nicht berücksichtigt.

Übersicht 8: Betriebliche Einbindung und Rahmenbedingungen der Geflügelmast mit Direktvermarktung (Modellsituation)

	Hähnchenmast mit Direktvermarktung¹⁾	Putenmast mit Direktvermarktung¹⁾
Arbeit Familieneigene Arbeitskräfte	2.100 AKh/Jahr ²⁾ (1 AK)	2.000 AKh/Jahr ²⁾ (1 AK)
Landwirtschaftliche Nutzfläche (LN) Geflügelbestand in Großvieheinheiten (GV) Ordnungsgemäße Stallmistverwertung Stallmistmenge (ohne Geflügelschlachtabfälle) Stickstoffmenge im Stallmist Mindestumfang der LN ¹⁾ bei ausschließlich betriebl. vorhand. Ackerfläche Grünlandfläche	18,9 GV 41 Tonnen/Jahr 1,02 Tonnen/Jahr ³⁾ 6,00 ha 4,86 ha	12,2 GV 33 Tonnen/Jahr 8,27 Tonnen/Jahr ³⁾ ⁴⁾ 4,86 ha 3,94 ha
Bewertung des Tierbestands nach Bewertungsgesetz Geflügelhaltung im Betrieb Erforderlicher Mindestumfang der LN	21 VE 2,14 ha	7,35 VE 0,74 ha
Kapital Gebäude: Stall Gebäude: bäuerl. Schlachttstätte, Verarb., Vermarkt Technische Einrichtung Schlachttstätte, Aufbereitung Technische Einrichtung Vermarktung Umlaufvermögen Gesamt	58.000 € 50.000 € 20.000 € 50.000 € 3.200 € 131.200 €	58.000 € 50.000 € 20.000 € 50.000 € 7.800 € 134.800 €
Landwirtschaftliche Betriebsmittel Stroh Geflügelfuttermittel davon möglicher Einsatz von betriebeigenem Getreide	15,1 Tonnen/Jahr 2,52 ha Getreidefläche 63,5 Tonnen/Jahr bis zu 17,0 Tonnen/Jahr	7,1 Tonnen/Jahr ⁵⁾ 1,18 ha Getreidefläche 61,7 Tonnen/Jahr bis zu 20 Tonnen/Jahr

1. Beschreibung der Produktionsverfahren siehe Übersicht 7

2. Schätzwert inkl. Verarbeitung und Vermarktung

4) Schätzwert

3) Berechnung nach HEGE, PERETZKY et al., ohne Schlachtabfälle

5) Zusätzlich Einsatz von Holzspänen

Neuaufnahme der Geflügelmast mit Direktvermarktung als Betriebszweig eines landwirtschaftlichen Betriebes:

Für den Landwirt, der seine bestehenden Wirtschaftsgebäude umbaut und entsprechend der in Übersicht 7 beschriebenen Modellsituation jährlich ca. 30.000 € Betriebseinkommen mit der Direktvermarktung des betrieblich produzierten Hähnchen- bzw. Putenfleisches erzielen will, stellen sich vorab drei grundsätzliche Fragen. Sie betreffen einerseits die Absatzmöglichkeiten für Geflügelfleisch und andererseits den erforderlichen Kapitaleinsatz für die Investitionen bzw. die Produktionskosten der laufenden Erzeugung. Zusätzlich müssen gut qualifizierte Arbeitskräfte (mit Vermarktungsgeschick) im Betrieb verfügbar sein.

Wirtschaftlichen Überlegungen folgend muss der Landwirt zum Zeitpunkt der Investition die Frage nach den mit der geplanten Investition notwendigen Mindestlösen stellen. Übersicht 9 zeigt, dass zur Kostendeckung bei den oben genannten Produktmengen Verkaufserlöse von durchschnittlich 6,48 €/Hähnchen bzw. 52,57 €/Pute erforderlich sind.

Um die in Übersicht 9 genannten Produktmengen in der Direktvermarktung absetzen zu können, sind sehr effiziente Vermarktungsstrategien erforderlich. Üblicherweise können derart hohe Umsätze in der Direktvermarktung nur über die Kombination von verschiedenen Absatzwegen, verbunden mit einem gut ausgestalteten Marketing-Mix erreicht werden. Mit Blick auf die hohen Absatzmengen, die der Berechnung zugrunde liegen, ist offen, ob die veranschlagte betrieblich erzeugte Menge an Geflügelfleisch auch tatsächlich zu den genannten Mindestverkaufspreisen abgesetzt werden könnten. Dabei dürften sich Produktdifferenzierungen in der Geflügelfleischerzeugung (Gänsemast, Entenmast) absatzfördernd auswirken, wenn z. B. saisonal günstige Absatzmöglichkeiten genutzt werden können. Der Direktvermarkter kann so seinen Kunden unterschiedliche Produkte aus eigener Erzeugung anbieten und damit die Kundenbindung und die Absatzsicherheit erhöhen. Allerdings steigt auch der Arbeitszeitaufwand pro Verkaufseinheit an.

Übersicht 9: Notwendige Erlöse aus der Geflügelmast bei Direktvermarktung und Gebäudeumbau (Modellsituation)

	Hähnenmast	Putenmast
Mastplätze / Umrtriebe/Jahr	Umbau: Stall, bäuerl. Verkaufsfahrzeug bzw. Hofladen 2.000 Mastplätze / 6 Rein-Raus-Verfahren 12.000 Hähnen	Umbau: Stall, bäuerl. Verkaufsfahrzeug bzw. Hofladen 700 Mastplätze / 2 davon 350 Hennen, 350 Hähne Rein-Raus-Verfahren 1.400 Puten
Jahresproduktion für den Direktverkauf		
Investitionskosten		
Gebäude	€ 58.000	€ 58.000
Technische Einrichtungen	70.000	70.000
Umlaufkapital	3.185	7.808
Insgesamt	131.185	135.808
Variable Kosten der Produktion ¹⁾		
Jährliche Kosten der Investition	€ / Jahr	€ / Jahr
Abschreibung	14.200	14.200
Unterhalt	1.920	1.920
Zinsansatz	3.695	3.949
Insgesamt	19.815	20.069
Lohnansatz der Familienarbeitskräfte ²⁾	26.250	25.000
Sonstige Kosten ³⁾	2.500	2.500
Summe der jährlichen Kosten (inkl. Lohnansatz) je Maststall	77.764	73.580
Notwendiger Erlös aus Geflügelfleischverkauf je verkaufsfähige Produkteinheit €/Tier je kg SG		
Vergleich: Verkaufserlös (Direktvermarktung) je kg SG	6,48	52,57
	3,75	4,69
	(3,60)	(4,50)

1) Pauschalierungsvorteil der Umsatzsteuerregelung berücksichtigt

2) 2.100 bzw. 2.000 Akh./Jahr einschl. Direktvermarktung, durchschnittlich 12,50 €/Akh

3) Anteilige Betriebsführungskosten Eines wichtigen Einflusses auf den wirtschaftlichen Erfolg der Direktvermarktung hat die Region. So sind relativ günstige Preise für Frischgeflügel z. B. im Raum München oder Stuttgart bzw. im Neckarraum erzielbar. In ländlichen Regionen sind dagegen die Absatzmöglichkeiten für den neu einsteigenden, größeren Direktvermarkter wegen der geringeren Nachfrage und den regional ansässigen kleineren Direktvermarktern, die ihre Erzeugnisse bevorzugt in der Nähe ihrer Betriebsstätten absetzen wollen, eher eingeschränkt.

In Übersicht 10 wird eine Potenzialschätzung für den Produktabsatz der oben dargestellten Modellbetriebe mit Direktvermarktung vorgenommen. Ausgehend vom durchschnittlichen Pro-Kopf-Verzehr bei Geflügelfleisch wurde ein für die Regionalvermarktung üblicher Anteil von 30 % für die Nachfrage nach Geflügelfleisch aus Direktvermarktung angenommen. Jeder der oben beschriebenen Modellbetriebe benötigt für den Absatz der jährlich produzierten Geflügelfleischmenge rund 4.000 Kunden bzw. Haushalte. Falls der einzelne Direktvermarkter seine Erzeugnisse an jeden 10. Haushalt absetzen kann, ist bei 2 bis 2,5 Personen je Haushalt mit einem Einzugsbereich von 80.000 bis 100.000 Einwohnern je spezialisiertem Direktvermarkter zu rechnen.

Bei einem Anteil von 30 % am Geflügelfleischverzehr könnten rund 1.500 Hähnchenmäster bzw. rund 4.500 Putenmäster mit Direktvermarktung und einer durchschnittlichen Jahresproduktion, wie sie für die Modellbetriebe angenommen wurde, die Geflügelfleischnachfrage in Bayern decken.

Übersicht 10: Potenzialschätzung für den Direktabsatz von Geflügelfleisch aus spezialisierten Betrieben

Bezeichnung	Einheit	Hähnchen	Puten
Jahresproduktion der Betriebe (Modellsituation)	Tiere/Jahr	12.000	1.400
Durchschnittliches Schlachtgewicht	kg/Tier	1,73	11,20
Produktmenge	kg/Jahr	20.736	15.680
Mittlerer Pro-Kopf-Verzehr bei Geflügelfleisch ¹⁾	kg/Kopf u. Jahr	8,52	5,68
Geflügelfleischverzehr je Haushalt ²⁾	kg/Haushalt und Jahr	17,89	11,93
Anteil regionaler Erzeugung ³⁾	%	30	30
Geflügelfleischnachfrage aus Direktvermarktung	kg SG/Haush. und Jahr.	5,37	3,58
Geflügelfleischnachfrage aus regionaler Erzeugung in Bayern			
Anzahl der von einem Direktvermarkter durchschnittlich zu erreichenden Haushalte		3.863	4.382
Größe des durchschnittlichen Einzugsbereichs je spezialis. Geflügelmäster mit DV ⁴⁾	Einwohner je Direktverm.	81.127	92.019
Anzahl der spezialisierten Geflügelmäster mit Direktvermarktung zur Versorgung der Einwohner in Bayern ⁵⁾		1.520	4.466
davon Stadt München ⁶⁾		326	288

¹⁾ Durchschnittswert der letzten 5 Jahre; Hähnchenfleisch bzw. Puten- und sonstiges Geflügelfleisch; ZMP 2003

²⁾ Durchschnittlich 2,1 Personen je Haushalt

³⁾ Durchschnittlicher Anteil der regional erzeugten Produkte

⁴⁾ Annahme: jeder 10. Haushalt kauft Geflügelfleisch aus der spezialisierten Direktvermarktung

⁵⁾ Bei 12.329.700 Einwohnern in Bayern

⁶⁾ Bei 1.260.600 Einwohnern in München

5 Absatzmöglichkeiten, Vermarktungsmaßnahmen

Der Absatz von gefrosteten und frischen ganzen Hähnchen hat abgenommen. Der Anteil ganzer Hähnchen sank von 33 % (1999) auf 30 % (2002). Die Bedeutung der Vermarktung ganzer Puten ist mit 9 % gering (ganze Babyputen mit 3 – 5 kg SG zu Weihnachten). Die Zunahme der Nachfrage geht in Richtung frische Teilstücke (33 % der Hähnchen und 74 % der Puten), Convenience-Produkte und Verzehr von Geflügelwurst. Der Anteil von Geflügelfleisch (Filets, Wings) im Fast Food Bereich nimmt stetig zu.

Die Lebendvermarktung von Mastgeflügel erfolgt über wenige spezialisierte EU Schlachthöfe und EU zugelassene Zerlegebetriebe mit Vertrieb über LEH, Verbrauchermärkte und zunehmend auch über Discounter.

Tab. 10: Schlachthofstruktur in Bayern und von bayerischen Mästern erreichbare (300 km) Großschlachtereien

Tierart	Firmengruppe	Standort/Land	Schlachtkapazität
Hähnchen:	Wiesenhof Schlachtereie	Bogen/Bayern;	ca. 180.000 Hähnchen/Tag
	Astenhof	Thüringen	Ca. 180.000 Hähnchen/Tag
Puten:	Velisco;	Rot am See/BW;	ca. 3 Mio Puten/Jahr
	TAG	Ampfing/Bayern	ca. 1,5 Mio Puten/Jahr
Pekingenten:	Gepro	Warmersdorf/Bayern	ca. 9 Mio/Jahr

Darüber hinaus sind in Bayern ca. 25 – 30 kleinere Schlachtstätten mit EG Schlachtnummer gemeldet: Der überwiegende Teil dieser Betriebe schlachtet und verarbeitet aber nur selbst gemästete Tiere oder kauft geschlachtete Ware zu. D.h., Landwirte mit Lebendvermarktung haben je nach Standort kaum Auswahl der Schlachtstätte und des Vertragspartners.

Über die Anzahl bäuerlicher Betriebe mit eigener Schlachtung im Rahmen der 10.000 Regelung in Bayern ist keine genaue Statistik verfügbar). Wie die Aufteilung der Hähnchen und Puteneinkäufe (siehe Abb. 2) nach Einkaufsstätten zeigt, ist der Anteil direkt vom Erzeuger (unter Sonstiges) sehr begrenzt und lag 2002 bei 5 % für Hähnchen und 4 % bei Puten mit leider rückläufiger Tendenz (2001: 8 % Hähnchen und 6 % Puten).

6 Chancen, Grenzen/Hemmnisse

6.1 Zielgruppen

Lebendvermarktung

Die besten Voraussetzungen für mögliche Investitionen in der Geflügelmast mit Lebendvermarktung bieten landwirtschaftliche Betriebe, die über ausreichende Faktorkapazitäten verfügen und zusätzlich die Bedingungen zur Einhaltung der behördlichen bzw. gesetzlichen Vorgaben z. B. für die Baugenehmigung eines Systemstalles auf ihren Hofstellen erfüllen oder die entsprechenden Voraussetzungen auf geeigneten Flächen z. B. im Rahmen von Teilaussiedlungen schaffen können.

Die Anforderungen an eine Geflügelmast mit Lebendvermarktung und den Betrieb von Systemställen sind nachfolgend zusammenfassend dargestellt.

1. Lage, Größe und Verkehrserschließung der Hofstelle (LKW-Anfahrt)
2. Regionale Nähe zu bestehenden Bezugs- und Absatzstrukturen (z. B. Futtermittelhersteller, Schlachthof) und Möglichkeit der Nutzung regional vorhandener Preisvorteile
3. Verfügbarkeit bzw. Nutzung von Beschaffungsmöglichkeiten für Kapital (Finanzierung der Baumaßnahme, des Umlaufvermögens bzw. des Überbrückungskapitals)
4. Ausreichende Arbeitskapazität bzw. Nutzung von betrieblich vorteilhaften Anpassungsmöglichkeiten und Bereitschaft zum termingebundenen Arbeitseinsatz in der Geflügelproduktion
5. Bereitschaft zur Aneignung von Know how in der Geflügelproduktion
6. Bereitschaft zur Einbindung in bestehende Vermarktungsstrukturen bei hohem Fremdorganisationsgrad und geringen Einflussmöglichkeiten bei der Bestimmung des Verkaufspreises
7. Betrieblich vorteilhafte Möglichkeiten der Stallmistverwertung (intensiver Ackerbau).

Direktvermarktung

Für eine spezialisierte Geflügelfleischerzeugung mit Direktvermarktung sind folgende Bedingungen der landwirtschaftlichen Betriebe besonders vorteilhaft:

1. Erfahrungen in der Direktvermarktung und Vermarktungsgeschick
2. Bereitschaft zur fachlichen Qualifizierung in der Geflügelfleischerzeugung, Produktaufbereitung und beim Direktabsatz
3. Kostengünstig umbaufähige Wirtschaftsgebäude (Umbaumöglichkeiten)
4. Ausreichende Arbeitskapazität, insbesondere Familien-AK
5. Bereitschaft zum Kapitaleinsatz
6. Bei Direktvermarktung im eigenen Hofladen: attraktive Hofstelle und Kundennähe
7. Bei Absatz an den örtlichen Lebensmitteleinzelhandel: möglichst hohe Einwohnerzahl im Ort.

6.2 Potenzialabschätzung

Eine Ausweitung der Geflügelfleischerzeugung mit Lebendvermarktung ist nicht zu erwarten. Einschränkend bei der Lebendvermarktung wirken:

1. Bereits seit längerem nicht ausreichende Wirtschaftlichkeit für Betriebe mit durchschnittliche Leistungen bzw. bei Neubausituation
2. Relativ stagnierende Produktpreise (anhaltender Preisdruck aus Drittländern)
3. Hohe Anforderungen an die Produktion in Systemställen (hoher Kapitaleinsatz, Produktionstechnik und Bereitschaft zur betrieblichen Einbindung).

Eine Produktionsausweitung bei der Direktvermarktung ist nur in geringem Umfang zu erwarten. Gründe sind:

1. Hohe Anforderungen an die Vermarktung infolge vergleichsweise großer Produktmengen, die für die Erzielung eines wesentlichen Beitrags zum Betriebseinkommen erforderlich sind.
2. Absätzig Produktion, Ausgleich: Produktdifferenzierung erfordert relativ arbeitsintensive betriebliche Anpassungen.
3. Die Auslastung einer geplanten Investition im Bereich der Verarbeitung ist nur durch Eigeninitiative der Betriebsleiterfamilie in der Vermarktung erreichbar. Außerdem ist die Abgabe an Lebensmitteleinzelhändler örtlich begrenzt auf den Ort der Betriebsstätte, sofern der Aufwand für Schlachtier- und Fleischuntersuchung niedrig gehalten soll. (Gemeinschaftliche genutzte Anlagen erfordern in der Regel Schlachthofstatus.)
4. Wettbewerb mit einer Vielzahl kleinerer Produzenten, die ihre Preisgestaltung nicht ausschließlich unter Berücksichtigung von Wirtschaftlichkeitsüberlegungen vornehmen.

Literatur

- Bauer K. (2003):** Masthähnchen, ein interessantes Kleinvieh, BLW 4, S. 40-42;
- Bauer, K. (2003):** Baukonzept für Masthähnchen aus einer Hand, BLW 5, 43-44;
- Damme, K. (2000-2003):** Faustzahlen zur Betriebswirtschaft. In den Jahrbüchern für die Geflügelwirtschaft 2001, S.197-207;/ 2002 S. 181-192;/ 2003 S. 193-204;/ 2004 S. 68-79; Verlag Eugen Ulmer, Stuttgart
- Damme, K., Hildebrand, R.-A. (2002):** Direktvermarktung von Geflügelfleisch. In „Geflügelhaltung“ S. 132-135, Verlag Eugen Ulmer, Stuttgart, ISBN 3-8001-3929-4
- Janning, T. (1996):** Arbeitswirtschaftliche Beurteilung der Mastputenhaltung. KTBL Schrift 374, Landwirtschaftsverlag Münster Hilstrup;
- Joos, B., Beck J., Junbluth, T. (1999):** Geringer Arbeitszeitbedarf in der Junggeflügelmast. DGS Magazin 48, S. 18-24:
- Klemm, R. (2002):** Wann sind die Gänse- und Entenmast rentabel? DGS Magazin, 5 S.32-39;
- Müller, K., Hiller, P. (2002):** Arbeitszeitbedarf: Flug- und Pekingentenmast getrennt bewertet. DGS Magazin 14, S. 46-48;
- NN (2003):** Eier / Geflügel. ZMP Marktbilanz 2003, ISBN 3-935898-42-8;
- Pieper, H., Schierhold, S. (2003):** Ergebnisse der Betriebszweigauswertung Hähnchenmast. In BZA in der Hähnchenmast 2002. LWK Niedersachsen und LWK Weser-Ems S. 3-13
- Schierhold, S., Pieper, H. (2003):** Hähnchenmäster arbeiten an der Grenze der Rentabilität.
DGS Magazin, 39, S.15-17;
- Bayer. StMLF (Hrsg.):** Immissionsschutzregelungen. Arbeitshilfen zum Vollzug von Rechtsvorschriften in der Landwirtschaftsverwaltung. Intranet Bayer. StMLF
- Böttcher W. und U. Schmidt:** Statistische Angaben zum Eier- und Geflügelmarkt. Jahrbuch für die Geflügelwirtschaft 2004, S. 52 ff.
- Eckhof, W.:** Bau- und umweltrechtliche Aspekte der Geflügelhaltung. Zentralverband der Dt. Geflügelwirtschaft e. V. und Mitgliedsverbände (Hrsg.), Jahrbuch für die Geflügelwirtschaft S. 235 ff
- Hege, U., Peretzki, F., Diepolder, M. und P. Capriel:** Leitfaden für die Düngung von Acker- und Grünland. 7. Auflage, Hrsg. LfL Institut f. Agrarökologie, Ökol. Landbau und Bodenschutz, 2003
- Kuratorium für Technik und Bauwesen in der Landwirtschaft (Hrsg.):** Betriebsplanung 2002/03. 18. Aufl. Darmstadt 2002
- Kuratorium für Technik und Bauwesen in der Landwirtschaft (Hrsg.):** Direktvermarktung 2000. 2. Aufl. Darmstadt 2000

LWK Hannover und LWK Weser-Ems: Betriebszweigmauswertung (BZA) 2002 in der Hähnchenmast Niedersachsen.

Pieper, H.: Pekingentenmast – Eine mögliche Einkommensalternative. LWK Hannover, 2003

Schierhold S. und H. Pieper: Hähnchenmäster arbeiten an der Grenze der Rentabilität. DGS Magazin, 39/2003 S. 15 ff.

ZMP (Hrsg.): ZMP-Marktbilanz Eier und Geflügel, Bonn, verschiedene Jahrgänge ZMP-Bilanz Mittel- und Osteuropa, Bonn, verschiedene Jahrgänge

Windhorst, H.-W.: Kann sich die deutsche Geflügelwirtschaft im internationalen Wettbewerb behaupten?