

Broilermast in kleinen Beständen mit Direktvermarktung?

Dr. M. Golze, Dr. K. Damme

Die integrierte Broilermast mit Lebenvermarktung ist ein Zweig der tierischen Veredlung, der hohe Anforderungen an das Management stellt. Bei geringen Gewinnmargen je Masthähnchen müssen große Tierbestände gehalten werden um ein ausreichendes Betriebseinkommen zu erwirtschaften. Dem entsprechend müssen beim Stallneubau große Investitionen getätigt werden. Eine Alternative könnte die Direktvermarktung von Mastgeflügel in kleinen Beständen, sowie die ökologische Nischenproduktion von langsam wachsenden Hähnchen sein. Auf der Suche nach Einkommensquellen für Landwirte im Haupt- und Nebenerwerb bei oftmals vorhandenen Ressourcen, wie ungenutzte Altbausubstanz oder freie Arbeitszeit, stellt sich die Frage, warum nicht mehr Landwirte in die Aufzucht von Mastgeflügel mit eigener Schlachtung und Vermarktung einsteigen? Umfragen bei Verbrauchern zeigen, dass der Wunsch regional frische Lebensmittel direkt vom Erzeuger zu kaufen im Ranking ganz oben steht. Woran liegt es also, das wir Nachfrage und Angebot nicht zusammenbringen.

In diesem Beitrag möchten wir die produktionstechnischen Anforderungen aber auch gesetzlichen Vorgaben der „Totvermarktung“ ansprechen und mit einer ökonomischen Kalkulation die Chancen und Risiken des Einstiegs in die Direktvermarktung von Geflügelfleisch bewerten.

Bevor die Erzeugung von Mastgeflügel oder sogar Sondergeflügel in kleineren Beständen beginnt, ist noch einmal darauf hinzuweisen, daß erst eine Marktanalyse anzufertigen ist. Dabei sind die Voraussetzungen (Was hat der Betrieb zu bieten? Welche Fähigkeiten hat der Betriebsleiter?) und die Umsetzungen genau abzuwägen, bevor der Einstieg in diese Produktion erfolgt. Die wichtigsten in vorab zu klärenden Fragen bei der Erzeugung von Mastgeflügel sind:

1. Wo ist der Markt? Es steht also die Frage: Welches Produkt möchte mein Kunde kaufen? In welcher Form möchte der Kunde das Produkt? Zu welchem Zeitpunkt möchte der Kunde das Geflügel? Welchen Umfang hat die Nachfrage der Kunden und wie stets mit meiner Marktnähe?
2. Wo schlachte ich? Ist ein EU zugelassener Geflügelschlachthof in der Nähe der Lohnschlachtung durchführt. Wenn ja, wie sieht es mit der freien Kapazität aus, können die Termine abgestimmt werden und in welchem Rahmen bewegen sich die Preise und Transportkosten. Wenn kein EU Schlachthof in der Nähe des Betriebes lokalisiert ist muss in eigene Schlacht- und Zerlegeräume investiert werden. Eine 3., derzeit geprüfte Variante ist die Schlachtung in einem Schlachtmobil. Hier liegen erste Erfahrungen aus Hessen vor. Es gilt aber in jedem Bundesland zu klären inwieweit dies mobilen Schlachtanlagen eine EU Zulassung benötigen oder ob sie nur regional z.B. auf Landkreisebene, innerhalb der Ausnahmeregelung agieren dürfen. Eins ist jedenfalls klar, es ist undenkbar, daß eine größere Zahl Mastgeflügel aufgestellt wurde und zu diesem Zeitpunkt der Schlachtort und -termin noch nicht ordnungsgemäß gesichert ist. Oft muß in wenigen Tagen die Schlachtung erfolgen, da sonst die max. zulässigen Obergrenzen in der Besatzdichte (max. 39 kg/qm in der Schwermast) gerissen werden..
3. Welche Bestimmungen sind zu beachten? Bei der Lohnschlachtung in einem EU zugelassenen Schlachthof gilt es die Vorgaben der **Tierschutztransport Verordnung** zu beachten. Wer innerhalb der Ausnahmeregelung seine Tiere im eigene Betrieb schlachtet und regional vermarktet muss von der zuständigen Stelle registriert und Sachkundig sein.

Darüber hinaus sind folgende Regelungen nach der EU **Lebensmittelhygiene Verordnung tierischen Ursprungs** für die „Ausnahmeregelung der Direktvermarktung d.h. die Abgabe kleiner Mengen von bestimmten Primärerzeugnissen und Lebensmittel tierischen Ursprungs direkt an Verbraucher oder an örtliche Betriebe des Einzelhandels zur unmittelbaren Abgabe an Endverbraucher“ einzuhalten:

- Es dürfen Max. 10.000 St. Selbst erzeugtes Geflügel/Jahr geschlachtet und regionalvermarktet werden
- Die Totbeschau darf selbst durchgeführt werden
- Es ist nur die regionale Vermarktung an Endkunden oder den örtlichen Einzelhandel (max. 100 km Radius) erlaubt
- Es besteht die Registrierungspflicht und Abnahme der Schlacht- und Zerlegeräume durch die zuständige Stelle
- Einrichtung eines Schlacht- und Zerlegeraums nach hygienischen Mindestanforderungen (siehe §3 LMHV)
- Nachweis der Sachkunde (evtl. Besuch eines offiziellen Schlachtkurses mit Prüfung)
- Eigenkontrolle der Hygiene durch ein, mit dem Staatl. Veterinäramt abgestimmtes HACCP Konzeptes.
- Aufrecht Erhaltung der geschlossenen Kühlkette (4°C) von der Schlachtung bis zum Endkunden
- Einhaltung der TBA (Tierkörper Beseitigung) Vorgaben (gekühlte Konfiskat und Schlachtabfall Box)

Die EU möchte mit dieser Ausnahmeregelung die Direktvermarktung unterstützen. Es ist ein großer Vertrauensvorschuss und eine finanzielle Entlastung, die Totbeschau vom Erzeuger selbst durchführen zu lassen. Dazu gehören natürlich Sachkunde in der Erkennung von Erkrankungen oder Verletzungen die zu einem Verwurf führen. Man sollte hier kein Risiko eingehen und nur Geflügel vermarkten, das man auch selbst mit Genuss essen würde. Die Produkthaftung bleibt beim Primärerzeuger.

Welche Vorteile hat die Produktion von Hähnchen und Puten in kleinen Beständen in Haupt- und Nebenerwerb?

- Geringe Festkosten bei der Nutzung vorhandener Altbausubstanz
- Zusätzliche Einkommensalternative
- Durch die geringe Investitionen kann der Geldrücklauf relativ schnell erfolgen.
- Anziehung der Kunden durch die regionale Direktvermarktung
- Die saisonale Schlachtung von Wassergeflügel im Herbst „ganze Turkeys zum „Thanks Giving Day“ oder das Angebot frischer Gänse, Perlhuhn und Fasane zu Weihnachten, erweitert die Produktpalette und kann Vorteile mit sich bringen, wenn dieses in den Ablaufplan des Betriebes einzuordnen ist.

Als Nachteile müssen genannt werden:

- Der Zukauf der Produktionsmittel ist in diesen kleinen Beständen relativ teuer.

- Technisierungsmöglichkeiten sind in den vorhandenen Altbausubstanzen, in denen die Produktion erfolgt, sehr begrenzt. Das rationelle Arbeiten in kleinen Beständen ist meist kaum möglich. Der Arbeitsaufwand ist hoch.
- Man benötigt bei der Schlachtung Hilfskräfte, die i.d.R. nur den Mindestlohn bekommen können.
- Oft müssen Investitionen in Schlacht- und Zerlegebereich und Kühlräume erfolgen, die die gesamte Wirtschaftlichkeit der Erzeugung in kleinen Beständen in Frage stellen können. Die Wettbewerbsfähigkeit ist daher nicht einfach.

Probleme der Geflügelmast in kleinen Beständen

Die Probleme der Geflügelmast in kleineren Beständen und besonders bei Mastbeständen in ökologisch produzierenden Betrieben können auf drei Schwerpunkte zusammengefasst werden.

1. Mastküken für die Broilermast stehen aus genetischer Sicht nicht immer in geeigneter Form zur Verfügung (z.B. langsam wachsende Herkünfte für Ökobetriebe), oder die Beschaffung der kleinen Tierzahl ist nur mit relativ hohem Aufwand, meist sind lange Strecken zu fahren, zu realisieren.
2. Der Nährstoffbedarf der Tiere und die Zusammensetzung der Alleinfutter sind oft schwer mit den Anbaumöglichkeiten oder Einkaufsmöglichkeiten der Betriebe an Rohkomponenten, insbesondere beim Wunsch der Konzeption einer hofeigenen Mischung in Einklang zu bringen. Dies gilt besonders für ökologisch produzierenden Betriebe.
3. Oftmals steht keine Lohnschlachtekapazität in unmittelbarer Nähe zur Verfügung oder sie kann nur mit erheblichen Kosten selbst aufgebaut werden.

Bäuerliche Direktvermarkter sollten, ökologische Betriebe müssen, langsam wachsende Genetiken verwenden. In Frage kommen hier Französische Bress oder Hubbard Kreuzungen (xx) oder ISA JA 757 bzw. Herkünfte von Aviagen (Ranger Gold oder Ranger Classic.) die von Deutschen Tierschutzbund für die Premiumschiene zertifiziert sind. Der Bezug dieser Küken ist nicht immer ganz einfach, kann aber über spezialisierte Brütereien realisiert werden. Eine andere Möglichkeit ist die Kooperation mit einem größeren Mäster von Premiumhähnchen in Lebendvermarktung, der neben seinem Bedarf an Küken die Tiere für den Direktvermarkter mitbestellt und evtl. 3 Wochen voraufzieht.

Was die Fütterung anbelangt ist man gut beraten in der 1. Lebenswoche einen konventionellen, oder Ökostarter für Masthühner von den Futtermittelwerken zuzukaufen. Man benötigt lediglich ca. 200 g/Tier in den ersten 7-8 Tagen und die Küken haben einen guten Start. Anschließend kann man das eigene Getreide (primär Mais und Weizen, evtl. Erbsen) mit einem zugekauften Ergänzer kombinieren, oder eine hofeigene Mischung konzipieren. (Siehe Tab. Xx). Bei der Herstellung einer konv. hofeigenen Mischung muss beachtet werden, dass die Mischung i.d.R. nicht pelltiert ist, kein Kokzidiostatika enthält und trotz hoher Maisanteile und ca. 4% Pflanzenöle relativ energieschwach (12,5 MJ/kg ME) ist. Das bedeutet man muss mit einem langsameren Wachstum, als von den Zuchtunternehmen angegeben, rechnen. Es wird mehr Futter vergeudet (Mehlfutter führt zur selektiven Futteraufnahme) und es besteht die Gefahr einer Darmentzündung mit Kokzidien. Auf der anderen Seite kann man ca. 50-60% des Futters selbst erzeugen und hat damit ein werbewirksames Alleinstellungsmerkmal.

Ökobetriebe kann man nur raten entweder Ökoaufzuchtfutter und Finisher zuzukaufen, oder mit Ergänzer/Getreide Kombinationen zu arbeiten. Die Herstellung einer kompletten hofeigene komischung ist schwierig, da kleine Mengen von vielen Eiweiskomponenten kombiniert werden müssen um die Anforderungen der Hhnchen an ess. Aminosäuren, insbesondere Methionin abzudecken. Zwar sind die Zielwerte im ko Hhnchenfutter für langsam wachsende Tiere mit 0,4% Meth. relativ niedrig angesetzt, diese AS muss aber aus nativen Quellen stammen, da die Supplementierung der Mineralstoffvormischung mit synthetisch gewonnen Methionin und Lysin nicht erlaubt ist. Je nach Verfügbarkeit von eigenem ko Getreide (Mais, Weizen, Triticale und kleine Mengen Hafer oder Gerste) und Erbsen, Süßlupinen oder Ackerbohnen, kann man dann 40-65% hofeigene Komponenten mit einem dazu abgestimmten Ergänzer aus kofutterwerken kombinieren. Leguminosen sind sehr arm an schwefelhaltigen AS und besitzen antinutritive Inhaltsstoffe (Tannin, Ackerbohnen zusätzlich Lectine, Vicin und Covicin) . Ihr Einsatz ist daher laut H. Jeroch auf max. 20% (in der Summe) in der Ration begrenzt.

Produktionsverfahren der regionalen Erzeugung und Direktvermarktung von Broilern

Die wichtigste Voraussetzung besteht darin, dass die Erzeugnisse sich von Standardware großer Integrationen abhebt. 2 Punkte wurden schon angesprochen die Genetik (keine schnell wachsenden Ross 308 oder Cobb 500 Broiler) und das hofeigene Getreide. Dazu kommen die kurzen Transportwege und die regionale frische Vermarktung.

Bei der Erzeugung von Broilern in kleineren Beständen kann man darüber nachdenken, zunächst ganze weibliche Schlachtkörper im Alter von etwa 42-45 Tagen zu vermarkten und anschließend eine Teilstckzerlegung schwerer Hhne im Schlachalter von etwa 8-10 Wochen vorzunehmen. Alternativ dazu bietet sich eine Mast und Erzeugung von Jungmasthühner in Form von Poularden mit einem Schlachtkrpergewicht von etwa 1,8 kg an. Der große Geschlechtsdimorphismus des Wachstums ist jedoch auch dabei zu beachten. um die Uniformität des Produktes zu sichern ist eine gestaffelte Schlachtung erforderlich.

Die Organisation der Mast von Poularden kann dabei kontinuierlich oder diskontinuierlich erfolgen (Übersicht 1). Bei der kontinuierlichen Produktion benötigt man 3 Mastabteile mit je 20 qm, bei einem Besatz von 12 Tieren /qm. Im kobetrieb darf die Besatzdichte max. 10 Tiere bzw. 21 kg LG/qm betragen. Die Stallnutzflche für 240 Tiere beträgt dann (bei max. 3 kg LG) ca. 35 qm je Abteil. Darüber hinaus müssen laut EU ko VO Geflügel mind. 1/3 der Lebensspanne eine Freilandauslauf zur Verfügung stehen.

Die Einstellung erfolgt im 3-Wochen-Rhythmus, die Schlachtung nach 8 Wochen. Die 9. Woche dient der Reinigung und Desinfektion. Vorteile dieser kontinuierlichen Produktion bestehen darin, daß ca.7-8 t Jahresproduktion auf 42 Wochen des Jahres verteilt sind. D. h., je Woche werden 80 Poularden frisch vermarktet. Damit erreicht man einerseits eine relativ kontinuierliche Versorgung, andererseits besteht der Vorteil auch darin, daß die Schlachtung dieser 80 Tiere an einem Tag der Woche durch eine Person erfolgen kann. Bei der diskontinuierlichen Produktion, d. h. 3 bis 4 Durchgängen pro Jahr besteht der Vorteil natürlich darin, daß die Tiere genauer nach Vorbestellung produziert werden können. Die Produktionsmittel wie Küken, Futtermittel, Impfstoffe sind etwas billiger, da größere Partien erzeugt und abgenommen werden. Die Nachteile bestehen darin, daß der Stallplatzbedarf höher ist. Für 1.000 Tiere werden je Durchgang ca. 80 qm Raum benötigt (13 T./qm mit max. 3 kg LG) bzw. ca. 150 qm plus Wintergarten und Freiland bei der komast. Bei der Arbeitsspitze des Schlachtens und der Vermarktung sind Hilfskräfte nötig. Wenn ausreichend Familienarbeitskräfte zu Verfügung stehen ist dies natürlich von Vorteil.

Produktionstechnik Broilermast (Poularden) in kleinen Beständen

Die Küken müssen in der Brüterei gegen Marek, IB eventuell auch ND geimpft werden. Die Aufstallung erfolgt auf Hobelspänen oder Häckselstroh in Kükenringen mit einem Durchmesser von etwa 2,5 m. Dabei werden je Ring 250 Küken eingestallt. Eine lokale Wärmequelle, die 32 °C unter der Wärmequelle und 26 °C im umliegenden Raum ermöglicht, ist in den ersten Wochen erforderlich. Altgebäude müssen meist zusätzlich wärmegeklämt werden. Es ist aber möglich, dies auf den Kükenbereich zu begrenzen(lokale Strahlerheizung). Die Fütterung erfolgt in den ersten 10 Tagen mit Kükenstarterfutter, anschließend mit Mastalleinfutter, oder wie oben beschrieben mit Ergänzer/Getreide Kombinationen. In den letzten 3 bis 5 Tagen vor der Schlachtung muss bei der Verwendung von pelletiertem Zukaufsfutter in der konventionellen Produktion auf einen Finisher ohne Kokzidiostatika umgestellt werden, um die Wartefristen einzuhalten. Auch beim Zukauf des gesamten Futters ist es möglich nach der Starterphase (ca. 10 tage) ganze Weizenkörner on Top beizufttern. Man beginnt mit ca 5% in der 2. Lebenswoche und steigert den Anteil Wöchentlich auf bis zu 20% in der 4. Lebenswoche. Das ermöglicht, die Futterkosten zu senken, aber auch eine gute Einstreuqualitt zu sichern.

Eine Besonderheit stellt die Freilandhaltung von Broilern dar

Die **Freilandhhnchenmast** ist in Deutschland sehr wenig verbreitet. Sie beschränkt sich auf den kobereich der derzeit einen Marktanteil von 1,5% beim Broiler ausmacht und auf Kleinstbestnde der Rassegeflügel- und Kleintierzüchter . Dort werden die Küken unsortiert aufgezogen und die nicht zur Zucht benötigten Hhne direkt geschlachtet und oft selbst verwertet. In Frankreich gibt es dagegen einen beachtlichen Markt (36%) für Freiland Premiumhähnchen (Label Rouge) die 84 Tage gehalten werden und nach ca. 4 Wochen in die Grnauslufe dürfen. Die Prdatorverluste können dabei hoch sein.

Die Wirtschaftlichkeit der Hähnchenmast in kleineren Beständen

In Tab. Xx sind die Betriebswirtschaftlichen Kennzahlen für die Direktvermarktung und der Lebendvermarktung dargestellt und die Produktionskosten und Erlose beider konventioneller Verfahren gegenübergestellt. Bei der heute üblichen Lebendvermarktung im Rahmen einer Integration werden Erlose von ca 85 ct. (Netto) je kg Lebendgewicht erzielt. Unterstellt man einen Verkaufspreis in der Direktvermarktung von 4,00 €/Schlachtgewicht so liegt das Familienarbeitseinkommen (Deckungsbeitrag minus Festkosten und Fremdlöhne) bei 5,70 €/St. Bei der Totvermarktung und bei ca. 0,14 €/St. bei Lebendverkauf. Um mit der Hähnchenmast ein Familienarbeitseinkommen von 50.000 €/Jahr zu erzielen müssten bei der Lebendvermarktung 357.143 Tiere aufgezogen und bei der Direktvermarktung 8.620 Hhnchen vermarktet werden. Die Relation in den jährlich notwendigen Tierbeständen zwischen Leb- und Totvermarktung liegt bei ca. 1:40.

Um 360.000 Broieler je Jahr aufzuziehen benötigt man bei 7,5 Durchgängen /Jahr und 48.000 Mastpltze. Bei einer Investitionen von 25 €/Platz für einen neuen Stall und die notwendige Technik errechnet sich ein Investitionsvolumen von 1,2 Mio. Euro. Demgegenüber kann der Direktvermarkter Altgebäude nutzen und kostengünstig umbauen. Er muss allerdings, wenn keine Lohnschlachtung in der Nähe ist, in Schlacht- und Zerlegeräume investieren, einen Hofladen einrichten und/oder ein Khlfahrzeug für die Belieferung lokaler Märkte anschaffen. Nach unseren Schätzungen müssten dafür ca. 300.000 € angesetzt werden. Dies ist

immer noch eine stolze Summe aber eben nur $\frac{1}{4}$ der Investition im Vergleich zur Lebendvermarktung.

Allerdings ist der Arbeitsaufwand bei der Totvermarktung viel höher, die Stundenentlohnung damit deutlich niedriger. Nach Betriebszweigsauswertungen der Hähnchenmast lag die Ø Stundenveredelung in der Broilermast mit Lebendvermarktung in den letzten 10 Jahren bei beachtlichen 33,60 €/AKh . Bei der Direktvermarktung dürften eher 12-18 €/Akh erzielt werden.

Schlußfolgerungen

1. Was Besonderes bieten

Der Direktvermarkter von eigenem Schlachtgeflügel sollte sich vom Standardbroiler abheben. Der Verbraucher möchte gerne frische Produkte aus der Region , diese Nachfrage nach etwas Besonderem kann man als Landwirt nachkommen. Es gibt die Möglichkeit Premiumhähnchen d.h. langsam wachsende Genetiken mit guter Bemuskelung die mit 50-60% eigenem Futtergetreide und Leguminosen gefüttert werden, zu vermarkten. Damit hat man ein Produkt mit einer Reihe von Alleinstellungsmerkmalen, die von einem Teil der Bevölkerung auch finanziell honoriert werden dürfte.

2. Eine praktikable Lösung für eine kostengünstige Schlachtung vor Ort schaffen

Die EU Lebensmittelhygiene VO tierischen Ursprungs hat mit der Ausnahmeregelung für Kleinerzeuger einen Rahmen geschaffen, der es Direktvermarktern erlaubt bis zu 10.000 Stück eigen erzeugtes Geflügel zu schlachten regional zu vermarkten. Die Totbeschau darf der Erzeuger selbst durchführen. Dennoch sind die Kosten für Schlacht- und Zerlegeräume evtl. mit Hygieneschleuse relativ hoch und die Auslastung durch einen Betreiber zu gering. Die Alternative der Lohnschlachtung in einem Geflügelschlachtstätte mit EU Zulassung kann nur von wenigen genutzt werden, da die Entfernung zum nächsten EU Schlachthof oft zu weit ist. In Österreich geht man flexibler mit der Ausnahmeregelung um, dort ist es erlaubt, dass ein Geflügelschlacht- und Zerlegräume von einem Landwirt gebaut wird und von anderen gemietet werden kann. D.h. 10-15 Direktvermarkter können ihr selbst erzeugtes Geflügel dort schlachten. Dies ist eine finanziell interessante Lösung , die auch den Hygieneanforderungen gerecht wird und endlich auch in Deutschland von den zuständigen Behörden genehmigt werden sollte.

3. Verbraucher über die Vorteile, aber auch die Kosten einer regionalen Erzeugung informieren.

Tierwohl, kleine Bestände, kurze Transportwege, geschlossen Kreisläufe d.h. insgesamt eine nachhaltige Geflügelfleischerzeugung wird, laut Umfrage, von vielen Verbrauchern gewünscht. Was oft fehlt ist die Bereitschaft kostendeckende Preise zu bezahlen. Hier Bedarf es der Aufklärung und nachvollziehbarer, transparenter und ehrlicher Informationen über die Kostenstruktur der Direktvermarktung.

Tab. 1 Fütterungsverfahren bei der Direktvermarktung von konv und ökologisch erzeugten Masthähnchen

Mastabschnitt	Alleifutterzukauf	Komb.Fütterung Getreide/Ergänzer	Hofeigene Mischung
	konv. / ökol.	konv. / ökol.	konv. / ökol.
Starterfutter	✓	n.e. / n.e.	n.e. / n.e.
Aufzuchtfutter	✓	✓	✓ / n.e.
Endmastfutter	✓	✓	✓ /n.e.

n.e.: nicht empfehlenswert

Tab. 2 Rationsbeispiel für eine konventionelle hofeigene Aufzuchtmischung

Futterkomponente	Anteil an der Ration	Inhaltsstoffe der Mischung	Einheit
Mais	30%	Energie (ME)	12,5 MJ
Weizen	20%	Rohprotein	20,8 %
Sojaextr. Normtyp,	30%	Lysin	1,13%
Luzernegrünmehl	2,5%	Methionin	0,54 %
Pflanzenöl	4%	Calcium	0,87 %
Futterkalk	1%	Phosphor	0,78 %
Vormischung ¹⁾	2,5%	Natrium	0,14 %

1) Vormischung enthält: 22% Ca; 8% P; 5,5 % Na; 10% Meth.

Tab. 3 Kombiniertes Ökoaufzuchtfutter bei Einsatz von hofeigenen Ökoweizen(50%) und Ökoerbsen (15%).

Inhaltsstoffek	Zielwerte Gesamtmischung	Ergänzer 35%
Energie ME	11,8 MJ/kg	10,7 MJ/kg
Rohprotein	18,5%	29,1%
Lysin	1,0%	1,73%
Methionin	0,4%	0,80%
Calcium	1,1%	3,03%
Phosphor	0,7%	1,40%
Natrium	0,14%	0,36%

Tab. 3 Hähnchenmast mit Lebend- und Totvermarktung

Kennzahlen	Lebendvermarktung	Totvermarktung
Genetik	Schnell wachsende	Langsam wachsend
Futterpreise €/dt	35	40
Kükenpreise ct./ST	37	50
Umtriebe/Jahr	7,5	4,0
Haltungstage	37-40	49-56
Zielgewicht Lebend €/kg	2,5	2,5
Futterverwertung kg Futter/kg Zuwachs	1,7	2,0
Preise €/kg	0,85	5,0

Tab. 4 Kostenanalyse, Deckungsbeitrag (DB), Familien Arbeitseinkommen (FAEK)

Kostenfaktor (Netto)	Lebendvermarktung	Totvermarktung
Erlös/Tier	2,47 €	9,00 €
Futter	1,49 €	2,00 €
Küken	0,37 €	0,50 €
Sonstige Direktkosten	0,23 €	0,35 €
Variable Kosten gesamt	2,09 €	2,85 €
DB	0,38 €	6,15 €
Festkosten	0,20 €	0,20 €
Arbeit	0,08 €	0,15 €
FAEK/Tier	0,14 €	5,80 €
Notwendige Tierzahl für 50.000 € FAEK	357.143	8.620 €
Schlacht- und Vermarktungs-kosten	---	2,00 €
Gewinn/Tier	0,14 €	3,80 €

Abb. 1 Langsam wachsende Hähnchen (Ranger Gold) in der Aufzucht



Abb. 2 Langsam wachsende Hähnchen im Wintergarten



Abb. 3 Vollfleischige Schlachtkörper verschiedener langsam wachsender Herkünfte

