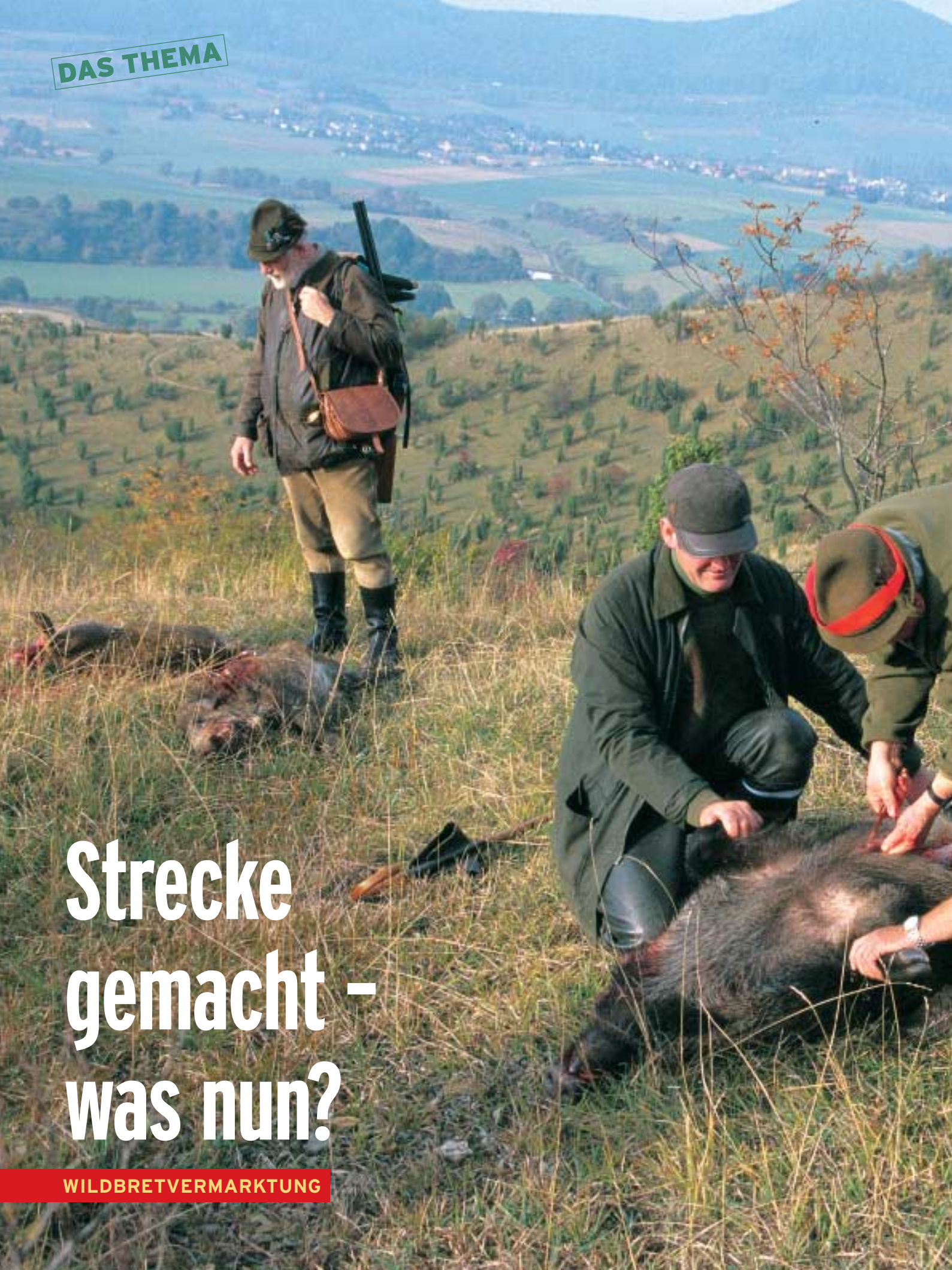


**DAS THEMA**

# Strecke gemacht – was nun?

**WILDBRETVERMARKTUNG**





**Größere Wildbretvermarkter zahlen häufig regelrechte Spottpreise. Gastronomie und private Abnehmer sind anspruchsvoller geworden, teilweise verunsichert. Wenn Jäger Wild selbst vermarkten, müssen sie Vertrauen aufbauen und nachhaltig rechtfertigen**

Peter Conrad

Das ist einfacher gesagt, als getan. Doch wie in anderen Bereichen gibt es auch bei der Wildbretvermarktung Pioniere, die neue Wege gehen. Der Jäger und Gastwirt Heiner Sindel, bekannt durch sein Programm „Artenreiche Flur“, hat schon vor Jahren in Feuchtwangen einen Regionalmarkt für Wildbret und Bälge installiert. Wir wollen hier über weitere Entwicklungen berichten, die für private Jäger interessant werden können.

Viele fiskalische Forstverwaltungen sind inzwischen Landesbetriebe und gehalten, ihre Produkte gewinnbringend zu vermarkten. Dazu gehören nicht nur Holz, sondern auch Jagdmöglichkeiten und eben Wildbret.

Im Nachstehenden wird besonders auf die Verhältnisse in Mecklenburg-Vorpommern eingegangen. Das hat seinen Grund: In diesem (nicht nur) jagdlich sehr attraktiven Land wird die Wildbretvermarktung von zwei Institutionen betrieben und von einer weiteren gefördert: Von der Landesforstanstalt, vom Landesjagdverband und von der Stiftung „Wald und Wild in Mecklenburg-Vorpommern“. Zweck der Stiftung von Claus Robert Agte aus Hamburg ist es, einen Beitrag zur Erhaltung des Waldes als Lebensgrundlage für viele Pflanzen und Tiere zu leisten. Gefördert werden unter anderem jagdliche und forstliche Forschung, aber auch die Entwicklung einer vorbildlichen Wildbretvermarktung.

Im Forstamt Schildfeld in der Nähe von Ludwigslust werden von 35 Jagdausübenden (Jagd-gäste und örtliche Forstbeamte) jährlich zirka 30 Stück Rotwild, 250 Stück Damwild, 200 Stück Schwarzwild und 290 Stück Reh-



**Bei der sommerlichen Bockjagd muss darauf geachtet werden, dass die erlegten Stücke so schnell wie möglich in eine Kühlzelle kommen.**

wild erlegt. Dieses Wild wird ausnahmslos über die Eigenvermarktung des Forstamtes verarbeitet und veräußert. Das Forstamt garantiert die regionale Herkunft des Wildbrets durch konsequenten Nachweis.

Durch die überschaubare Anzahl an ausgesuchten und geschulten Jägern ist eine waidgerechte Jagdausübung und fachgerechte Behandlung des erlegten Wildes gewährleistet. Jedes erlegte Stück wird einem Tierarzt

vorgelegt; ein Anfangsverdacht auf bedenkliche Merkmale hat selbstverständlich eine Fleischuntersuchung zur Folge. Bei der Wildbearbeitung mit EU-Zulassung (MV-EW-004) wird ausschließlich das aus der Jagdausübung in Eigenjagdbezirken des Landes Mecklenburg-Vorpommern stammende Wild durch Fachkräfte bearbeitet. Bis auf

weiteres wird kein Wildbret von anderen Jagdbezirken angekauft.

Leitgedanke des Forstamtsleiters Jörg Stübe: **Ein Stück Wild verwandelt sich nach der Erlegung sofort in ein Nahrungsmittel, das entsprechend behandelt werden muss.**

Das Forstamt verkauft ganze Stücke in der Decke oder Schwarte. Auf Wunsch des Kunden werden sie aus der Decke geschlagen beziehungsweise abgeschwartet. Vorwiegend werden jedoch Edelteile wie Rücken, Keulen und Filets gewonnen, portioniert und vakuumverpackt. Als Folge der Zunahme kleinerer Haushalte werden geringere Portionen immer häufiger verlangt. Das wird natürlich berücksichtigt. Ein Hochleistungsfroster dient der Tiefkühlagerung. In den Monaten November und Dezember kann man nach Vereinbarung frisches Wildbret kaufen.

Durch vertraglich verbundene Fleischverarbeiter aus der nahen Umgebung werden Wildspezialitäten wie Wildgrillwurst, Knacker, Schinken, Bockwurst, Salami und als Glasware Leberwurst, Hirschpastete, Wildschweinmett und Wildschweinschmalz hergestellt. Zukauf von Wild aus nahe gelegenen privaten Jagdbezirken ist geplant. Dabei sollen keine Qualitätsverluste in Kauf genommen werden. Die neuen EU-Fleischhygienevor-

schriften könnten dabei zusätzlichen Aufwand verursachen.

Am Forstamt findet alljährlich ein eintägiger Weihnachtsmarkt statt, der drei- bis viertausend Besucher anzieht. Verkauft wird nicht nur Wildbret in frischem, tiefgefrorenen oder verarbeiteten Zustand, sondern auch Holzspielzeug, Bastelmaterial und Weihnachtsbäume. Die für einen Markt in der dünnbesiedelten Gegend große Besucherzahl hängt auch mit der relativen Nähe zur Stadt Hamburg (Entfernung etwa 80 Kilometer) zusammen.

Das Forstamt Torgelow vermarktet für den Osten von Mecklenburg-Vorpommern Wildbret in ähnlicher Weise wie das Forstamt Schildfeld. Die übrigen Forstämter des Landes bemühen sich ebenfalls um eine Verbesserung des Wildabsatzes. Sie verkaufen ganze Stücke mit oder ohne Decke beziehungsweise Schwarte, aber auch portionierte Teile von Wild. Zielpartner sind größere Gastronomiebetriebe und Privatpersonen. Es ist gut möglich, dass die Gesamtstrategie in Mecklenburg-Vorpommern nach den Fleischskandalen, allem voran die schlechte Erfahrung mit

**Auch Niederwildstrecken müssen sauber versorgt werden, das heißt die Stücke rechtzeitig ausnehmen und danach kühlen.**



Fotos: Karl-Heinz Volkmar



**Gerade Schwarzwild verhitzt schnell. Also je eher die Wutz in der Wildkammer hängt, desto besser!**



**Eine professionell eingerichtete und sauber geführte Wildkammer erleichtert die Wildbretvermarktung erheblich.**



**Verbrauchergerecht Portionieren, Vakuumieren und Etikettieren - das ist Kunden-Service. Eine attraktive Präsentation der Produkte erhöht zudem das Kaufinteresse.**

einem bundesweit tätigen bayerischen Wildvermarkter, Früchte trägt.

Seit dem Jahr 2000 werden als gemeinsame Veranstaltung des Ministeriums für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Fischerei und des Landesjagdverbandes Mecklenburg-Vorpommern Landeswildtage durchgeführt. Ziel der Veranstaltung ist es, die Vorzüge des Wildbrets im Land und über die Landesgrenzen hinaus bekannt zu machen und hierfür zu werben. Die Landeswildtage Mecklenburg-Vorpommern haben sich zu einer traditionellen Veranstaltung auf dem Schlossplatz in Ludwigslust entwickelt, an der etwa zehn wildverarbeitende Betriebe teilnehmen. Jährlich interessieren sich acht- bis zehntausend Besucher für Produkte aus heimischem Wildbret.

Seit zwei Jahren nutzt der Landesanglerverband diese Veranstaltung als Werbung für Fisch aus heimischen Gewässern und



für Fischprodukte. Ein Rahmenprogramm rund um die Jagd, das Freizeitangeln und die Forstwirtschaft rundet diese Tage ab und bietet den Besuchern neben Informationen auch Unterhaltung. Im Jahr 2006 werden die Landeswildtage unter dem Motto „Wild und Fisch aus Mecklenburg-Vorpommern“ am 23. und 24. September wieder auf dem Schlossplatz in Ludwigslust stattfinden.

Die seit Jahren laufenden Bestrebungen der Landesanstalt

Forsten, des Landesjagdverbandes und der Stiftung Wald und Wild in Mecklenburg-Vorpommern haben sich als vorausschauend erwiesen und werden zum Motor des Wildbretverkaufs. Sie sind darüber hinaus ein Jagdpolitikum: Ein im Sinne des Tierschutzes vernünftiger Grund für die Jagd ist die Nutzung von Wild als Nahrungsmittel. Anders gesagt wird über das Wildbret die Jagd schlicht als selbstverständlich begründet, unabhängig von



Fotos: Forstamt Schildfeld

allen Emotionen für oder gegen sie.

Weitere Informationen sind erhältlich beim Forstamt Schildfeld, Forsthaus 1, 19260 Schildfeld, Telefon 038843/21003, [www.forsthaus-schildfeld.de](http://www.forsthaus-schildfeld.de) oder beim Landesjagdverband Mecklenburg-Vorpommern, Forsthaus 1, 19374 Damm, Telefon: 03871/63120, [www.ljv-mecklenburg-vorpommern.de](http://www.ljv-mecklenburg-vorpommern.de). Hier kann man auch eine Liste der wildverarbeitenden Betriebe des Landes abrufen.



Zur guten Organisation einer Drückjagd gehört auch, sich im Vorfeld der Jagd um die Vermarktung der Strecke zu kümmern.

Foto: Karl-Heinz-Volkmar

INTERVIEW

# Regionale Transparenz

**Die Rückrufaktion für verdorbenes Fleisch eines bayerischen Wildgroßvermarkters hat nun auch das Wildbret ins Gerede gebracht.**

**Wir sprachen mit Joachim Wadsack (CIC) und Gero von der Malsburg (Hegegemeinschaftsleiter Zierenberg und Malsburg, Hessen) über dieses Thema und die Chance regionaler Wildvermarktung**

**DJZ:** Wie viel Wildbret liefern die Jäger und Förster im hessischen Altkreis Wolfhagen jährlich?

**Wadsack:** Die Zahlen schwanken von Jahr zu Jahr geringfügig. Es sind jährlich 16,5 Tonnen Schwarzwild, 12,6 Tonnen Rehwild und 0,7 Tonnen Rotwild. Niederwild fällt nur wenig an.

**DJZ:** Welche Menge Wildfleisch wird in Deutschland jährlich verzehrt?

**Malsburg:** Knapp 40 000 Tonnen Wildbret verzehren die Bundesbürger jährlich. Das sind pro Kopf 0,8 Kilogramm pro Jahr.

**DJZ:** Wie viel davon ist Importware?

**Malsburg:** Etwa 19 000 Tonnen werden importiert.

**DJZ:** Woher stammt das importierte Fleisch?

**Wadsack:** Zirka 10 000 Tonnen des importierten Fleisches kommt von Hirschen aus Neuseeland, aus EU-Ländern, insbesondere den osteuropäischen Ländern, Argentinien und Südafrika.

**DJZ:** Was empfehlen Sie dem verunsicherten Verbraucher?

**Malsburg:** Man sollte beim Wildbretkauf auf regionale Herkunft achten. Entweder fragt man bei den örtlichen Jägern direkt oder bei einer Metzgerei nach.

**DJZ:** Welche Argumente für Wildbret können Sie einem nichtjagenden Verbraucher nennen?

**Wadsack:** Wildbret ist frisch. Kurze Wege direkt von den Jägern der Region machen lange Lagerzeiten und Transportwege überflüssig. Der Weg von der Kühlkammer/Gefriertruhe zur Küche des Wildliebhabers ist kurz, das Fleisch bleibt frisch.

Wildbret wird natürlich erzeugt. Wildtiere ernähren sich ausschließlich vom Nahrungsangebot der Natur.

Wildbret aus der Region ist unbelastet. Im intakten Naturkreislauf gelangen keine schädlichen Fremdstoffe in das Fleisch. Es ist daher frei von Hormonen und Medikamenten. Importier-

tes Wildfleisch, das meist tiefgefroren angeboten wird, kann aus regelrechter „Massentierhaltung“ stammen. In Neuseeland zum Beispiel wird das Rotwild auch in Gattern in Gefangenschaft „gemästet“. Damit wird der Verbraucher, der Fleisch von frei lebenden Tieren erwartet, die sich ihre Nahrung selbst suchen, mit einer Mogelpackung getäuscht.

**DJZ:** Was kann der Jäger tun, um qualitatives hochwertiges Wildfleisch anzubieten?

**Malsburg:** Der Jäger muss vom Erlegen eines Stückes Wild bis zum Verkauf die vorgegebenen Standards einhalten:

- Nur einwandfreie Qualität anbieten.
- So früh wie möglich aufbrechen.
- Auf Sauberkeit achten, das heißt auch das Wild auswaschen.
- Fleisch reif werden lassen.
- Durchschossene Teile herausschneiden.

• Über eine Wildkammer mit Kühlung verfügen.

**DJZ:** Was kann der Jäger tun, um den Wildbretverbrauch zu steigern?

**Wadsack:** Er sollte kochtopfgerechte Fleischstücke anbieten und Wildrezepte gleich mitliefern. Bei Schüsseltreiben sollte passend Wildfleisch angeboten werden. Man sollte örtliche Gastwirte ansprechen, damit diese Wild aus der Region anbieten und nicht „Hirsche aus Neuseeland“. Auch eine Kooperation mit Metzgereien in der Umgebung bietet sich an.

**DJZ:** Welche Maßnahmen ergreift der Landesjagdverband zum Schutze der Verbraucher. Wie kann die Herkunft des Fleisches transparenter gemacht werden?

**Malsburg:** In Hessen ist ein Gütesiegel eingeführt worden. Hauptmerkmale sind die vorgeschriebene Behandlung und Lagerung des Wildbrets, beim Schwarzwild die Untersuchung durch den Tierarzt, die nachvoll-

ziehbarer Herkunft des Wildbrets und kurze Transportwege.

**DJZ:** Was bringt das Gütesiegel für die Verbraucher?

**Wadsack:** Vom tierschutzgerechten Erlegen des Wildes bis zum Verkauf an den Endverbraucher sind strikte Qualitätsmerkmale einzuhalten. Der Verbraucher er-



**Joachim. A. Wadsack:** Geboren 1939 in Erfurt. Diplom-Agraringenieur. Jagdschein: 1958. 26 Jahre Auslandseinsatz GTZ (Togo, Benin, Marokko, Tunesien, Algerien) bis 1993, danach in der GTZ, Eschborn, Fachbereich: Saatgutwesen. Ehrenamtliches Engagement: Präsident der AG Agrarumweltmaßnahmen und Vize-Präsident der Niederwildkommission im CIC. Koordination des Projektes Lebensraum Brache. Aktiv im KJV und Hegering. Mitpächter eines Niederwildreviers in Nordhessen.



**Gero von der Malsburg:** Geboren 1936, Jagdschein seit 1954. Forstoberrat im Privatwald. Besitzer und Leiter des Forstbetriebes Gut Escheberg. Mitglied im Präsidium des Hessischen Waldbesitzerverbandes. Seit 1972 Leiter der Hegegemeinschaft Malsburg mit rund 10 000 Hektar in Nordwesthessen.

hält ein mageres, eiweißreiches, leicht verdauliches, cholesterin- und kalorienarmes Wildfleisch. **DJZ:** Wo kann ich Wildfleisch kaufen?

**Malsburg:** Adressen aus unserer Region findet man im Internet unter [www.wild-aus-hessen.de](http://www.wild-aus-hessen.de) und bei den Ansprechpartnern der Hegegemeinschaften Malsburg Tel. 05606 3225 und Zierenberg Tel. 05606 3624.

Das Interview führte Malte Dörter

## Buch-Tipp zum Thema

**Susanne Dehn: Wildbret erfolgreich vermarkten - ein Ratgeber für Jäger. 120 Seiten, Hardcover, 53 Farbfotos, sechs Farbillustrationen, 14,95 Euro. Kosmos Verlag, Stuttgart ([www.kosmos.de](http://www.kosmos.de)). ISBN 3-440-10643-8**

Wie Wildbretvermarktung auch funktionieren kann, zeigt das Buch „Wildbret erfolgreich vermarkten“ aus dem Kosmos Verlag. Susanne Dehn, Jägerin, Marketingexpertin und Betreuerin der rheinland-pfälzischen „Wildbretinitiative“, beschreibt darin die Bausteine des erfolgreichen Wildbretmarketings. Der Leser erhält eine Fülle von Expertentipps zu käufertgerechter Produktgestaltung und -präsentation, zu Kundenwerbung und -pflege, zu Werbe- und Vermarktungsstrategien bis hin zur Führung des erfolgreichen Verkaufsgesprächs.

md



Für Leser der Deutschen Jagdzeitung bietet die Firma Balling

**Wild-Kühlschränke und Wildkühlräume durch Direktvertrieb**

Fordern Sie Prospekte u. Preise an.

W. Balling-Kältetechnik.

Pf. 111 • 72393 Burladingen

Tel. 0 74 75 / 45 11 01 • Fax 45 11 02

[www.kuehl-balling.de](http://www.kuehl-balling.de)



kostenloses Infomaterial  
**MESTER Kunstbaue**  
Dipl.-Forstingenieur  
Michael Wilhelm Mester  
Warenbergstraße 8  
59929 Brilon  
Telefon 07 00 / 50 50 50 90  
Telefon 0049 (0)29 61 / 79 39 99  
Telefax 0049 (0)29 61 / 5 11 10  
e-mail: [info@fuchsbau.biz](mailto:info@fuchsbau.biz)  
[www.fuchsbau.biz](http://www.fuchsbau.biz)



Mit dem **Diafachvortrag**

„Faszination Baujagd“

für Hegeringe etc. bieten wir Ihnen, spannende Einblicke in die Welt der Baujagd.

z. B. Wissenschaftliche elfjährige Witterungsauswertung.

**Wann** stecken Füchse im Bau?

**Wie** sichert man sich erfolgreiche Naturbau- und Kunstbaujagd? und vieles mehr.

**Revierberatung?**

Gerne zeigen wir Ihnen punktgenau die optimalen Fuchsbau-Standorte in Ihrem Revier.

**Alle reden über bleifrei - wir können bereits liefern!**

**Die bleifreie, innovative Büchsenmunition!**

**Sauvestre®**

Ab Lager verfügbare Kaliber:

.270 Win, .270 WSM, 7x57R, 7x64, 7x65R, 7 MM Rem Mag,

.300 Win Mag, .300 WSM, 300 WBY, .30R Blaser,

.30-06 Spr., 8x57 IRS, 9,3x62, 9,3x74R,

.35 Whelen, 375 H&H, .458 Win Mag.



Infos:  
[www.fipbullet.com](http://www.fipbullet.com)  
[www.sauvestre.com](http://www.sauvestre.com)

Vertrieb nur an den Fachhandel!

**HELMUT HOFMANN GmbH**  
Postfach 60, D-97634 Mellrichstadt  
Tel. 0 97 76 / 6 06-0, Telefax 6 06-21  
E-Mail: [info@helmuthofmann.de](mailto:info@helmuthofmann.de)

**Hofmann**  
IHR GEWISSENHAFTER PARTNER  
[www.helmuthofmann.de](http://www.helmuthofmann.de)

Druckfehler vorbehalten!