

9. Wissenschaftstagung Ökologischer Landbau.
Beitrag archiviert unter <http://orprints.org/view/projects/wissenschaftstagung-2007.html>

Situationsanalyse süddeutscher Erwerbsziegenhalter

Situation analysis of south German commercial dairy goat farmers

P. Herold¹, M. Keller¹ und A. Valle Zárate¹

Keywords: goat, animal husbandry and breeding

Schlagwörter: Ziege, Tierhaltung und Zucht

Abstract:

Dairy goat keeping is a growing business in Germany since the 1980ies. So far, there is little knowledge on the structure of these goat farms and their husbandry and breeding management. Aim of this study was to get an overview on dairy goat husbandry and breeding in Baden-Württemberg and Bavaria. For this, a structured questionnaire was developed to investigate operational characteristics and basic data on dairy goat husbandry and breeding. The addresses of commercial dairy goat farms were obtained from goat breeders associations. The feedback from goat farmers was very high (94%). Most dairy goat farms are organic farms and belong to specific certifying organisations. Most farms (87%) farm less than 50 ha of agricultural land and keep between 60 and 100 goats. The German Fawn is the predominant breed (80%) in female goats. There is a large variation in numbers of male goats per farm and also in their breed. The marketing of surplus kids is mainly directly to the consumer and below 12 weeks of age. Finally, commercial dairy goat farming in south Germany secures an income to small family farms. So far, there is no consistent breeding strategy. Also, the marketing strategies still need improvement. Therefore, development of breeding and marketing organisation as well as performance based breeding programmes will be of major importance for further improvement in dairy goat keeping.

Einleitung und Zielsetzung:

Nachdem die Ziegenbestandszahlen in Deutschland seit der Nachkriegszeit bis Anfang der 1980er Jahre stark zurückgingen, steigen sie nun wieder beständig an. Dies liegt zum einen an der wachsenden Zahl an Ziegen, die für die Landschaftspflege eingesetzt werden, aber auch an einer steigenden Nachfrage nach Ziegenmilch und Ziegenmilchprodukten und der damit verbundenen Zunahme der Milchziegenhaltung (HAUMANN 2000). Bisher ist über die Struktur dieser Ziegen haltenden Betriebe und die praktizierten Managementverfahren sehr wenig bekannt. Ziel der hier vorgestellten Untersuchung war es, einen Überblick über die Milchziegenhaltung in Baden-Württemberg und Bayern zu erhalten.

Methoden:

Die Datenerhebung erfolgte mit Hilfe eines Fragebogens zu Betriebsdaten und Eckdaten der Ziegenhaltung. Über die Ziegenzuchtverbände in Baden-Württemberg und Bayern wurden die dortigen Erwerbsziegenhalter mit dem Betriebszweig Milchziegenhaltung ermittelt. Diese wurden von einer Interviewerin angerufen und um eine Beantwortung der Fragen gebeten. War eine direkte Beantwortung nicht möglich, wurde der Fragebogen den Ziegenhaltern per Fax zugeschickt und bei nicht Zurücksenden mehrfach telefonisch nachgefragt. Die Ergebnisse der Befragung wurden mit MS Excel ausgewertet.

¹Institut für Tierproduktion in den Tropen und Subtropen (480a), Universität Hohenheim, 70593 Stuttgart, pherold@uni-hohenheim.de

Ergebnisse und Diskussion:

Von 17 Ziegenhaltern aus Baden-Württemberg und 18 Ziegenhaltern aus Bayern wurden 15 bzw. 16 Fragebögen beantwortet (94%). Durch die hohe Beteiligung gibt die durchgeführte Befragung somit einen klaren Überblick über die aktuelle Situation in der Erwerbsmilchziegenhaltung in Baden-Württemberg und Bayern. Der größte Teil dieser Betriebe wirtschaftet nach den Richtlinien des ökologischen Landbaus (24,77% aller Betriebe, Tab. 1).

Dies zeigt, dass Milchziegenhaltung vor allem im Rahmen des ökologischen Landbaus betrieben wird, in der Regel bei klarer Zugehörigkeit zu einem Verband. Der hohe Anteil an Betrieben, die einem Verband beigetreten sind, kann damit erklärt werden, dass die Betriebe ihre Milch selber verarbeiten und vermarkten und dann das Verbandssiegel als Werbezeichen nutzen. Der andere Teil der Betriebe beliefert eine Molkerei, und da diese die Milch unter einem bestimmten Biosiegel vermarktet, müssen auch die beliefernden Betriebe diesem Verband angehören.

Tab. 1: Bewirtschaftungsform von Milchziegenbetrieben (n=31) in Baden-Württemberg und Bayern.

	Konventionell	Ökologischer Landbau				
		Gesamt	EU-Bio	Bioland	Demeter	Naturland
Gesamt	7	24	5	10	4	5
<i>Anteil in %</i>	23	77	16	32	13	16
Baden-Württemberg	4	11	4	4	2	1
<i>Anteil in %</i>	27	73	27	27	13	7
Bayern	3	13	1	6	2	4
<i>Anteil in %</i>	19	81	6	38	13	25

Die meisten der Milchziegen haltenden Betriebe verfügen über eine landwirtschaftlich genutzte Fläche von weniger als 50 ha (26,87%), in Baden-Württemberg gibt es keinen Betrieb mit mehr als 50 ha, in Bayern existieren vier Betriebe mit mehr als 50 ha. In Baden-Württemberg überwiegen die Betriebe mit unter 20 ha (10,67%), während die meisten Betriebe in Bayern zwischen 20 und 50 ha bewirtschaften (7,47%). Die meisten Betriebe halten zwischen 60 und 100 Ziegen (14,45%). In Baden-Württemberg gibt es nur einen Betrieb mit mehr als 100 Ziegen, das entspricht sechs Prozent aller Betriebe im Land. In Bayern halten sieben Betriebe über 100 Ziegen, das sind insgesamt 27 Prozent aller Betriebe im Land.

Diese Ergebnisse zeigen, dass sich die Milchziegenhaltung insbesondere für kleinere (Familien-)Betriebe anbietet, nur 13 Prozent aller Befragten verfügen über mehr als 50 ha landwirtschaftliche Nutzfläche. Die häufigste Bestandsgröße von 60 bis 100 Tieren ist eine Betriebsgröße, die einer Familie bei eigener Weiterverarbeitung der Milch und Direktvermarktung ein gutes Auskommen sichert (WAHL 2005).

Bei den gehaltenen Ziegenrassen ist die Bunte Deutsche Edelziege (BDE) am meisten vertreten (24,80%). Nur in Baden-Württemberg haben daneben die Rassen Weiße Deutsche Edelziege (WDE) (3,21%) und Saanen-Ziege (2,14%) noch eine gewisse Bedeutung. Andere Rassen werden von den Betrieben nicht gehalten, allerdings gibt es in manchen Betrieben sowohl Bunte und Weiße Deutsche Edelziegen sowie Kreuzungen der beiden Rassen, je nach dem gerade eingesetzten Bock.

Bei der Anzahl der gehaltenen Ziegenböcke ergab sich kein klares Bild. Betriebe mit weniger als 60 Mutterziegen halten maximal drei Ziegenböcke, bei Betrieben mit 60-100 Mutterziegen gibt es Betriebe, die nur einen Bock halten, aber auch Betriebe mit bis zu fünf Ziegenböcken. Ein Betrieb gab an, neben zwei WDE-Böcken noch jeweils einen Buren- und einen Anglo-Nubier-Bock zu halten. Bei den Betrieben mit über 100 Mutterziegen gibt es ebenso viele Betriebe, die zwei Böcke halten, wie Betriebe, die

vier Böcke halten. Insgesamt betrachtet halten 35 Prozent aller Betriebe zwei Ziegenböcke, jeweils 23 Prozent einen beziehungsweise vier Ziegenböcke.

Bei den gehaltenen Ziegenrassen überwiegt die Rasse BDE. Dieses Ergebnis überrascht nicht, gelten Baden-Württemberg und Bayern doch als Hauptzuchtgebiete dieser Rasse (SPÄTH & THUME 1997). Die Antworten auf die Frage zur Anzahl und Rasse der Ziegenböcke zeigen, dass die Betriebe noch keine klare Linie in ihrem Zuchtmanagement gefunden haben: Es werden Böcke unterschiedlicher Rassen eingesetzt, teilweise sogar Fleischziegen-Böcke, und auch die Anzahl der benötigten Böcke wird von den Ziegenhaltern noch sehr unterschiedlich eingeschätzt. Dies deckt sich mit den Schlussfolgerungen von JAUDAS (2002), dass unter den gegenwärtigen Strukturen in der baden-württembergischen Ziegenzucht kaum ein weiterer Zuchtfortschritt in der Milchleistung zu erwarten ist und zurzeit unter den Ziegenzüchtern keine Einigkeit über die Zuchtziele besteht. Auch für die bundesweite Ziegenzucht wird einer gezielteren Nutzung von Leistungsdaten und der Einführung einer Zuchtwertschätzung für (Milch-)Ziegen immer mehr Bedeutung beigemessen (BERGFELD 2005, MÜLLER 2005, BÖMKES et al. 2004a, BÖMKES et al. 2004b, ZUMBACH & PETERS 2001).

Die Vermarktung der Kitze erfolgt in der Regel geschlachtet (27,87%) und direkt an den Endverbraucher (26,84%). Einige Milcherzeuger geben die Kitze an Weitermäster ab (3,10%). Meistens werden die Kitze in einem Alter von bis zu 12 Wochen vermarktet (22,71%), zwei Betriebe verkaufen die Kitze in der ersten Lebenswoche (6%), sieben Betriebe in einem Alter über 12 Wochen (23%).

Die große Bedeutung der Direktvermarktung für die Vermarktung von nicht zur Zucht benötigten Kitzen zeigt, dass bei der Vermarktung von Ziegenfleisch das Vertrauen in den Verkäufer von hoher Bedeutung ist. Der Verzehr von Ziegenkitzfleisch ist in Deutschland keine althergebrachte Gewohnheit, dem Ziegenfleisch werden eher negative Eigenschaften – Zähigkeit, schlechter Geruch – nachgesagt und es besteht bei vielen Menschen eine Voreingenommenheit (LÖHLE & LEUCHT 1997). Da sich für die Milchziegenhalter eine Mast der Ziegenkitze nicht lohnt (GALL 2001), werden diese sobald als möglich, das heißt als so genanntes Milchkitz mit einem Alter bis zu 12 Wochen, vermarktet.

Schlussfolgerungen:

Erwerbsmäßige Milchziegenhaltung kann kleineren bis mittleren Familienbetrieben ein Einkommen sichern. Die meisten Betriebe arbeiten entsprechend den Richtlinien des ökologischen Landbaus, ein Großteil davon hat sich einem Verband angeschlossen. Da die erwerbsmäßige Milchziegenhaltung erst seit einigen Jahren im Ansteigen begriffen ist, bestehen noch keine klaren Zuchtstrategien, was sich im Zuchtmanagement der befragten Betriebe widerspiegelt. Ebenso verhält es sich bei der Vermarktung nicht zur Weiterzucht benötigter Kitze. Diese werden bisher so schnell als möglich und meistens direkt an den Verbraucher vermarktet, ein funktionierender Markt besteht bisher noch nicht. Die Weiterentwicklung der Zuchtorganisation bis hin zu gesicherten Absatzmöglichkeiten für Ziegenlämmer sowie die (Weiter-)Entwicklung von Zuchtprogrammen für die leistungsorientierte Milchproduktion sind somit wichtige Aspekte für die Weiterentwicklung der erwerbsmäßigen Milchziegenhaltung.

Danksagung:

Unser herzlicher Dank gilt den Ziegenzuchtverbänden in Baden-Württemberg und Bayern für die Bereitstellung der Adressen sowie den Ziegenhaltern für die Bereitwilligkeit, auf unsere Fragen zu antworten.

Literatur:

Bergfeld U. (2005): Notwendigkeit der Zuchtwertschätzung für die Weiterentwicklung der kleinen Wiederkäuer. Tagungsband Bundesfachtagung Ziegen 2005, 18./19. November 2005, Leipzig.

Bömkes D., Hamann H., Distl O. (2004a): Populationsgenetische Analyse von Milchleistungsmerkmalen bei der Weißen Deutschen Edelziegen. 1. Mitteilung: Einfluss systematischer Umwelteffekte. Züchtungskunde 76:127-138.

Bömkes D., Hamann H., Distl O. (2004b): Einfluss systematischer Umwelteffekte auf die Milchleistungsmerkmale bei Bunten Deutschen Edelziegen. Arch. Tierz., Dummerstorf 47:275-285.

Gall C. (2001): Ziegenzucht. 2., völlig neu bearb. Ausgabe, Ulmer, Stuttgart, 501 S.

Haumann P. (2000): Weiterentwicklung eines Selektionsprogramms für Landschaftspflegeziegen, Cuvillier Verlag, Göttingen, 156 S.

Jaudas U. (2002): Wohin geht die Ziegenzucht in Baden-Württemberg? Dt. Schafzucht 15:374-377.

Löhle K., Leucht W. (1997): Ziegen und Schafe. Ulmer, Stuttgart, 183 S.

Müller U. (2005): Aufbau einer zentralen Ziegendatenbank für die Herdbuchführung. Tagungsband Bundesfachtagung Ziegen 2005, 18./19. November 2005, Leipzig.

Späth H., Thume O. (1997): Ziegen halten. 4. völlig neu bearb. Ausgabe, Ulmer, Stuttgart, 216 S.

Wahl D. (2005): Wenn Ziegen Geld bringen sollen. Land & Forst 14:34-35.

Zumbach B., Peters K. J. (2001): Überlegungen zur Nutzung von Leistungsdaten für eine Zuchtwertschätzung bei Milchschaafen und -ziegen. Vortragstagung DGfZ- und GfT, 12./13. September 2001, Weihenstephan: A26.

Archived at <http://orgprints.org/9420/>