 Bundesanstalt
für Agrarwirtschaft
und Bergbauernfragen



Johann Zöscher, Martin Huber,
Karlheinz Pistrich, Lutz Molter, Julia Trieb,
Robert Wurm, Andreas Holzinger, Heimo Kranzer

RESILIENZ

Corona-Krise und land- und
forstwirtschaftliche Wertschöpfungsketten
Lessons Learnt

Teilprojekt:
Analyse der Wertschöpfungskette von Wildfleisch in Österreich

Endbericht

Wien, Oktober 2021

WIFO

ÖSTERREICHISCHES INSTITUT FÜR WIRTSCHAFTSFORSCHUNG
AUSTRIAN INSTITUTE OF ECONOMIC RESEARCH

Im Auftrag von:

 **Bundesministerium**
Landwirtschaft, Regionen
und Tourismus

Impressum:

Medieninhaber und Herausgeber:

Bundesanstalt für Agrarwirtschaft und Bergbauernfragen
1030 Wien, Dietrichgasse 27
E-Mail: office@bab.gv.at
Web: www.bab.gv.at
WIFO Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung
Arsenal Objekt 20
1030 Wien

Autorinnen und Autoren:

ZÖSCHER, Johann, johann.zoescher@bfw.gv.at
HUBER, Martin, martin.huber@bfw.gv.at
PISTRICH, Karlheinz, karlheinz.pistrich@bab.gv.at
MOLTER, Lutz, lutz.molter@jagd-oesterreich.at
TRIEB, Julia, julia.trieb@jagd-oesterreich.at
WURM, Robert, robert.wurm@bfw.gv.at
HOLZINGER, Andreas
KRANZER, Heimo

Projektleitung: ZÖSCHER, Johann

Copyright und Haftung:

Auszugsweiser Abdruck ist nur mit Quellenangabe gestattet, alle sonstigen Rechte sind ohne schriftliche Zustimmung des Medieninhabers unzulässig.

Es wird darauf verwiesen, dass alle Angaben in dieser Publikation trotz sorgfältiger Bearbeitung ohne Gewähr erfolgen und eine Haftung der Bundesanstalt für Agrarwirtschaft und Bergbauernfragen und der Autorin/des Autors ausgeschlossen ist. Rechtausführungen stellen die unverbindliche Meinung der Autorin/des Autors dar und können der Rechtsprechung der unabhängigen Gerichte keinesfalls vorgreifen.

Zusammenfassung

Aus der Jagd gewonnenes Wildbret als Lebensmittel hat in Österreich eine lange Tradition. Seit etwa 30 Jahren setzen zunehmend auch Landwirte auf den Betriebszweig Farmwild und produzieren Wildfleisch unter extensiven landwirtschaftlichen Bedingungen auf gezäunten Flächen. Dieses Wildfleisch ist ein hochwertiges „Superfood“, regional und unter ethischen Gesichtspunkten empfehlenswert. In der Vergangenheit bestehende Qualitätsprobleme bei Wildbret konnten durch strenge gesetzliche Rahmenbedingungen und eine damit einhergehenden Bewusstseinsbildung ausgeräumt werden. Importiert wird hauptsächlich, günstigeres meist neuseeländisches Wildfleisch, das qualitativ gut ist, aber in Bezug auf die Haltingsbedingungen und dem ökologischem Fußabdruck nicht den Erwartungen der Kunden entspricht. Der derzeitige Selbstversorgungsgrad lag vor der Pandemie (2019) bei 76 % und stieg im ersten Pandemiejahr auf 84 %. Gesteigert werden kann der Selbstversorgungsgrad durch zusätzliche Farmwildbetriebe. Dazu bedarf es der Unterstützung dieser Betriebe beim Aufbau von Strukturen. Bei der Jagd ist eine dauerhafte Steigerung nicht zu erwarten, da sich Wild in freier Wildbahn nicht ohne Schaden für die Land- und Forstwirtschaft vermehren lässt.

Das Angebot von österreichischem Wildfleisch stammt aus drei Segmenten, die in unterschiedlicher Konkurrenz zueinander stehen. Der direktvermarktende Jäger bedient dieselben Kunden wie der Farmwildhalter. Er bietet jedoch Wildbret an, das sonst vom Wildhandel vermarktet werden würde. In der durch die Pandemie ausgelösten Krise blieb das Wildfleischaufkommen unverändert, da die Jagd ihren systemrelevanten Auftrag erhalten musste. Der Wildbrethandel wurde von der Krise schwer getroffen. Er war kaum in der Lage das angebotene Wild aufzunehmen, da die Gastronomie als Hauptabnehmer zeitweise vollständig ausfiel. Direktvermarktende Jäger und Farmwildhalter mit bestehenden Verkaufsstrukturen profitierten in der Krise von einer erhöhten Nachfrage. Ein von JAGD ÖSTERREICH entwickelter und eingerichteter, digitaler Marktplatz für Wildbret aus freier Wildbahn war dabei sehr hilfreich.

Die bestehende Datenlage zum österreichischen Wildfleischmarkt ist äußerst mangelhaft. Gut dokumentiert sind die Abschusszahlen der Jagd. Unzulänglichkeiten bei den Durchschnittsgewichten und Ausbeuteprozenten begrenzen die Aussagekraft der daraus ermittelten Werte. Eine Kennzahlenermittlung auf wissenschaftlicher Basis sollte angestrebt werden, um sowohl den Mitgliedern der Wertschöpfungskette als auch der Politik eine Grundlage für Entscheidungen zu geben.

Für die Jagd ist die geplante Umstellung auf bleifreie Munition eine der großen Herausforderungen. Studien dazu beziehen sich derzeit auf ideale Bedingungen und sind daher nur beschränkt für die jagdliche Praxis anwendbar.

Transparenz, Regionalität und Nachhaltigkeit sind Grundsätze, an denen sich die Kunden beim Einkauf und Konsum von Nahrungsmitteln stark orientieren. Um Wildfleisch und Wildbret aus Österreich leicht erkennbar zu machen, ist eine verpflichtende Kennzeichnung der Herkunft wünschenswert. Professionelle Marketingkampagnen können diesen Prozess unterstützen.

Executive Summary

Game obtained from hunting as food has a long tradition in Austria. For the past 30 years, farmers have increasingly turned to farmed game and produce game meat under extensive agricultural conditions on fenced areas. This game meat is a high-quality "superfood", regional and recommendable from an ethical point of view. In the past existing quality problems with game could be eliminated by strict legal basic conditions and a consciousness education accompanying with it. Imports are mainly cheaper, mostly New Zealand game meat, which is qualitatively good, but does not meet the expectations of customers in terms of husbandry conditions and the ecological footprint. Current self-sufficiency was 76% before the pandemic (2019) and increased to 84% in the first year of the pandemic. Increased self-sufficiency can be achieved through additional farm game operations. This will require support for these farms to build structures. In the case of hunting, a permanent increase is not to be expected, since game cannot be reproduced in the wild without harming agriculture and forestry.

The supply of Austrian game meat comes from three segments that compete with each other in different ways. The direct marketing hunter serves the same customers as the farm game farmer. However, he offers venison that would otherwise be marketed by the game trade. During the crisis triggered by the pandemic, the volume of game meat remained unchanged because hunting had to maintain its systemic mission. The game meat trade was hit hard by the crisis. It was barely able to absorb the game on offer, as the catering trade, as the main customer, temporarily dropped out completely. Direct marketing hunters and farm game farmers with existing sales structures benefited from increased demand during the crisis. A digital marketplace for wild game developed and set up by JAGD ÖSTERREICH was very helpful in this regard.

The existing data situation on the Austrian game meat market is extremely deficient. Well documented are the shooting figures of the hunt. Inadequacies in the average weights and yield percentages limit the informative value of the values determined from them. The aim should be to determine the figures on a scientific basis in order to provide both the members of the value chain and politicians with a basis for decision-making.

For hunting, the planned switch to lead-free ammunition is one of the major challenges. Studies on this currently refer to ideal conditions and are therefore of limited applicability to hunting practice.

Transparency, regionality and sustainability are principles to which customers are strongly oriented when purchasing and consuming food. In order to make game meat and venison from Austria easily recognizable, mandatory labeling of origin is desirable. Professional marketing campaigns can support this process.

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	3
Executive Summary	4
Abbildungsverzeichnis	7
Tabellenverzeichnis	8
1 Einleitung	9
1.1 Ziele der Studie	9
2 Marktübersicht	10
2.1 Selbstversorgungsgrad.....	10
2.2 Wildfleischgewinnung	11
2.2.1 Jagd	11
2.2.2 Farmwild.....	13
2.3 Außenhandel von Wildbret.....	14
2.4 Preisentwicklungen	15
2.5 Rechtliche Voraussetzungen für die Be- und Verarbeitung	16
2.5.1 Arten der Vermarktung von Wild:	17
2.5.1.1 Verarbeitung von Wildbret durch den Jäger	17
2.5.1.2 Verarbeitung durch Wildverarbeitungsbetrieb.....	17
2.5.1.3 Verarbeitung als Farmwildbetrieb.....	17
2.6 Vermarktung	18
2.6.1 Direktvermarktung	19
2.6.1.1 Beschreibung des Aufbaues der Wildbretmarke WILDES ÖSTERREICH durch JAGD ÖSTERREICH	19
2.6.2 Vermarktete Mengen nach Betrieben	22
3 Wildfleischmarkt im Ausland	23
4 Empirische Erhebungen	28
4.1 Stakeholderbefragung entlang der Wertschöpfungskette.....	28
4.1.1 Befragungen entlang der Wertschöpfungskette	28
4.1.1.1 Struktur der befragten Teilnehmer der Wertschöpfungskette Wild	28
4.1.1.2 Stärken und Schwächen des Österreichischen Wildfleischmarktes.....	29
4.1.1.3 Strategien, Wildfleisch für den Endverbraucher attraktiver und zugänglicher zu machen	30
4.1.1.4 Rolle der Preisgestaltung bei der Vermarktung von Wildbret.....	31
4.1.1.5 Forschungsbedarf	31
4.1.1.6 Bewertung der Rahmenbedingungen zur Wildbretvermarktung.....	31
Technische Ausstattung	31

Transparenz der Vermarktungswege.....	32
Image und Wahrnehmung in der Öffentlichkeit.....	33
Ernährungstrends und die Umsetzung in der Öffentlichkeit	33
Qualität von Wildfleisch	34
Gründe für Wildfleisch	34
4.1.1.7 Auswirkungen der Coronakrise auf das Wildfleischgeschäft.....	35
4.1.1.8 Einschätzung der Umsatzveränderung infolge der Coronakrise	35
4.1.1.9 Auswirkungen der Coronakrise auf die Preisgestaltung	36
4.1.1.10 Herausforderungen durch die Coronakrise	36
4.1.1.11 Kurzfristige Maßnahmen zur Krisenbewältigung	37
4.1.1.12 Leistungen von Politik und Verwaltung	37
4.1.1.13 Einstufung der Jagd als systemrelevant.....	37
4.1.1.14 Rahmenbedingungen für einen krisenfesten Wildfleischmarkt	37
4.2 Ergebnis der Stakeholderbefragung	38
4.2.1 Wildhandel mit den großen Zerlegungsbetrieben und einer Veredelung	38
4.2.2 Die jagdlichen Direktvermarkter	39
4.2.3 Die Farmwildbetriebe	39
5 Einschätzung des weiteren Forschungsbedarfes.....	40
5.1 Verbesserung der Datenlage	40
5.2 Geplante Umstellung auf bleifreie Jagdgeschosse.....	40
5.3 Unterschied zwischen Farmwild und Wild in freier Wildbahn.....	40
5.4 Studie Massenflussdiagramm Wildfleisch	40
5.5 Erstellen eine Potentialanalyse im Bereich Wildfleisch	40
6 Empfehlungen für Strategien und Maßnahmen.....	41
6.1 Etablierung einer klaren Herkunftsbezeichnung	41
6.2 Direktvermarktung von Wildbret und Wildfleisch stärken	41
6.3 Marketingstrategie.....	41
6.4 Verbesserung der Datengrundlage	41

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Einschätzung der technischen Ausstattung.....	32
Abbildung 2: Einschätzung der Transparenz von Vermarktungswegen.....	32
Abbildung 3: Einschätzung des Images und der Wahrnehmung in der Öffentlichkeit.....	33
Abbildung 4: Einschätzung der Ernährungstrends und deren Umsetzung.....	34
Abbildung 5: Einschätzung der Wildfleischqualität	34
Abbildung 6: Auswirkungen der Coronakrise auf das Wildfleischgeschäft	35
Abbildung 7: Einschätzung der Umsatzentwicklung infolge der Coronakrise	36
Abbildung 8: Auswirkungen auf die Preise	36

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Selbstversorgungsgrad Wildfleisch 2016 bis 2020.....	10
Tabelle 2: Wildabschüsse der wichtigsten Wildarten in Österreich in den Jahren 2010 bis 2019.....	11
Tabelle 3: Wildkörpergewicht der Wildabschüsse in Österreich 2010 bis 2019	12
Tabelle 4: Wildbretgewinnung aus heimischer Jagd 2010 bis 2019.....	13
Tabelle 5: Überschlagsmäßige Kalkulation der Wildfleischproduktion aus Farmwild.....	13
Tabelle 6: Außenhandel mit Wildfleisch 2015 bis 2020.....	14
Tabelle 7: Erzeugerpreisentwicklung für Wild in den Jahren 2014 bis 2020	15
Tabelle 8: Erzeugerpreisentwicklung für Wild im Jahresverlauf 2020.....	15
Tabelle 9: Erzeugerpreise für Wild in den einzelnen Bundesländern 2020.....	16
Tabelle 10: Daten und Zahlen zu WILDES ÖSTERREICH.....	22
Tabelle 11: Wildabschüsse in Deutschland	24
Tabelle 12: Wildbretaufkommen Deutschland 2019/2020.....	24
Tabelle 13: Wildabschüsse in Tschechien 2020.....	25
Tabelle 14: Wildabschüsse in Schweiz 2011 bis 2020.....	26
Tabelle 15: Wildabschüsse in der Slowakei.....	27
Tabelle 16: Wildabschüsse in Slowenien	27

1 Einleitung

Der Lockdown während der Coronapandemie zu Beginn 2020 hatte gravierende Auswirkungen auf die Gastronomie und somit auf den größten Absatzmarkt von Wildbret aus heimischer Jagd. Da jedoch die Jagd ihren systemrelevanten Auftrag gegenüber der Gesellschaft auch in kritischen Zeiten aufrechterhalten muss und damit die Lebensmittelversorgung des Landes passiv, durch den Schutz von Kulturpflanzen sowie aktiv durch die Vermarktung von Wildbret unterstützt, wurde es notwendig die alternativen Vermarktungswege (z.B. die Direktvermarktung) auszubauen. Wildbret übertrifft nachweislich den Proteingehalt von Fleisch aus landwirtschaftlicher Nutztierhaltung und zählt neben Fisch zu den reichhaltigsten Eiweißquellen. Die Omega-3-Fettsäuren, sein hoher Gehalt an lebensnotwendigen mehrfach ungesättigten Fettsäuren (MUFS) und zahlreichen gesundheitsfördernden Mineralstoffen wie Eisen, Zink und Selen machen das überaus fettarme Wildbret zu einem wahren „Superfood“ aus heimischer Natur.

Ziel der Studie ist die in Österreich anfallenden Wildfleischmengen aus den heimischen Revieren, der freien Wildbahn und aus Farmwildhaltung zu erheben und in weiterer Folge auch mit den europäischen Mengen in Hinblick auf Markt und Versorgungsgrad zu vergleichen. Des Weiteren wurde neben der Menge auch die prozentuelle Ausbeute näher betrachtet. Bei der Ausbeute handelt es sich ausschließlich um verzehrfähiges Wildfleisch, die wie folgt bestimmt wird: Wildkörper im Ganzen in der Decke abzüglich Decke und Knochen (analog zum Schlachtkörpergewicht in der Landwirtschaft).

Für den europäischen Vergleich wurden mehrere Anfragen an den europäischen Jagdverband gestellt. Da betreffende Daten in vielen europäischen Staaten nicht zur Verfügung stehen, konnte vom europäischen Jagdverband bezüglich der gewünschten Informationen keine europaweiten Aussagen getätigt werden.

1.1 Ziele der Studie

Die Ziele der vorliegenden Studie können wie folgt zusammengefasst werden:

- Deskriptiv statistische Darstellung der Entwicklung des Marktes für Wild in Österreich. Sofern verfügbar, Auswertung analoger Daten in anderen Ländern Mitteleuropas. Recherche des Vermarktungspotentials von Wildbret in der allgemeinen Gesellschaft.
- Entwicklung eines Befragungskonzeptes und Identifikation von potentiellen Respondenten für die empirische Erhebung. Der zentrale Fragenkomplex widmet sich dem Thema Covid-19-Krisenbewältigung. Ergänzend werden bisher nicht bekannte Aspekte der Wertschöpfungskette erfasst.
- Befragung unter Produzenten und potentiellen Konsumenten in den betroffenen Branchen über Herausforderungen und Lösungsansätze in der Krisenbewältigung und die Möglichkeit der Erschließung neuer Märkte über Vertriebspartnerschaften und Kooperationen.
- Dokumentation der Ergebnisse und Erstellung eines Berichts mit Einschätzung des weiteren Forschungsbedarfes.
- Zusammenfassung der gewonnenen Lehren und Ausarbeitung von allfälligen Empfehlungen für Maßnahmen.

2 Marktübersicht

Im Folgenden eine Übersicht über die Selbstversorgungsbilanz von Wildfleisch, über die Produktion (Jagd und Farmwild), Außenhandel, Preisentwicklung, Verarbeitung und Vermarktung.

2.1 Selbstversorgungsgrad

Die Statistik Austria erstellt jährlich eine Versorgungsbilanz für sämtliche Fleischsorten, wobei Wildfleisch mit Kaninchenfleisch zusammengefasst unter „Sonstiges“ in den Fleischbilanzen angeführt wird. Die Bilanz wird in Schlachtkörpergewicht, das heißt der Wildtierkörper ohne Decke, aber mit Knochen, Sehnen, Schlachtnebenerzeugnissen u.a., ermittelt. Die Ergebnisse sind der Inlandsverbrauch pro Kopf in kg (Schlachtkörpergewicht), der Selbstversorgungsgrad Österreichs und der menschliche Verzehr pro Kopf in kg reinem Wildfleisch (also ohne Knochen, Sehnen und andere ungenießbare Bestandteile).

Wie aus der Tabelle 1 ersichtlich, liegt in Österreich der Pro-Kopf-Inlandsverbrauch von Wild- und Kaninchenfleisch in den Jahren 2016 bis 2020 bei 1 bis 1,2 kg, wobei Kaninchenfleisch nur rund 5 - 6 % davon ausmacht. Der menschliche Verzehr gemessen in reinem Wildfleisch liegt relativ konstant bei 0,7 kg, im Jahr 2019 bei 0,8 kg.

Tabelle 1: Selbstversorgungsgrad Wildfleisch 2016 bis 2020

	2016	2017	2018	2019	2020
Wild u. Kaninchen					
Schlachtgewicht in Tonnen					
Bruttoeigenerzeugung ¹⁾	6955	7355	7155	7815	7815
Einfuhr lebender Tiere	-	-	-	-	-
Ausfuhr lebender Tiere	-	-	-	-	-
Nettoerzeugung	6955	7355	7155	7815	7815
Anfangsbestand	-	-	-	-	-
Endbestand	-	-	-	-	-
Einfuhr	4656	4734	4856	4594	3182
Ausfuhr	2532	2599	2386	2104	1648
Inlandsverbrauch	9079	9490	9626	10306	9348
Inlandsverbrauch pro Kopf in kg	1,0	1,1	1,1	1,2	1,0
Selbstversorgungsgrad in %	77	78	74	76	84
Menschlicher Verzehr ²⁾	6128	6406	6497	6956	6310
Menschlicher Verzehr pro Kopf in kg ²⁾	0,7	0,7	0,7	0,8	0,7

¹⁾ Die Bruttoeigenerzeugung umfasst sämtliche im Inland erzeugten Tiere, unabhängig von der Schlachtung im In- oder Ausland. Sie errechnet sich aus den Inlandschlachtungen (gewerbliche Schlachtungen und Hausschlachtungen) abzüglich der eingeführten und zuzüglich der ausgeführten Schlacht-, Nutz- und Zuchttiere. Die Position Innereien enthält auch genießbare Schlachtnebenprodukte.

²⁾ Reines Fleisch

Quelle: STATcube – Statistische Datenbank der STATISTIK AUSTRIA

2.2 Wildfleischgewinnung

Die Wildfleischgewinnung erfolgt einerseits im Zuge der Jagd, wo die erlegten Wildstücke über den Wildhandel vermarktet, direkt vermarktet oder für den Eigenverbrauch genutzt werden. Der Terminus Wildbret dient in weiterer Folge ausschließlich für das bei der Jagd aus heimischen Revieren und aus freier Wildbahn gewonnene Produkt Wildfleisch. Die zweite Produktionsschiene ist die Farmwildhaltung (landwirtschaftliche Produktion in Fleischproduktionsgehegen), deren Wildfleisch fast ausschließlich in die Direktvermarktung geht – abgesehen vom Eigenverbrauch.

2.2.1 Jagd

Die Jagd ist das wichtigste Standbein für die Wildbretgewinnung. Die Anzahl der Abschüsse wird differenziert nach Wildart und Kategorie von den Landesbehörden an die Statistik Austria weitergeleitet. Die Statistik Austria fasst die Daten zusammen, erstellt daraus die Jagdstatistik (siehe Tabelle 2) und lässt die Daten in die Kalkulation des Fleischanfalles und der Versorgungsbilanzen für Fleisch einfließen.

Tabelle 2: Wildabschüsse der wichtigsten Wildarten in Österreich in den Jahren 2010 bis 2019

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Wildabschüsse in Stück										
Rotwild	53 536	48 878	59 034	58 138	51 677	52 024	53 458	61 545	54 977	57 524
Rehwild	263 279	270 097	282 102	272 268	268 054	276 222	280 036	285 718	284 916	278 312
Gamswild	20 290	21 360	20 710	19 102	19 690	20 371	20 525	21 048	20 685	19 094
Muffelwild	2 209	2 084	2 513	2 541	2 637	2 450	2 511	2 379	2 087	2 293
Sikawild	696	564	610	749	776	1 053	947	879	757	606
Damwild	592	610	712	807	930	805	870	870	909	1 034
Steinwild	374	410	426	485	530	549	553	619	607	568
Schwarzwild	37 115	26 380	49 734	33 277	32 559	31 669	30 594	40 297	30 542	47 251
Hasen	106 101	120 738	126 120	75 819	116 135	120 416	101 174	94 245	101 846	141 987
Wildkaninchen	2 082	2 077	2 295	1 257	2 775	4 668	4 055	4 857	5 986	11 548

Quelle: STATcube – Statistische Datenbank der STATISTIK AUSTRIA.

In der folgenden Tabelle 3 ist der Wildfleischanfall in Tonnen Wildkörpergewicht (Wildkörper ohne Decke, mit Knochen) angeführt, errechnet aus den Wildstrecken in heimischen Revieren und freier Wildbahn. Die den Berechnungen unterlegten durchschnittlichen Wildkörpergewichte ergaben sich aus den Meldungen der Landesjagdverbände an den Bundesverband Jagd Österreich. Die auf Bundesebene gemittelten Wildkörpergewichte sind in der Tabelle 3 angeführt.

In Summe belief sich der Wildkörperanfall in den Jahren 2010 bis 2019 zwischen rund 8.100 t und rund 9.700 t. Den Hauptanteil machte das Rehwild aus, gefolgt vom Rotwild und vom Schwarzwild.

Tabelle 3: Wildkörpergewicht der Wildabschüsse in Österreich 2010 bis 2019

	Ø Wildkörper- gewicht	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Wildkörpergewicht in Tonnen											
Rotwild	55,73	2 984	2 724	3 290	3 240	2 880	2 899	2 979	3 430	3 064	3 206
Rehwild	12,66	3 333	3 419	3 571	3 447	3 393	3 497	3 545	3 617	3 607	3 523
Gamswild	17,25	350	368	357	329	340	351	354	363	357	329
Muffelwild	17,19	38	36	43	44	45	42	43	41	36	39
Sikawild	24,20	17	14	15	18	19	25	23	21	18	15
Damwild	32,36	19	20	23	26	30	26	28	28	29	33
Steinwild	32,07	12	13	14	16	17	18	18	20	19	18
Schwarzwild	39,67	1 472	1 047	1 973	1 320	1 292	1 256	1 214	1 599	1 212	1 874
Hasen	3,50	371	423	441	265	406	421	354	330	356	497
Wildkaninchen	0,75	2	2	2	1	2	4	3	4	4	9
Summe		8 598	8 065	9 729	8 706	8 424	8 540	8 561	9 452	8 703	9 544

Quelle: Statistik Austria, Jagd Österreich, Landesjagdverbände, Bundesanstalt für Agrarwirtschaft und Bergbauernfragen.

Aus dem errechneten Wildkörperanfall lässt sich unter Anwendung durchschnittlicher Ausbeutesätze das Wildbretgewicht (Wildkörper ohne Decke und ohne Knochen) kalkulieren. Die durchschnittlichen Ausbeutesätze ergaben sich aus einer durch Experten erstellten Zusammenschau der Meldungen der Landesjagdverbände mit den Angaben der Steirischen Landesforste, der WKO Österreich (Bereich Wildhandel), einer Studie zur Fleischqualität von Schwarzwild (Prof. Peter Paulsen, Veterinärmedizinische Universität Wien), der Studie Fleischausbeute bei der Zerlegung von jagdlich erlegten Rehen (Diplomarbeit, Vanessa Woracz, Veterinärmedizinische Universität Wien, 2019) und dem Handbuch 2021 des Deutschen Jagdverbandes. Aus der Zusammenschau ergaben sich Von-bis-Bereiche der Ausbeutesätze für die einzelnen Wildarten. Zur Kalkulation des Wildbretanfalles wurden die Mittelwerte der jeweiligen Von-bis-Bereiche herangezogen (siehe Tabelle 4).

Das Wildbretaufkommen belief sich in den Jahren 2010 bis 2019 zwischen rund 3.800 t (2011) und rund 4.500 t (2012). Auch hier kam – bezogen nun auf das Wildbret – das meiste aus dem Abschuss von Rehwild, gefolgt von Rotwild und Schwarzwild.

Tabelle 4: Wildbretgewinnung aus heimischer Jagd 2010 bis 2019

	von - bis Bereich Ausbeute- satz	Ø Ausbeute- satz	Wildbret in Tonnen									
			2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Rotwild	45- 55	50,0%	1 492	1 362	1 645	1 620	1 440	1 450	1 490	1 715	1 532	1 603
Rehwild	45- 55	50,0%	1 667	1 710	1 786	1 723	1 697	1 748	1 773	1 809	1 803	1 762
Gamswild	40- 50	45,0%	157	166	161	148	153	158	159	163	161	148
Muffelwild	50- 55	52,5%	20	19	23	23	24	22	23	21	19	21
Sikawild	50- 55	52,5%	9	7	8	10	10	13	12	11	10	8
Damwild	50- 55	52,5%	10	10	12	14	16	14	15	15	15	18
Steinwild	50- 55	52,5%	6	7	7	8	9	9	9	10	10	10
Schwarzwild	30- 40	35,0%	515	366	691	462	452	440	425	560	424	656
Hasen	25- 35	30,0%	111	127	132	80	122	126	106	99	107	149
Wildkaninchen	25- 35	30,0%	0	0	1	0	1	1	1	1	1	3
Summe			3 988	3 774	4 465	4 088	3 923	3 982	4 012	4 404	4 082	4 376

Quelle: STATISTIK AUSTRIA, Jagd Österreich, Landesjagdverbände, Bundesanstalt für Agrarwirtschaft und Bergbauernfragen

2.2.2 Farmwild

Die Wildhaltung ermöglicht durch ihre naturnahe Erzeugung das nachhaltige Offenhalten unserer Kulturlandschaft und bietet für viele Betriebe eine alternative Produktionsform im Grünlandgebiet. Über die Farmwildhaltung in Österreich gibt es unbefriedigender Weise keine exakten Daten. Gemäß dem Verband der österreichischen Wildtierhalter gibt es derzeit 2.025 Betriebe, die Wildtiere halten. 1.456 Betriebe halten Dam-, Muffel-, Schwarz- und/oder Sikawild, wobei Damwild den Hauptanteil ausmacht. 782 Betriebe halten Rotwild.

In diesen Betrieben werden rund 31.000 Stück Damwild sowie Muffel-, Schwarz- und Sikawild gehalten. Die Rotwildbetriebe halten rund 17.350 Stück. Dabei zählen Stücke unter einem Alter von 18 Monaten nur als halbes Stück.

Laut einer überschlagsmäßigen Kalkulation des Verbandes der österreichischen Wildtierhalter werden in der Farmwildhaltung pro Jahr rund 1.100 Tonnen Wildfleisch (in Schlachtkörpergewicht) produziert. (siehe Tabelle 5)

Tabelle 5: Überschlagsmäßige Kalkulation der Wildfleischproduktion aus Farmwild

	Schlachtkörpergewicht		
	Stück	Ø SG pro Stück ¹⁾	Produktion in Tonnen
Damwild u.a.	15500	35	542,5
Rotwild	8500	65	552,5
Summe	24000		1095,0

¹⁾ Schlachtgewicht ohne Decke (Quelle: Jahrbuch der Wildtierhalter, Deutschland)

Quelle: Verband österreichischer Wildtierhalter

2.3 Außenhandel von Wildbret

Im Vergleich zur im Inland verbrauchten Wildfleischmenge werden in Österreich nicht unbedeutende Wildfleischmengen importiert und exportiert. Den Hauptanteil sowohl beim Import als auch beim Export macht Wildfleisch von in Österreich vorkommenden Wildarten exklusive Wildschweinfleisch aus. In Summe bewegten sich in den Jahren 2015 bis 2020 die Importe von Wildfleisch und Nebenprodukten (in Schlachtgewicht) in einem Bereich von rund 2.600 t bis 3.900 t. Die Exporte bewegten sich im gleichen Zeitraum in einem Bereich von rund 1.650 t bis 2.600 t. Im Jahr 2020 zeigt sich ein deutlicher Abschwung der Ein- sowie auch der Ausfuhren. Das Außenhandelsaldo (Importe abzüglich Exporte) bewegte sich in einem Bereich zwischen rund 940 t und 1.610 t.

Tabelle 6: Außenhandel mit Wildfleisch 2015 bis 2020

Wildfleischart	Jahr					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
	Import ¹⁾					
Wildschweinfleisch	644,3	640,7	443,1	396,4	433,7	396,7
Wildfleisch sonstiger heimischer Arten	2 881,3	3 267,3	3 347,2	3 470,5	3 262,7	2 195,7
Wildfleisch nicht heimischer Arten	6,6	5,0	0,7	1,4	0,7	0,6
Summe	3 532,2	3 913,0	3 791,0	3 868,3	3 697,1	2 593,0
	Export ¹⁾					
Wildschweinfleisch	300,8	289,8	283,4	273,7	260,2	195,4
Wildfleisch sonstiger heimischer Arten	2 275,3	2 223,0	2 299,6	2 095,5	1 826,7	1 452,8
Wildfleisch nicht heimischer Arten	0,6	0,2	-	-	-	-
Summe	2 576,7	2 513,0	2 583,0	2 369,2	2 086,9	1 648,2
Saldo	955,5	1 400,0	1 208,0	1 499,1	1 610,2	944,8

1) Fleisch und Schlachtnebenerzeugnisse von Reptilien, Kamelen, Haustauben sowie Froschschenkel und nicht eindeutig zuordenbare Fleisch- und Schlachtnebenprodukte sind nicht enthalten

Quelle: Statistik Austria, Berechnungen der Bundesanstalt für Agrarwirtschaft und Bergbauernfragen

2.4 Preisentwicklungen

Die Preisentwicklungen für Wild sind in den folgenden Tabellen dargestellt, welche Auszüge aus der Erzeugerpreisstatistik der Statistik Austria sind.

In der Tabelle 7 sind die durchschnittlichen Jahrespreise 2014 bis 2020 je Wildart dargestellt. Die durchschnittlich höchsten Preise erzielte meist Gamswild.

Tabelle 7: Erzeugerpreisentwicklung für Wild in den Jahren 2014 bis 2020

	Mengen- einheit	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Jahresdurchschnitt in Euro (netto ohne MwSt)								
Hirsch in Decke	kg	2,38	2,47	2,58	2,77	2,80	2,76	2,50
Reh in Decke	kg	3,05	3,38	3,32	3,14	3,00	2,74	2,24
Gämse in Decke	kg	3,10	3,05	3,50	3,68	3,61	3,49	3,26
Wildschwein	kg	0,76	0,95	1,02	0,89	0,51	0,85	0,77
Hasen im Fell	kg	0,92	1,13	1,01	0,90	0,88	0,93	1,37
Fasan	Stk.	1,21	1,24	1,27	1,31	1,07	0,99	1,27
Rebhuhn	Stk.	2,10	2,35	2,98	1,49	.	–	–
Wildente	Stk.	0,69	1,03	0,93	1,13	0,68	–	–

Quelle: STATISTIK AUSTRIA - Erzeugerpreisstatistik

In der Tabelle 8 sind die durchschnittlichen Monatspreise im saisonalen Verlauf 2020 dargestellt. Die besten Preise erzielt Wild in der Hauptjagdsaison September bis Dezember. In diesem Zeitraum finden in der Regel auch die Wildwochen in heimischen Gasthäusern und Restaurants statt, welche einen beträchtlichen Teil des Wildfleischabsatzes ausmachen.

Tabelle 8: Erzeugerpreisentwicklung für Wild im Jahresverlauf 2020

2020	Jänner	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli	August	Sept- ember	Oktober	Nov- ember	De- zember	Jahres- Ø 2020	
Mengen- einheit	Österreichmittel 2020 in Euro (netto ohne MwSt)													
Hirsch in Decke	kg	–	–	–	–	2,02	2,10	2,24	2,47	2,57	2,58	2,91	2,99	2,50
Reh in Decke	kg	–	–	–	–	2,02	2,03	2,12	2,18	2,36	2,37	2,38	2,43	2,24
Gämse in Decke	kg	–	–	–	–	2,97	2,91	2,86	2,94	3,39	3,39	3,85	3,94	3,26
Wildschwein	kg	–	–	–	–	0,64	0,68	0,69	0,69	0,87	0,87	0,87	0,87	0,77
Hasen im Fell	kg	–	–	–	–	–	–	–	–	1,39	1,39	1,37	1,37	1,37
Fasan	Stk.	–	–	–	–	–	–	–	–	1,32	1,32	1,27	1,27	1,27
Rebhuhn	Stk.	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Wildente	Stk.	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–

Quelle: Statistik Austria - Erzeugerpreisstatistik

In der Tabelle 9 sind die durchschnittlichen Jahreserzeugerpreise 2020 für die verschiedenen Wildarten für Österreich insgesamt und die einzelnen Bundesländer dargestellt. Tirol erzielt mit Abstand die höchsten Erzeugerpreise, was vermutlich am starken Tourismus in Tirol liegt. Nächstfolgend ist Vorarlberg, welches große Mengen an Wildfleisch in die Schweiz exportiert. In Salzburg kauft die Gastronomie überwiegend direkt von den Jägern. Diese Käufe sind von der Erzeugerpreisstatistik nicht erfasst.

Tabelle 9: Erzeugerpreise für Wild in den einzelnen Bundesländern 2020

2020	Mengen- einheit	Österreich	Burgen- land	Kärnten	Nieder- österreich	Ober- österreich	Salzburg	Steier- mark	Tirol	Vorarl- berg	Wien
Jahresdurchschnitt 2020 in EURO (netto ohne MwSt)											
Hirsch in Decke	kg	2,50	2,15	.	2,15	2,32	2,48	1,82	3,47	2,83	2,15
Reh in Decke	kg	2,24	1,81	.	1,81	2,60	2,23	1,76	4,19	3,67	1,81
Gämse in Decke	kg	3,26	–	.	3,18	–	2,66	2,72	3,83	2,76	–
Wildschwein	kg	0,77	0,78	.	0,78	0,75	1,00	0,64	–	0,97	0,78
Hasen im Fell	kg	1,37	1,60	–	1,60	1,00	–	0,88	–	–	1,60
Fasan	Stk.	1,27	1,50	–	1,50	1,00	–	0,80	–	–	1,50
Rebhuhn	Stk.	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
Wildente	Stk.	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–

Quelle: Statistik Austria - Erzeugerpreisstatistik

2.5 Rechtliche Voraussetzungen für die Be- und Verarbeitung

Grundlage für den folgenden Überblick zu den Rechtsnormen und ihrer Anwendung auf die Vermarktung von Wildbret und Wildfleisch ist die Broschüre Wild direkt vermarkten zum Nachlesen von Mag. Dr. Werner Schiffner MBA und die Leitlinie für eine gute Hygienepraxis und die Anwendung der Grundsätze des HACCP bei Schlachtung von Farmwild (BMG-75210/0050-II/B/7/2009). Voraussetzung für höchste Qualität ist natürlich die fachgerechte Behandlung von Wild und Wildfleisch. Wer Wild oder Wildfleisch anbietet, muss sich an strenge Hygienevorschriften halten. Diese schreiben jeden Schritt von der Erlegung, über die Versorgung des erlegten Tieres und Lagerung bis zum Verkauf genau vor und sind Voraussetzung dafür, dass Wildbret qualitativ hochwertig und hinsichtlich der Lebensmittelsicherheit unbedenklich zum Verbraucher gelangt.

Der Fachbereich der Wildbrethygiene – nämlich alle Aspekte rund um die gesundheitlichen und tierseuchenrechtlichen Fragen beim Erlegen von Wild und bei der Vermarktung von Wildfleisch – wurde ursprünglich in der Europäischen Union durch die Richtlinie 92/45/EWG vom 16. Juni 1992 geregelt. Die Umsetzung dieser Richtlinie in Österreich war ein Meilenstein für die Verbesserung der Wildbrethygiene und zugleich ein Wendepunkt im Umgang mit dem hochwertigen Produkt „Wildbret“. Auch wenn schon vor dieser Zeit viele Jäger sehr sorgsam und verantwortungsbewusst mit Wildbret umgegangen waren. Es wurden verbindliche Hygienenormen festgesetzt, die in der Folge zu einer deutlichen Verbesserung der handelsüblichen Wildbretqualität führten.

Seit 1.1.2006 gilt das Wildbrethygienerecht, ein Teil des Lebensmittelhygienerechts der EU. Dieses wurde mit dem Ziel eingeführt, eine verbesserte Lebensmittelsicherheit für die Konsumenten in allen EU-Mitgliedstaaten zu erreichen. Die von der EU erlassenen und direkt anzuwendenden Verordnungen regeln nicht alles abschließend, sondern jeder Mitgliedsstaat kann für bestimmte Bereiche selbst Regelungen treffen. Österreich hat davon auch Gebrauch gemacht.

Durch EU-Verordnungen und bundesrechtliche Vorschriften sind eine Reihe von Bestimmungen in Kraft getreten, die die Verantwortung für die Sicherheit der hergestellten Lebensmittel auf allen Stufen der Produktion auf den Lebensmittelunternehmer und damit für Wild und Wildfleisch auf die Jägerin bzw. den Jäger übertragen.

Österreich hat das „EU-Hygienepaket“ durch die Erlassung des Lebensmittelsicherheits- und Verbraucherschutzgesetz (LMSVG) ergänzt und durch einige nationalen Verordnungen, wie die Lebensmittelhygiene-

Direktvermarktungsverordnung, die Lebensmittelhygiene-Zulassungsverordnung sowie die Lebensmittelhygiene-Einzelhandelsverordnung vervollständigt.

2.5.1 Arten der Vermarktung von Wild:

Je nach Intensität der Be- und Verarbeitung von Wild unterscheidet der Gesetzgeber verschiedene Arten der Vermarktung von Wild. Grundsätzlich wird zwischen einer Vermarktung von Wildfleisch direkt vom Jäger und einer Vermarktung durch Wildverarbeitungsbetriebe unterschieden.

2.5.1.1 Verarbeitung von Wildbret durch den Jäger

Verwendet der Jäger das von ihm erlegte Wild bzw. die daraus hergestellten Erzeugnisse nur für den privaten häuslichen Verbrauch, gelten weder das EU-Hygienepaket noch die Lebensmittelhygiene-Direktvermarktungsverordnung oder die Lebensmittelhygiene-Einzelhandelsverordnung.

Gibt der Jäger Wild im Ganzen, nicht gehäutet, frisch, nicht tiefgekühlt an den Endverbraucher oder an örtliche Einzelhandelsunternehmen ab, sind das Lebensmittelsicherheits- und Verbraucherschutzgesetz und die Lebensmittelhygiene-Direktvermarktungsverordnung anzuwenden.

Gibt der Jäger nur eigenes Wild aus dem eigenen Revier direkt an den Endverbraucher oder an höchstens ein Einzelhandelsunternehmen ab, das dieses direkt an den Endverbraucher abgibt, gilt die Lebensmittelhygiene-Direktvermarktungsverordnung. Sie verpflichtet sowohl den Jäger als auch die kundige Person bestimmte Vorkehrungen zum Schutz der Qualität des Wildfleisches zu treffen. Es darf nur frisches, nicht tiefgekühltes Wildfleisch binnen einer Frist von sieben Tagen nach Tötung vermarktet werden. In diesem Fall gelten neben den beiden oben angeführten Rechtsnormen die Verbraucherinformationsverordnung VO (EG)1169/2011 und das Maß- und Eichgesetz.

Jäger, die eigenes Wildfleisch zu höherwertigen Fleischerzeugnissen weiterverarbeiten und diese direkt an den Endverbraucher oder an örtliche Einzelhandelsunternehmen abgeben, fallen nicht mehr unter die Lebensmittelhygiene-Direktvermarktungsverordnung, sondern für sie gelten das Lebensmittelsicherheits- und Verbraucherschutzgesetz, die Lebensmittelhygiene-Einzelhandelsverordnung sowie Teile der Hygienevorschriften der Verordnung (EU) 853/2004. Auch die Verbraucherinformationsverordnung VO (EG)1169/2011 (Etikett) und das Maß- und Eichgesetz sind anzuwenden.

2.5.1.2 Verarbeitung durch Wildverarbeitungsbetrieb

Wird nicht nur das eigene Wild, sondern auch zugekauft Wild mitverarbeitet und/oder Wildfleisch bzw. Fleischerzeugnisse nicht nur an Endverbraucher oder an örtliche Einzelhandelsunternehmen im Rahmen eines landwirtschaftlichen Betriebes abgegeben, gilt dieser Betrieb als Wildverarbeitungsbetrieb, und es sind das EU-Hygienerecht (Verordnung (EG) Nr. 178/2002, Verordnung (EG) Nr. 852/2004, Verordnung (EG) Nr. 853/2004), das Lebensmittelsicherheits- und Verbraucherschutzgesetz, die Verbraucherinformationsverordnung VO (EG)1169/2011, das Maß- und Eichgesetz und die Gewerbeordnung als Rechtsvorschriften anzuwenden.

2.5.1.3 Verarbeitung als Farmwildbetrieb

Für Betriebe, die Farmwild im Ganzen oder zerteilt in Verkehr bringen und dieses nicht ausschließlich für den Eigenbedarf des Halters vorgesehen ist, gelten folgende Rechtsnormen: die Verordnung (EG) Nr. 852/2004, die Verordnung (EG) Nr. 853/2004, das Lebensmittelsicherheits- und Verbraucherschutzgesetz

(BGBl. I Nr. 13/2006), die Lebensmittel-Direktvermarktungsverordnung, die Lebensmittel-Einzelhandelsverordnung, die Fleischuntersuchungsverordnung sowie die Tierschutzschlachtverordnung.

Die rechtlichen Rahmenbedingungen sind auf Betriebe unterschiedlicher Größenordnungen und Voraussetzungen bei der Be- und Verarbeitung als auch Vermarktung gut abgestimmt. Allen Anbietern von Wildbret oder Wildfleisch wird ausdrücklich die volle Verantwortung für die gesundheitliche Unbedenklichkeit der von ihnen in Verkehr gebrachten Lebensmittel übertragen. Es wird die Direktvermarktung von Wildbret – von eigenem Wild aus dem eigenen Revier – für den einzelnen Jäger ermöglicht, wobei eine Veredelung von Wildbret unter diesen vereinfachten Bedingungen ausgeschlossen ist. Andererseits wird sichergestellt, dass Betriebe, die Wildbret und Wildfleisch zukaufen, zerlegen, veredeln und überregional und nicht in erster Linie an den Endverbraucher vermarkten, sich an strengere Rechtsnormen halten müssen. Damit wird sichergestellt, dass nur qualitativ hochwertiges Wildfleisch als Lebensmittel in Verkehr gebracht wird.

2.6 Vermarktung

Der Wildhandel hat lange Tradition in Österreich. Die Betriebe haben sich meist als zusätzliches Standbein von Fleischereibetrieben entwickelt. Daher haben viele neben einem Zerlegungsbetrieb auch noch eine Weiterverarbeitung angeschlossen. Lange Zeit war es üblich, dass Jäger das von ihnen erlegte Wild über Wildsammelstellen den Händlern verkauften. Der Ruf von Wildbret war in der allgemeinen Bevölkerung und auch bei den Jägern schlecht. Dies war deswegen, weil erlegte Wildtiere nicht ausreichend schnell einer Kühlkette zugeführt werden konnten. In vielen Fällen war in den ersten Tagen ausschließlich die Außentemperatur für die Kühlung verantwortlich. Entsprechend schlecht war die Wildbretqualität. Dem Wildbret wurde also wenig Wert beigemessen. Der Wildbrethandel erhielt also den Großteil der Jagdstrecke angeboten und kaufte diesen auch. Erst die zunehmende Erschließung der Reviere und die Erhöhung von Kühlkapazitäten beseitigten diesen Umstand weitgehend.

Erst in den letzten drei Jahrzehnten konnte die Wildbretqualität aufgrund der strengen Hygienevorschriften entscheidend verbessert werden. Gleichzeitig wurde auch dessen hohe Qualität entdeckt. Dadurch stieg die Unzufriedenheit mit den vom Handel bezahlten Preisen und einige Jäger begannen neue Absatzwege zu suchen. In der Direktvermarktung mit großer Kundennähe war eine Möglichkeit gefunden, hochwertiges Wildbret zu einem guten Preis zu vermarkten. Die speziellen rechtlichen Rahmenbedingungen für Direktvermarkter ermöglichen dies, auch wenn jährlich nur geringe Stückzahlen auf diese Weise vermarktet werden. Der Ruf von Wildbret in der allgemeinen Bevölkerung konnte allerdings nicht entscheidend verbessert werden. Die alten Vorurteile waren noch nicht ausgeräumt. Der Anteil des Wildfleischverzehr am gesamten Frischfleischverzehr (ohne Verarbeitungsprodukte) kann aufgrund der mangelhaften Datenlage nur grob geschätzt werden. Dieser wird von Karl-Heinz Wagner, einem Ernährungswissenschaftler, mit etwa 10 Prozent angegeben.

Neben dem Wildbret aus der Jagd wird auch zunehmend Wildfleisch aus landwirtschaftlichen Farmwildbetrieben angeboten. Dieses Segment hat den großen Vorteil, ihr Wild relativ auf einfache Art schlachten zu können, und nicht die bei der jagdlichen Erlegung vorhandenen Erschwernisse zu haben. Darunter fallen insbesondere:

- Weitere Schussentfernung und schlechte Lichtverhältnisse bei der Tötung
- Ausweiden ohne entsprechende Hilfsmittel von Personen mit wenig Praxis
- Transportdistanzen zu PKW-befahrbaren Wegen
- Längerer Weg zur Kühlanlage

Dieses Wild stammt allerdings nicht aus freier Wildbahn, sondern wird unter landwirtschaftlichen Bedingungen in Gehegen gezüchtet und hat daher gegenüber freilebenden Wildtieren einen eingeschränkten Lebensbereich. Wobei Fleisch aus österreichischen Farmwildbetrieben in diesem Punkt den meisten anderen landwirtschaftlich produzierten Fleischsorten überlegen ist. Auch tierärztliche Behandlungen sind im Farmwildbereich üblich.

2.6.1 Direktvermarktung

Wildfleisch ist inzwischen ein sehr begehrtes und in seiner Zusammensetzung hochwertiges Lebensmittel. Vielen Konsumenten ist es längst nicht mehr gleichgültig, unter welchen Bedingungen Lebensmittel produziert werden. Ethische und ökologische Aspekte fließen zunehmend in die Kaufentscheidung mit ein. Wildbret aus freier Wildbahn erfüllt diese Anforderungen in idealer Weise, denn neben seiner hochwertigen Zusammensetzung zählt auch die tierschutzgerechte und nachhaltige Gewinnung. Die gesetzliche Lage erlaubt es Jägern, das Wildbret – nachdem es von einer kundigen Person (gem. §27 Abs. 3 LMSVG) untersucht und für geeignet befunden wird – nicht nur direkt an den Endverbraucher, sondern auch lokal an Gastronomie, Betriebsküchen und Fleischhauer vermarkten zu können, was wechselseitig große Vorteile bringen kann. (vgl. Rudolf Winkelmayer, 2007, Wildbret-Direktvermarktung: Eine große Chance für Jäger, Gastronomie und Fleischhauer)

2.6.1.1 Beschreibung des Aufbaues der Wildbretmarke WILDES ÖSTERREICH durch JAGD ÖSTERREICH

Was ist WILDES ÖSTERREICH?

WILDES ÖSTERREICH ist ein digitaler Marktplatz für Wildbret aus heimischen Revieren. Die von JAGD ÖSTERREICH gegründete Plattform unterstützt die Vermarktung von Wildbret in Österreich und stärkt die Wertschätzung gegenüber dem Produkt der heimischen Jagd in der Bevölkerung. WILDES ÖSTERREICH bringt Anbieter von heimischem Wild und Konsumenten zusammen. Anbieter wie Direktvermarkter, Gastronomen und Manufakturen können sich in wenigen Schritten auf der Plattform registrieren und ein Profil mit ihren Angeboten anlegen. Interessierte Konsumenten erhalten neben der Anbietersuche zahlreiche Informationen rund um die Gewinnung und Verarbeitung von Wildbret.



Der Entwicklungsprozess von WILDES ÖSTERREICH wurde bereits im Herbst 2019 von den österreichischen Landesjagdverbänden im Zusammenschluss des Dachverbandes JAGD ÖSTERREICH gestartet.

In der Entwicklungsphase wurden zahlreiche Stakeholder nach den wichtigsten Kriterien befragt, die die Online-Plattform mitbringen muss, um maximalen Nutzen für Anbieter und Konsumenten zu bieten. Intuitive Bedienelemente, Hintergrundinformationen zur Ernährung und Wildbret, Expertenvideos, Rezeptvorschläge sowie eine mobile App, waren u.a. Kernanliegen der befragten Stakeholder.

Ein wesentlicher Punkt in der Entwicklung von WILDES ÖSTERREICH war die große Wertschätzung gegenüber der Regionalität des Produktes Wildbret zu unterstreichen. Nachdem für viele Konsumenten die Transparenz der Wertschöpfungskette sowie der ökologische Fußabdruck im Lebensmittelbereich immer wichtiger wird, wurde dieser Aspekt im Entwicklungsprozess von WILDES ÖSTERREICH durch die Einführung der neun Regionalmarken (z.B. WILDE STEIERMARK) herausgearbeitet. Durch die Regionalmarken soll jedoch nicht nur eine räumliche Nähe zum Produkt geschaffen werden, sondern auch auf die Besonderheiten der jeweiligen Bundesländer eingegangen und etwaige bestehende Bemühungen der Länder aufgenommen werden.

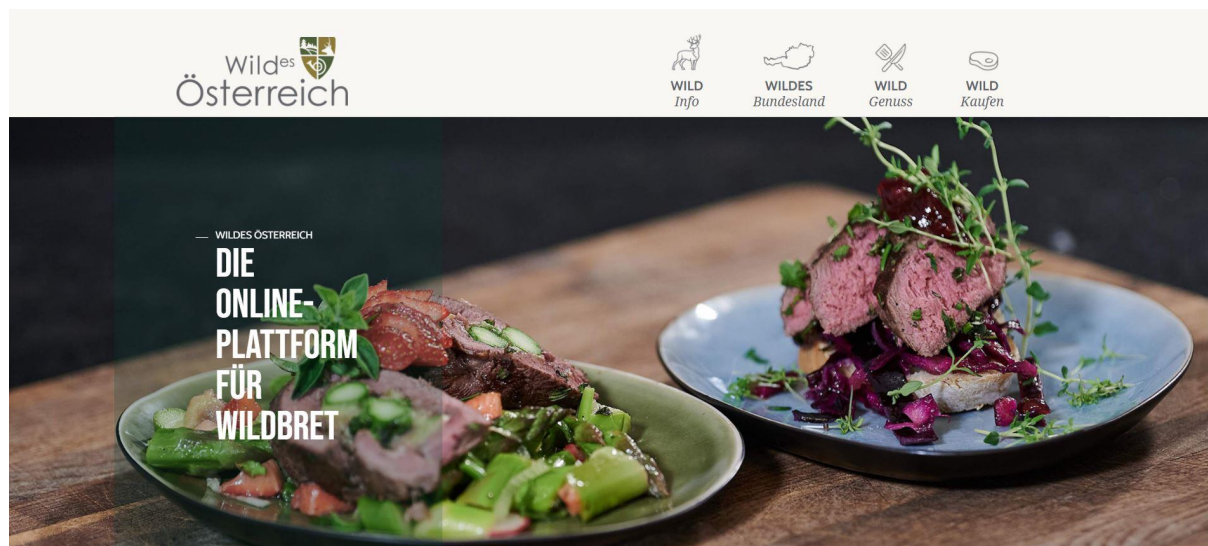
Das Einsetzen der Coronapandemie im Frühjahr 2020 und dem damit einhergehenden Einbruch in der Gastronomie als einer der größten Absatzmärkte für Wildbret beschleunigte den Entwicklungsprozess der Plattform maßgeblich. Bereits im Juli 2020 konnte die Online-Plattform inklusive der App für Apple und Android Endgeräte in einer Pressekonferenz der Öffentlichkeit vorgestellt werden. Seit Veröffentlichung im Juli 2020 wurde die App bereits über 5000-mal heruntergeladen und rund 2.000 Genießer nutzen sie monatlich regelmäßig.

Wie funktioniert WILDES ÖSTERREICH?

WILDES ÖSTERREICH ist ein digitaler Marktplatz, in dem sich Anbieter von heimischem Wildbret und Konsumenten vernetzen. Anbieter können zwischen vier Kategorien wählen, in deren Rahmen sie Wildbret in Österreich vermarkten: als Direktvermarkter, Manufaktur, Gastronomiebetrieb oder als Wildbret-händler. Durch eine schlanke und intuitive Eingabemaske können Anbieter Kontaktadresse, Standort und Produktportfolio in wenigen Klicks anlegen.

Was bietet WILDES ÖSTERREICH?

Die Online-Plattform ist in vier Teilbereiche gegliedert: WILD Info, WILDES Bundesland, WILD Genuss und WILD Kaufen.



WILD Info

Im Bereich WILD Info befinden sich zahlreiche Informationen zur Wildbretgewinnung. Von den Tätigkeiten des Jägers im Revier bis hin zu Tipps für den Kauf von Wildbret. Auch die Arbeit des Direktvermarkters und der Bereich der Wildbrethygiene, einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren für die Gewinnung von hochwertigem Wildbret, werden dabei genauer betrachtet. Ziel der WILD Info ist, vor allem den Interessierten, die

noch keine bis wenig Erfahrung mit Wildbret haben, den Einstieg zu erleichtern. Hier finden Einsteiger eine detaillierte Schritt-für-Schritt Erklärung für die Zubereitung von köstlichem Wildbret.

WILDES Bundesland

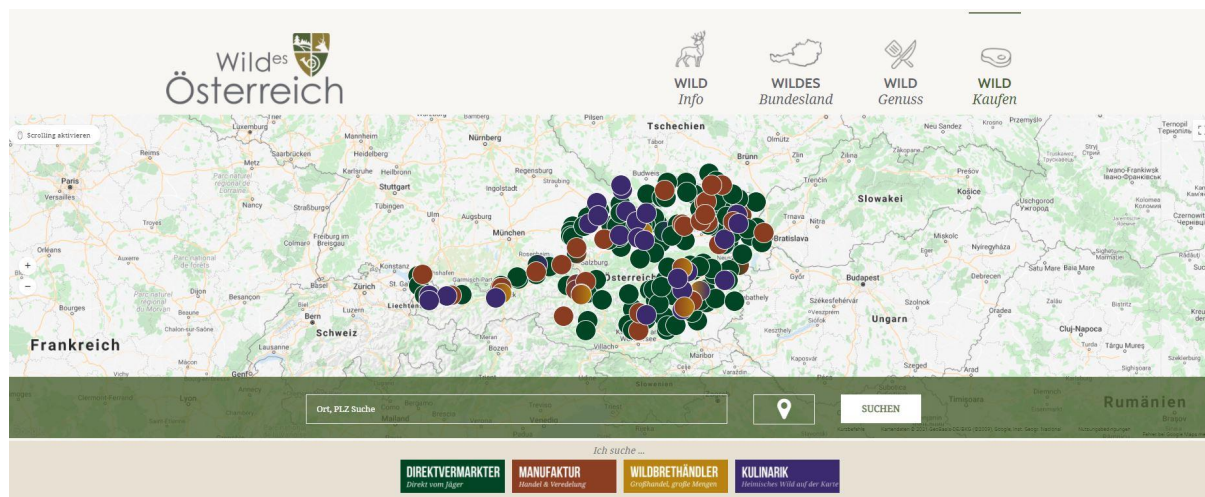
Unter dem Menüpunkt WILDES Bundesland werden die einzelnen Bundesländer mit ihrer eigenen regionalen Bundesland-Marke vorgestellt. Jedes WILDES Bundesland hat die Möglichkeit, aktuelle Projekte, Veranstaltungen oder auch Anbieter in den Fokus zu stellen, und so den Konsumenten einen noch besseren Einblick in die Besonderheiten der Jagd und dem Produkt Wildbret innerhalb des eigenen Bundeslandes zu geben.

WILD Genuss

Der WILD Genuss widmet sich ausführlich der Zubereitung des hochwertigen Lebensmittels Wildbret. Dabei sind zahlreiche Rezepte – sortiert nach den einzelnen Wildarten inklusive aller Zutaten – abrufbar. Erklärungen zu den einzelnen Fleischteilen, die die unterschiedlichen Wildarten bieten, werden zudem in kurzen Expertenvideos vorgestellt. Auch Tipps und Tricks für die richtige Zubereitung sowie ein Bereich für häufig gestellte Fragen rund um die Handhabung mit Wildbret stehen den interessierten Konsumenten zur Verfügung.

WILD Kaufen

Die interaktive Karte mit der Anbietersuche und -anzeige ist das Herzstück der Plattform. Anbieter von heimischem Wildbret können sich in wenigen Schritten registrieren und ein Profil mit ihren Angeboten anlegen. Konsumenten können über die Karte oder auch über die einzelnen Filter sowohl Anbieter als auch Produkte in ihrem Umfeld suchen. In ganz Österreich haben sich bereits zahlreiche Anbieter aller Kategorien – von Direktvermarktern über Manufakturen bis zu Wildbrethändlern und Kulinarik-Betrieben – registriert und bieten ein vielfältiges Angebot an Produkten.



WILDE Zukunft

Um das Service-Angebot auszubauen, bietet WILDES ÖSTERREICH seit Juni 2021 gemeinsam mit dem Verpackungsspezialisten ETIVERA eine Vielzahl nützlicher Werbematerialien für Wildbret-Angebote an. Das Produktportfolio umfasst Etiketten, spezielles Hygienepapier & auch Tragetaschen im Design von WILDES ÖSTERREICH und der Regionalmarken. Zusätzlich werden Werbefilme im TV und auf Social Me-

dia ausgestrahlt, um weitere Aufmerksamkeit für die Plattform zu generieren. Weiters wird ein professionelles Marken- und Corporate Identity Handbuch entwickelt, um alle Anbieter der Plattform in der Vermarktung zu unterstützen und gleichzeitig die Marke noch stärker im Markt zu positionieren.

Tabelle 10: Daten und Zahlen zu WILDES ÖSTERREICH

Anbieter	Oktober 2020	Juli 2021
Direktvermarktung	86	142
Manufaktur	37	43
Wildbrethändler	7	8
Kulinarik	23	32
Gesamt	153	225

Quelle: Jagd Österreich.

App-Nutzer-Zahlen:

- 3460 Android
- 2290 iOS

Website-Nutzung von www.wild-oesterreich.at:

- Nutzer: 21.000
- Seitenaufrufe: 71.300
- durchschnittliche Sitzungsdauer: 2 Minuten

Social Media Entwicklung:

- „Gefällt mir“-Angaben Seite Jagd Österreich:
 - Juli 2020: 2.013
 - August 2021: 5.016
- Erreichte Personen mit Postings Wildes Österreich:
 - APP-Bewerbung: 35.000
 - Webinar-Bewerbung: 7.100
 - Video-Bewerbung: 19.400

2.6.2 Vermarktete Mengen nach Betrieben

Da es weder bei der Jagd noch bei den Wildfarmen Aufzeichnungen bzw. Angaben dazu gibt, wie das von ihnen gewonnene bzw. produzierte Wild weitervermarktet bzw. weiterverarbeitet wird, können hierzu keine Zahlen angegeben werden. Es ist jedoch von einem steigenden Eigenverbrauch bei der Jagd auszugehen. Die Jäger selber und ihre Familien essen immer mehr Wildbret. Es ist in den letzten Jahren ein deutlicher Anstieg von Jagdscheinanwärtern zu beobachten, die ausschließlich aufgrund der Wertschöpfungskette Wildbret und einer Bewusstseinsbildung des eigenen Nahrungsmittelerwerbes den Zugang zur Jagd finden.

Der Anteil von Wildbret, das durch den Wildbrethandel vermarktet wird, könnte durch eine steigende Zahl von Jägern, die ihr eigenes Wild direkt vermarkten, sinken. Josef Ager, der Spartensprecher des Wildfleischhandels (WKO) schätzt, dass derzeit ca. 40 Prozent des in Österreich gewonnenen Wildbrets über den Wildhandel vermarktet wird.

Auch das Anbieten von Farmwildfleisch vom bäuerlichen Direktvermarkter wird immer beliebter. Farmwildhaltung ist eine sinnvolle Alternative für die extensive Nutzung von Grünland und kann damit eine wirtschaftliche Basis für viele bäuerliche Betriebe darstellen.

3 Wildfleischmarkt im Ausland

Für den europäischen Vergleich wurden mehrere Anfragen an den europäischen Jagdverband gestellt. Da die betreffenden Daten in vielen europäischen Staaten nicht zur Verfügung stehen, konnte der europäische Jagdverband diesbezüglich keine Aussage tätigen. Aber zumindest der deutsche Jagdverband stellte Daten zur Verfügung. Diese wurden mit den nationalen Daten verglichen. Besondere Aufmerksamkeit wurde dabei auf die durchschnittlichen Jagdgewichte (Schlachtkörper, ausgeweidet mit Decke) gelegt. Diese zeigen bis auf jene vom Rotwild gute Übereinstimmungen. Das deutsche Rotwild ist um ca. 17 % schwerer als das österreichische, was sich mit der Ausbildung wesentlich schwerer Phänotypen des Rotwildes sowohl in Tieflagen als auch im Hochgebirge erklären lässt.

Hinsichtlich der fehlenden Daten ist daher zu empfehlen, einen Standard auf europäischer Ebene auszuarbeiten, der auch dem europäischen Jagdverband zur Verfügung gestellt werden kann.

Im Folgenden werden die Wildabschüsse einiger Nachbarstaaten Österreichs, deren Jagdstatistiken recherchierbar waren, dargestellt. In Deutschland sind von den Abschusszahlen und auch vom Wildbretaufkommen her Reh- und Schwarzwild die wichtigsten Wildarten. Rehwild ist ungefähr das Fünffache von den österreichischen Abschüssen. Der Schwarzwildabschuss hat in Deutschland von 2018/19 auf 2019/20 sehr stark zugenommen (um 47 %). Dieser Anstieg ist auch in Österreich aufgrund der Afrikanischen Schweinepest (ASP)-Prophylaxe zu verzeichnen.

Tabelle 11: Wildabschüsse in Deutschland

Wildart	Jagdjahr	Jagdjahr
	2019/20	2018/19
	Stück	Stück
Rotwild	76 897	77 182
Damwild	68 211	65 427
Sikawild	2 444	2 134
Schwarzwild	882 231	599 855
Rehwild	1 226 169	1 206 996
Gamswild	4 641	4 843
Muffelwild	7 226	7 214
Feldhasen	230 945	191 854
Wildkaninchen	88 712	85 025
Fasane	108 081	85 832
Rebhühner	1 877	1 928
Waldschneepfen	9 983	8 442
Wildgänse	111 944	107 604
Wildenten	298 860	277 158
Wildtauben	369 549	403 567
Füchse	454 084	422 209
Dachse	88 896	79 900
Baumarder	7 227	6 306
Steinmarder	47 311	44 005
Iltisse	7 996	8 373
Wiesel	4 618	3 247
Waschbären	202 293	166 554
Marderhunde	33 440	29 119
Nutria	88 197	61 953

Quelle: Deutscher Jagdverband, Handbuch 2021

Tabelle 12: Wildbretaufkommen Deutschland 2019/2020

	Gewicht pro Stück in kg ²⁾	Rohaufkommen in Decke oder Schwarte in t ¹⁾	Ausbeutesatz (ohne Knochen)	Wildbret in t	Faktor Wildkörpergewicht (mit Knochen)	Wildkörpergewicht in t ³⁾
Schwarzwild	41,0	35 042	0,37	12 966	0,60	21025
Rehwild	12,5	12 840	0,49	6 292	0,70	8988
Rotwild	65,0	4 629	0,47	2 176	0,56	2592
Damwild	35,0	2221	0,50	1111	0,60	1332
Summe		54 732		22 545		33 937

¹⁾ Um den Anteil an Fallwild reduzierte Jahresstrecke 2019/2020; abgerundete Zahlen

²⁾ Mittelwert unter Berücksichtigung des erheblich größeren Anteils jüngerer Stücke an der Gesamtstrecke/Schalenwild

³⁾ Wildbretaufkommen ohne Decke und Schwarte mit Knochen

Quelle: Deutscher Jagdverband, Handbuch 2021

In der Tschechischen Republik sind punkto Schalenwild ebenfalls Rehwild (Roe Deer) und Schwarzwild (Wild Boar) von den Abschüssen her die wichtigsten Wildarten, gefolgt von Damwild (Fallow Deer) und Rotwild (Red Deer).

Tabelle 13: Wildabschüsse in Tschechien 2020

2020	Game hunting plan (shooting and capture)	Actual game hunting			Dead losses, total
		regardless type of hunting ground		of which hunted in game preserve	
		shot	captured		
Male	6 593	6 929	5	519	397
Female	9 231	10 867	6	652	573
Young	7 112	12 046	10	697	727
Red Deer, total	22 936	29 842	21	1 868	1 697
Male	6 082	7 521	21	1 305	632
Female	7 723	11 215	39	1 987	620
Young	6 312	12 246	15	1 861	631
Fallow Deer, total	20 117	30 982	75	5 153	1 883
Male	2 969	2 619	60	456	273
Female	2 882	3 632	71	656	320
Young	2 470	4 329	80	680	331
Mouflon, total	8 321	10 580	211	1 792	924
Male	59 232	48 403	15	78	12 398
Female	51 440	32 263	41	79	21 513
Young	40 256	24 904	39	69	16 882
Roe Deer, total	150 928	105 570	95	226	50 793
Male	7 587	31 140	38	397	444
Female	7 128	23 216	43	505	501
Piglet	21 923	106 455	807	1 288	1 834
Wild Boar, total	36 638	160 811	888	2 190	2 779
Male	2 682	4 181	9	99	227
Female	4 686	6 935	14	145	258
Young	3 651	8 266	6	133	214
Sika Deer, total	11 019	19 382	29	377	699
Male	58	31	17	40	12
Female	81	3	29	31	20
Young	60	10	26	30	45
White-tailed Deer, total	199	44	72	101	77
Male	35	35	0	0	3
Female	34	29	0	0	0
Young	0	0	0	0	5
Chamois, total	69	64	0	0	8
Bezoar Goat	5	5	0	5	3
European Hare	60 401	32 210	150	2	9 032
European Rabbit	499	159	0	0	349
Common Pochard, Tufted	587	330	0	0	0
Eurasian Coot	556	381	0	0	0
Pheasants, total	475 246	331 432	235	2 384	29 113
Helmeted Guineafowl	272	270	0	0	0
Rock Partridge	2 120	1 289	0	0	3 880
Wild Turkey	72	119	0	0	0
Mallard	218 215	206 979	0	23	4 247
Goose	2 582	1 876	0	0	11

Quelle: Czech Statistical Office

In der Schweiz werden am häufigsten Rehwild, Rotwild und Gamswild erlegt. Die Wildabschüsse liegen aber weit unter jenen Österreichs.

Tabelle 14: Wildabschüsse in Schweiz 2011 bis 2020

Jahr	Abschüsse in Stück Ganze Schweiz							
	Rothirsch	Reh	Gämse	Steinbock	Sikahirsch	Damhirsch	Wildschwein	Mufflon
2011	9 462	41 068	13 276	1 005	129	1	4 263	0
2012	9 148	42 199	13 247	1 050	155	4	9 941	0
2013	10 482	41 973	12 227	1 010	148	4	5 741	0
2014	10 715	40 575	12 129	1 054	141	0	5 802	0
2015	11 657	42 366	11 649	1 150	114	10	9 390	0
2016	11 904	43 399	11 151	1 111	112	2	6 182	0
2017	14 075	44 124	11 578	1 185	91	1	10 766	0
2018	12 081	42 389	11 192	1 140	96	1	6 997	0
2019	13 043	42 381	10 456	1 057	84	4	12 141	0
2020	14 002	42 968	10 694	1 016	68	0	8 313	0

Quelle: <https://www.jagdstatistik.ch>

In der Slowakei sind beim Schalenwild – gemessen in Abschüssen – das Schwarzwild und das Rotwild die wichtigsten Wildarten. Die Abschüsse lagen zuletzt beim Schwarzwild – deren Anzahl von 2018 auf 2019 stark zunahm – über jenen Österreichs, die der restlichen Wildarten liegen bedeutend unter dem österreichischen Niveau. Und in der Slowakei sind auch Bären auf dem Abschussplan, jedoch nur vereinzelt Stücke.

Tabelle 15: Wildabschüsse in der Slowakei

	Hunting of Game in heads									
	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010
Deer	45 320	42 937	38 365	35 268	31 988	31 493	30 650	26 261	22 157	19 374
Fallow deer	16 597	14 677	12 439	10 593	8 558	7 405	7 261	6 141	4 984	4 214
Mouflon	5 992	5 544	5 802	5 384	5 116	5 417	4 991	5 367	4 353	4 288
Roe deer	25 689	25 856	25 194	25 627	24 748	32 737	32 492	31 840	23 658	22 382
Wild boar	74 947	59 253	69 509	53 788	54 401	55 661	44 549	51 296	36 390	38 903
Brown hare	15 112	12 907	13 650	13 550	14 126	17 262	15 332	20 375	13 219	20 460
Grey partridge	3 456	2 727	1 786	1 195	1 405	2 667	796	913	450	419
Pheasant	85 243	79 132	71 705	83 077	82 086	86 995	81 033	88 432	77 063	88 694
Chamois	14	10	10	10	11	5	9	0	0	0
Capercaillie	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Black grouse	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Wild goose	134	200	151	159	298	368	397	456	494	480
Woodcock	26	30	8	15	13	15	31	4	26	187
Wild turkey-hen	24	27	14	18	18	17	.	43	0	39
Hazel grouse	0	2	0	0	4	7	19	69	7	53
Bear	4	17	24	18	37	20	20	47	8	47
Wolf	34	31	40	48	43	56	28	149	118	149
Fox	21 317	18 932	19 770	20 754	20 185	19 149	15 873	22 257	19 294	17 448
Badger	1 955	1 395	1 459	1 255	1 152	982	969	1 129	1 157	923
Rock marten	251	281	324	327	379	423	362	504	449	490
Marten	275	341	342	380	342	396	306	398	415	416
Polecat	40	51	80	85	73	73	83	107	130	131
Muskrat	9	12	23	3	7	33	.	7	0	72
Jay-bird	1 743	1 320	1 914	1 737	1 817	2 144	1 711	2 079	2 436	2 751
Magpie	3 927	4 110	4 477	4 701	5 102	6 024	5 256	5 735	6 069	6 717

Source: Statistical Office of the Slovak Republic

Quelle: Statistical Office of the Slovak Republic

In Slowenien werden mit Abstand am meisten Rehwild, gefolgt von Schwarzwild erlegt, wobei die Schwarzwildabschüsse größeren Schwankungen unterlagen. Zuletzt sind die Abschüsse von Bären stark gestiegen – wenn auch auf niedrigem Niveau.

Tabelle 16: Wildabschüsse in Slowenien

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Red deer	4 743	4 632	5 431	4 971	5 816	6 064	6 591	7 425	6 484	7 151
Roe-deer	31 172	31 542	33 382	31 144	33 219	33 668	33 918	34 156	30 875	31 856
Chamois	2 239	2 259	2 333	2 043	2 223	2 302	2 329	2 331	2 212	2 357
Bear	98	45	100	50	120	94	32	97	136	167
Boar	8 742	7 110	12 838	8 607	9 703	8 367	8 822	12 238	8 250	13 176
Hare	2 452	2 805	2 705	2 516	2 156	2 026	1 870	1 728	1 564	1 432
Fox	11 066	8 523	10 324	9 240	9 995	11 037	12 301	13 454	10 755	14 122
Marten	1 443	1 072	1 109	1 255	1 006	1 106	998	1 095	979	927
Muskrat	80	56	54	44	33	32	32	23	19	12
Other game	1 408	1 303	1 817	1 529	1 710	1 782	1 923	2 116	1 647	2 157
Grey partridge	1 507	1 529	1 460	1 507	1 445	1 470	1 870	1 972	1 291	1 062
Pheasant	20 890	23 873	21 112	17 123	13 925	15 776	16 405	16 376	14 855	14 340
Mallard	3 775	3 911	3 634	3 593	2 820	2 982	2 626	2 402	2 417	2 823

Source: Slovenian Forest Service, Statistical Office of Republic Slovenia

Quelle: Slovenian Forest Service, Statistical Office of Republic Slovenia

4 Empirische Erhebungen

4.1 Stakeholderbefragung entlang der Wertschöpfungskette

Um einen Einblick in den österreichischen Wildfleischmarkt zu bekommen, wurden Stakeholder aus der Branche mittels Telefoninterview befragt. Dabei kamen zwei Fragebögen zum Einsatz. Einer für Produzenten und Wildhandel und einer für Konsumenten. Die Fragebögen gliederten sich in einen allgemeinen Teil, der für beiden Gruppen identisch war, und einen auf die jeweilige Branche abgestimmten zweiten Teil. Einige Stakeholder sind in beiden Segmenten tätig. Diese wurden zu beiden Bereichen befragt. Ziel der Befragung war es, von erfolgreichen Teilnehmern der Wertschöpfungskette Wild die Erfahrungen zu dokumentieren, Forschungsbedarf abzuleiten und Vorschläge für Maßnahmen zu erstellen, die die Krisenfestigkeit der Wertschöpfungskette Wildfleisch erhöhen. Die Erfahrungen aus der Coronakrise sollen dazu genutzt werden, die Wertschöpfungskette Wildfleisch zu stärken und zukunftsfit zu machen.

Die Befragten wurden nicht zufällig ausgesucht. Den Befragten wurde zugesichert, dass ihre Antworten vertraulich behandelt und anonym ausgewertet werden.

4.1.1 Befragungen entlang der Wertschöpfungskette

4.1.1.1 Struktur der befragten Teilnehmer der Wertschöpfungskette Wild

Im Rahmen von Telefoninterviews wurden befragt:

- Die Verantwortlichen von 5 Genossenschaftsjagden (Gemeindejagden)
- Die Verantwortlichen von 3 Jagd- und Forstbetrieben
- 4 Wildhändler
- 2 direktvermarktende Jäger
- Die Betreiber von 2 Manufakturen
- Der Betreiber von 1 Farmwildbetrieb

Alle Befragten haben langjährige Erfahrung in der Wertschöpfungskette Wild und waren daher auch gut in der Lage die Veränderungen infolge Coronakrise zu identifizieren und einzuschätzen. Die Identifizierung der Befragten mit ihren eigenen Produkten ist gut. Alle Befragten essen zumindest gelegentlich Wildfleisch. 79 % essen Wildfleisch – 29 % oft, 50 % sehr oft. Besonders geschätzt wird an diesem Lebensmittel die Herkunft. Das Wild, bevor es getötet wird, in freier Wildbahn oder auf extensiv bewirtschafteten Flächen lebt, wird von 80 % der Befragten als sehr positiv bewertet. Die Regionalität – Wild ist ja in ganz Österreich praktisch flächendeckend vorhanden und verfügbar – wird auch sehr geschätzt. Mehr als der Hälfte der Befragten gaben an, Wildfleisch als ein gesundes, mageres Lebensmittel zu sehen. Positiv finden die Befragten auch noch, dass keine Medikamente verabreicht werden und eine stressfreie Tötung möglich ist.

Die grundsätzliche Lage der Wildfleischvermarktung in Österreich wird von je der Hälfte der Befragten als gut bzw. als schlecht beurteilt. Niemand beurteilte die Lage als sehr gut oder sehr schlecht. Wenn man die Frage auf den eigenen regionalen Wirkungskreis der Befragten eingrenzt, verbessert sich das Ergebnis folgend:

- 7 % sehr gut
- 57 % gut
- 36 % schlecht
- 0 % sehr schlecht

Der Grund dafür sind vermutlich alte Vorurteile gegenüber Wildbret. Sobald die Herkunft von Wildbret nicht eindeutig nachvollziehbar ist, werden Qualitätseinbußen aufgrund von nicht funktionierenden Kühlketten und nicht sachgemäßem Umgang mit dem Lebensmittel unterstellt.

4.1.1.2 Stärken und Schwächen des Österreichischen Wildfleischmarktes

Die Stärken des Österreichischen Wildfleischmarktes werden folgend angegeben:

- Die hohe Qualität und die hervorragenden Eigenschaften in Hinsicht auf Geschmack und Gesundheit, die erzielt werden (können)
- Das Wildfleisch stellt eine Alternative zu Fleisch aus Massentierhaltung dar
- Die kurzen Lieferketten
- Gute Preise bei der Direktvermarktung erzielbar
- Die rechtlichen Rahmenbedingungen, die eine Direktvermarktung in „kleinen Mengen“ ermöglicht (dies wird allerdings von Wildhändlern und großen Zerlegungsbetrieben eher skeptisch gesehen)
- Die flächendeckende Versorgung
- Die Verbesserung des Rufes von Wildfleisch in der breiten Öffentlichkeit
- Die guten Vermarktungsmöglichkeiten von Rehwild und Rotwildkälbern
- Angebot bei Farmwild kann deutlich erhöht werden
- Mit „Wildes Österreich“ wird eine Marke geschaffen
- Die vielseitigen Möglichkeiten der Zubereitung

Als Schwächen werden angegeben:

- Eine österreichische Wildbretmarke mit entsprechender Bekanntheit fehlt
- Österreichweite, professionelle Kampagnen in wichtigen Medien fehlen
- Vorhandene Vorurteile konnten noch immer nicht ausgeräumt werden
- Die veralteten Ansichten über die Zubereitung

- Bei der Ausübung der Jagd steht die Lebensmittelproduktion oft nicht an erster Stelle
- Die Jagd identifiziert sich noch zu wenig mit ihrem Produkt. Daraus resultiert oft ein geringes Qualitätsbewusstsein.
- Die Jäger nutzen die potentiell mögliche Wertschöpfung in der Direktvermarktung noch zu wenig aus. Zuviel Wild wird noch im Ganzen verkauft.
- Farmwild hat keine eigene Sparte in der Landwirtschaftskammer Österreich (LKO) und der Agrar Markt Austria (AMA).
- Die schlechten Preise für Wild, das an den Wildhandel abgegeben wird
- Brunftige, männliche Stücke sind schwierig zu vermarkten
- Der den Bedingungen bei der Entnahme von Wild aus der freien Wildbahn geschuldete Qualitätsverlust
- Die Menge an Wildbret nur geringfügig steigerbar
- Einzelhandel hat kaum Interesse am Handel mit Wildfleisch
- Der niedere pro Kopf Verbrauch
- Die hohen Importe von Wildfleisch
- Die vielseitigen Verwendungsmöglichkeiten in der Küche sind noch zu wenig bekannt

4.1.1.3 Strategien, Wildfleisch für den Endverbraucher attraktiver und zugänglicher zu machen

Grundsätzlich ist es Aufgabe der Jäger, der Jagdverbände, des Wildhandels und der Farmwildhalter, Wildfleisch durch Öffentlichkeitsarbeit dem Kunden stärker näher zu bringen. Als maßgeblich für den Erfolg dieser Strategie wird von Seiten der Befragten eine breite politische Unterstützung als notwendig erachtet.

Der Jäger sollte in der Öffentlichkeit in erster Linie als Produzent hochwertiger Lebensmittel und nicht als Waldschützer und Wildstandsregulator gesehen werden. Sie sind auch wichtige Multiplikatoren bei der Verbesserung des Rufes von Wildfleisch.

Das Angebot sollte für Haushalte optimiert werden. Das heißt, Wildfleisch sollte für einen modernen Haushalt attraktiv und dem Zeitgeist entsprechend angeboten werden. Kochtrends wie das Grillen sind dafür gut nutzbar.

Da die regionale Herkunft beim Kauf hochwertiger Lebensmittel für den Kunden eine große Rolle spielt, ist der Ursprung des Produktes klar zu deklarieren. Für den Kunden muss eindeutig zu unterscheiden sein, ob sein Lebensmittel aus freier Wildbahn, aus heimischen Farmwildbetrieben oder aus dem Ausland stammt.

Der Aufbau von Vermarktungsplattformen wie Wildes Österreich schafft Kundennähe und erhöht die Wertschöpfung für die Produzenten.

Die Einrichtung einer eigenen Sparte Farmwild sowohl in der LKO als auch bei der AMA könnte den Farmwildhaltern helfen, ihr Angebot bekannter zu machen und die Wildfleischproduktion zu steigern.

4.1.1.4 Rolle der Preisgestaltung bei der Vermarktung von Wildbret

86 % der Befragten sind der Meinung, die Preisgestaltung spielt eine kleine oder eine sehr kleine Rolle. 14 % meinen, sie spielt eine sehr große Rolle. In der Direktvermarktung kann für qualitativ hochwertiges Wildfleisch problemlos ein guter Preis erzielt werden. Daher verkaufen Farmwildbetriebe kaum Wildfleisch an die Gastronomie.

4.1.1.5 Forschungsbedarf

Auf die Frage, zu welchen Themen sich die Befragten mehr wissenschaftliche Informationen wünschen, wurde folgend geantwortet:

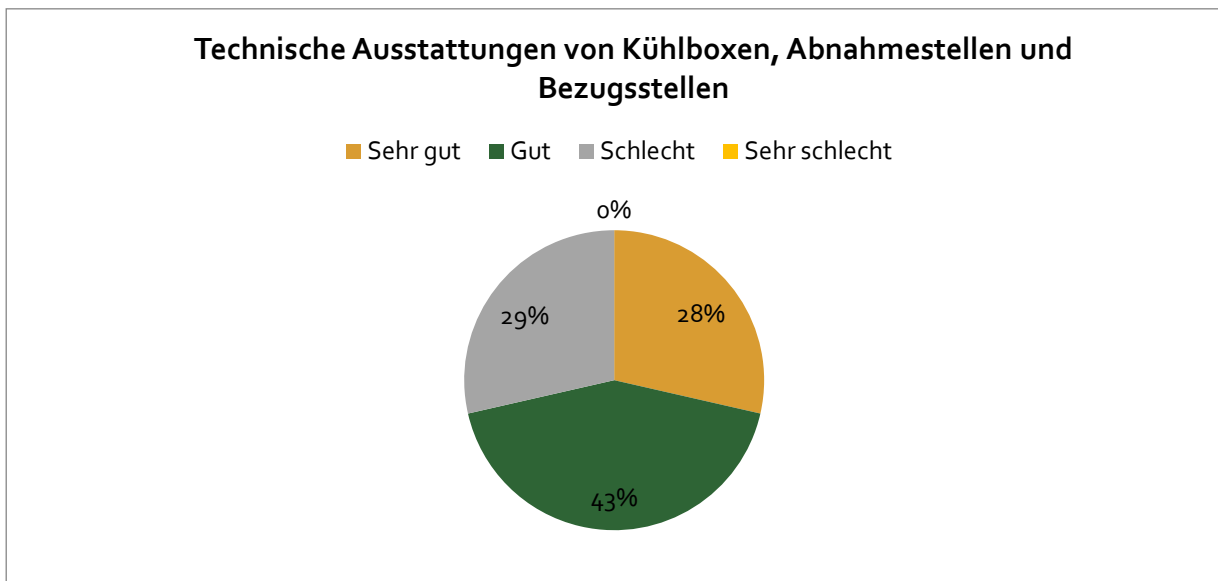
- Umstellung auf bleifreie Geschosse
 - Geschoßentwicklung vorantreiben
 - Unterschiede zwischen bleihaltigen und bleifreien Geschossen wissenschaftlich darstellen (Tötungswirkung, Fluchtstrecken, Wildbretzerstörung)
 - Vermeidung von Mikroplastik aus Geschößresten
- Kennzahlen der Branche erfassen
- Unterschiede im Verhalten von Farmwild und Wild in freier Wildbahn erforschen. Farmwild zeigt ein haustierähnliches Verhalten. Daher ist zu prüfen, in wie weit wildbiologische Erkenntnisse für Farmwild anwendbar sind.

4.1.1.6 Bewertung der Rahmenbedingungen zur Wildbretvermarktung

Technische Ausstattung

Die Technische Ausstattung von Kühlanlagen, Abnahmestellen und Bezugsstellen wurde zu 71 % mit sehr gut oder gut bewertet. 29 % waren der Meinung, die technische Ausstattung ist schlecht. Die Bewertung schlecht wurde damit begründet, dass in einzelnen Fällen die Wildkühlung noch nicht am Stand der Technik ist, und eine effektive Kühlung unzureichend erfolgt.

Abbildung 1: Einschätzung der technischen Ausstattung



Transparenz der Vermarktungswege

Die Transparenz der Vermarktungswege wird von 57 % als gut oder sehr gut gesehen. Vor allem jagdliche Direktvermarkter und Farmwildbetriebe sehen durch ihre Kundennähe eine sehr hohe Transparenz gegeben. 14 % sehen die Nachvollziehbarkeit als schlecht, und 29 % als sehr schlecht. Trotz der guten Möglichkeit, die Vermarktungswege anhand der vorgeschriebenen Wildbretanhänger nachzuvollziehen, sind hier ein Drittel skeptisch. Wildbretanhänger werden, so die Begründung, unleserlich ausgefüllt oder falsch angebracht, und erfüllen ihren Zweck daher nur bedingt. Außerdem wurde angegeben, importiertes Wildfleisch wird kaum ausgelobt, und ist daher für den Konsumenten nicht erkennbar.

Abbildung 2: Einschätzung der Transparenz von Vermarktungswegen

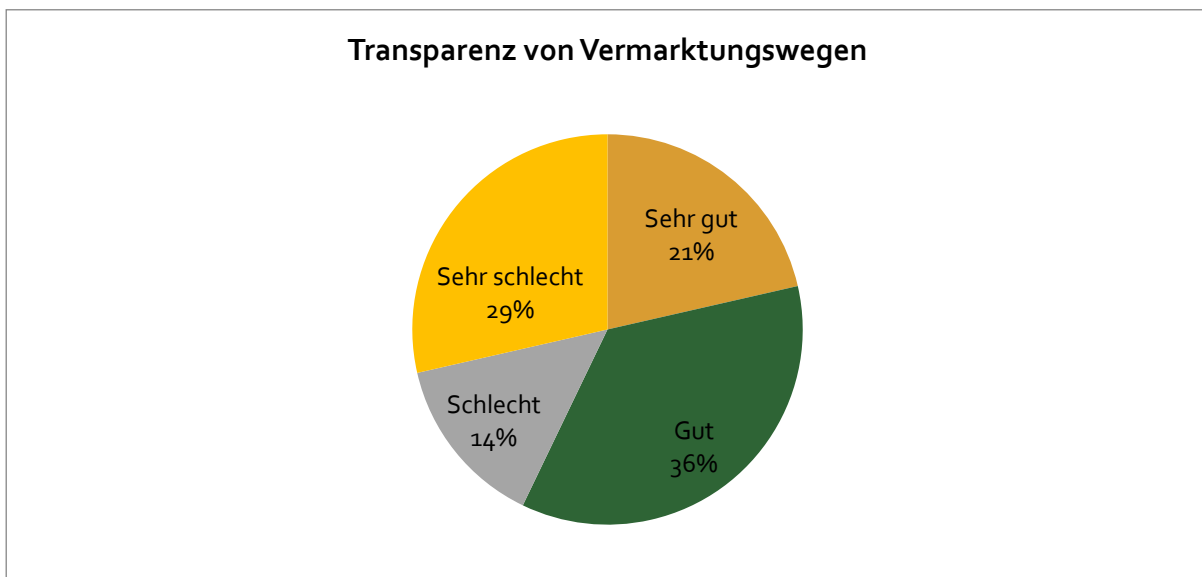
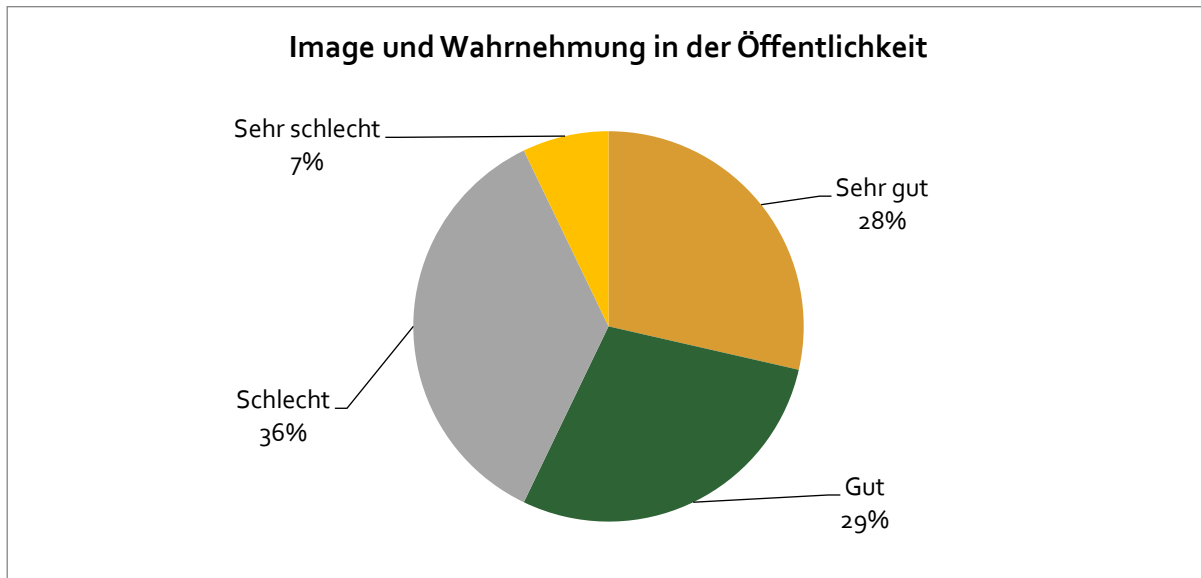


Image und Wahrnehmung in der Öffentlichkeit

58 % der Befragten sind mit dem Image und der Wahrnehmung durch die Öffentlichkeit zufrieden. 36 % finden diese als schlecht, und 7 % als sehr schlecht. Die unterschiedlichen Bewertungen resultieren hier hauptsächlich daraus, ob die Befragten ihren persönlichen Wirkungsbereich oder die gesamte Österreichische Bevölkerung als „Öffentlichkeit“ ansahen.

Abbildung 3: Einschätzung des Images und der Wahrnehmung in der Öffentlichkeit

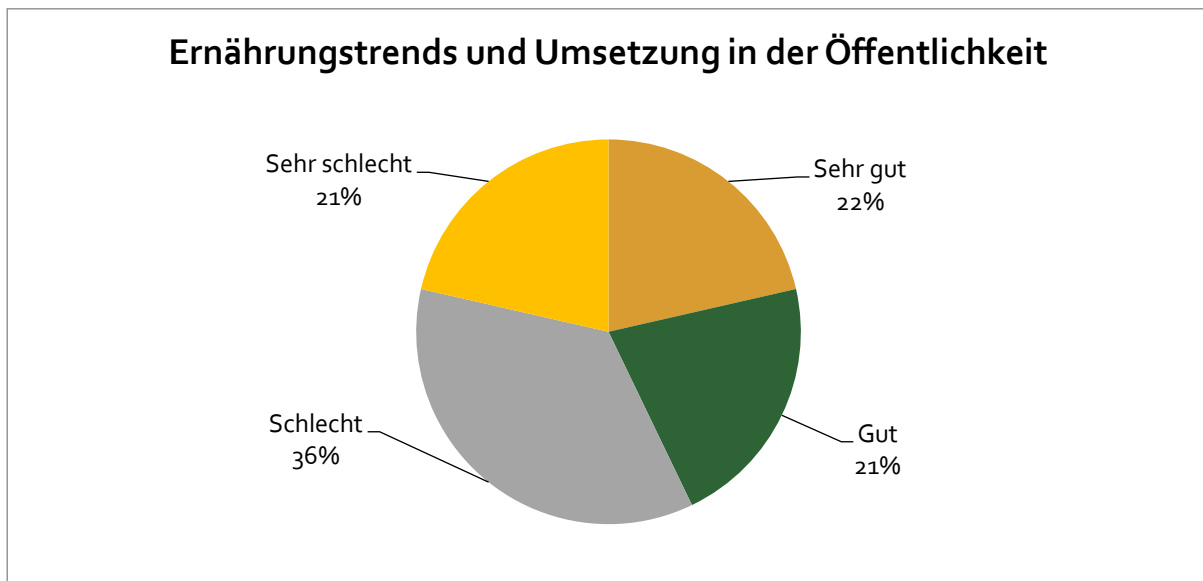


Ernährungstrends und die Umsetzung in der Öffentlichkeit

Diese Frage hätte in zwei Fragen geteilt werden sollen. Da von vielen die Ernährungstrends als positiv für den Wildfleischkonsum gesehen werden, die Ausnützung dieser Trends zur gesunden Ernährung aber in der Praxis nicht stattfindet.

43 % finden die Ernährungstrends und deren Umsetzung in der Öffentlichkeit zu gleichen Teilen als gut bzw. als sehr gut. 57 % sind der Meinung, dass hier noch viel Potential vorhanden ist, welches über eine sehr breite Öffentlichkeitsarbeit erschlossen werden kann, und beantworteten diese Frage mit schlecht (36 %) oder mit sehr schlecht (21 %).

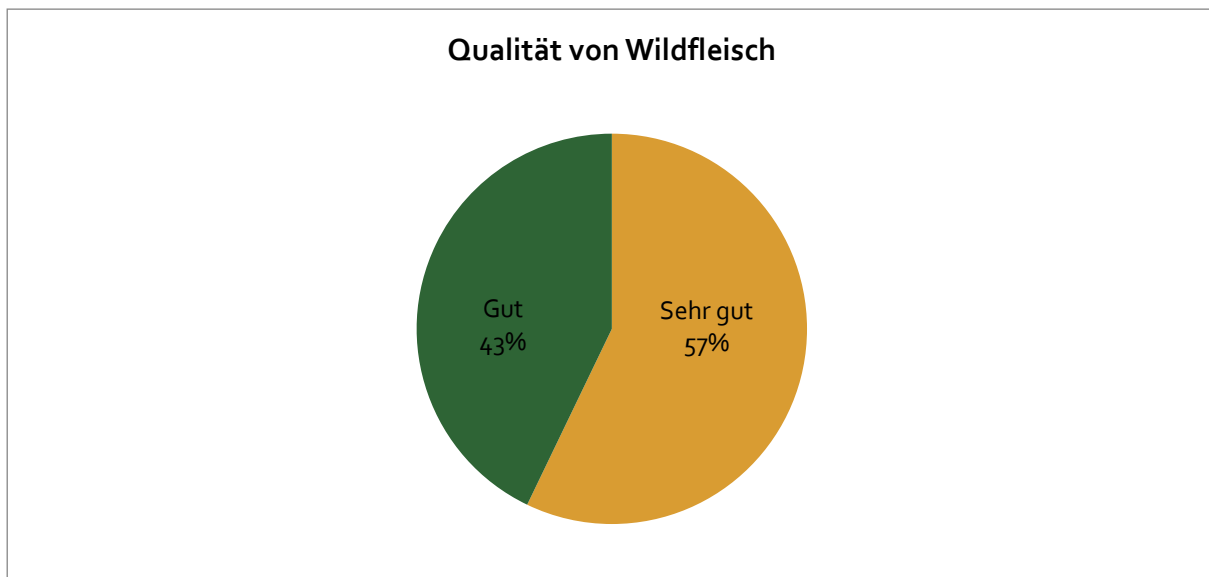
Abbildung 4: Einschätzung der Ernährungstrends und deren Umsetzung



Qualität von Wildfleisch

Die Qualität von Wildfleisch wird ausschließlich als sehr gut (57 %) oder gut (43 %) bewertet. Alle Befragten sind somit zumindest von der selbst produzierten und konsumierten Ware überzeugt.

Abbildung 5: Einschätzung der Wildfleischqualität



Gründe für Wildfleisch

Als Gründe sich mit Wildfleisch zu beschäftigen, es zu produzieren, zu verarbeiten, zu vermarkten und zu konsumieren, wurden folgende angegeben:

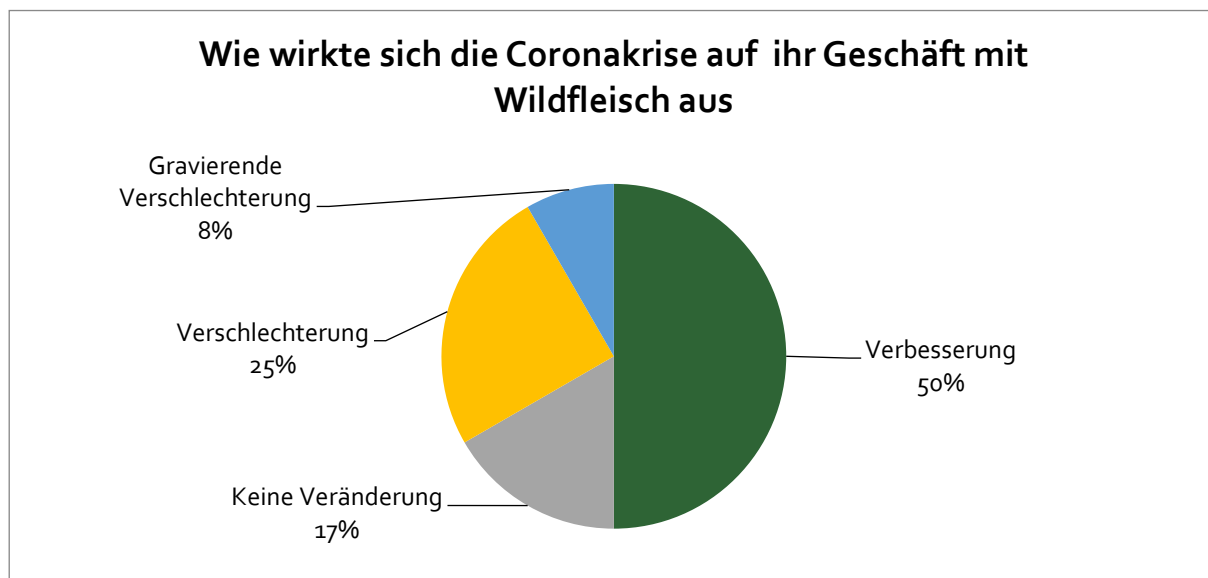
- Prägung durch das eigene, meist familiäre Umfeld
 - Eine hohe Affinität der eigenen Familie zu Wildfleisch, sei es durch die Jagd, den Besitz einer Eigenjagd oder dem Betreiben einer Metzgerei waren die meistgenannten Gründe.

- Betriebswirtschaftliche Überlegungen
 - Vielfach wurden auch betriebswirtschaftliche Überlegungen als Motivation angegeben. Die Wertschöpfung durch Direktvermarktung zu erhöhen ist eine Alternative gegenüber den unbefriedigenden Preisen aus dem Wildhandel. Außerdem wird die Produktion von Farmwild von land- und forstwirtschaftlichen Betrieben als ein lukrativer, extensiver Betriebszweig gesehen.
- Eine berufliche Notwendigkeit steht eher im Hintergrund.

4.1.1.7 Auswirkungen der Coronakrise auf das Wildfleischgeschäft

Die Auswirkungen auf das Geschäft mit Wildfleisch waren für die einzelnen Gruppen unterschiedlich. Verbessern konnten sich 50 % der Befragten. Die Direktvermarkter einschließlich der Farmwildbetriebe mit Lieferschiene direkt zum Endkunden erfreuten sich verstärkter Nachfrage. Teilweise wurden diese Lieferschiene erst während der Pandemie aufgebaut. Für 17 % gab es keine Veränderung. Dies resultierte aus dem nicht oder nur kaum steigerbaren Angebot der kleinen Direktvermarkter. Für ein Drittel der Befragten kam es zu einer Verschlechterung oder sogar gravierenden Verschlechterung ihres Geschäftes. Dies betraf hauptsächlich Händler und Jagden ohne Direktvermarktung.

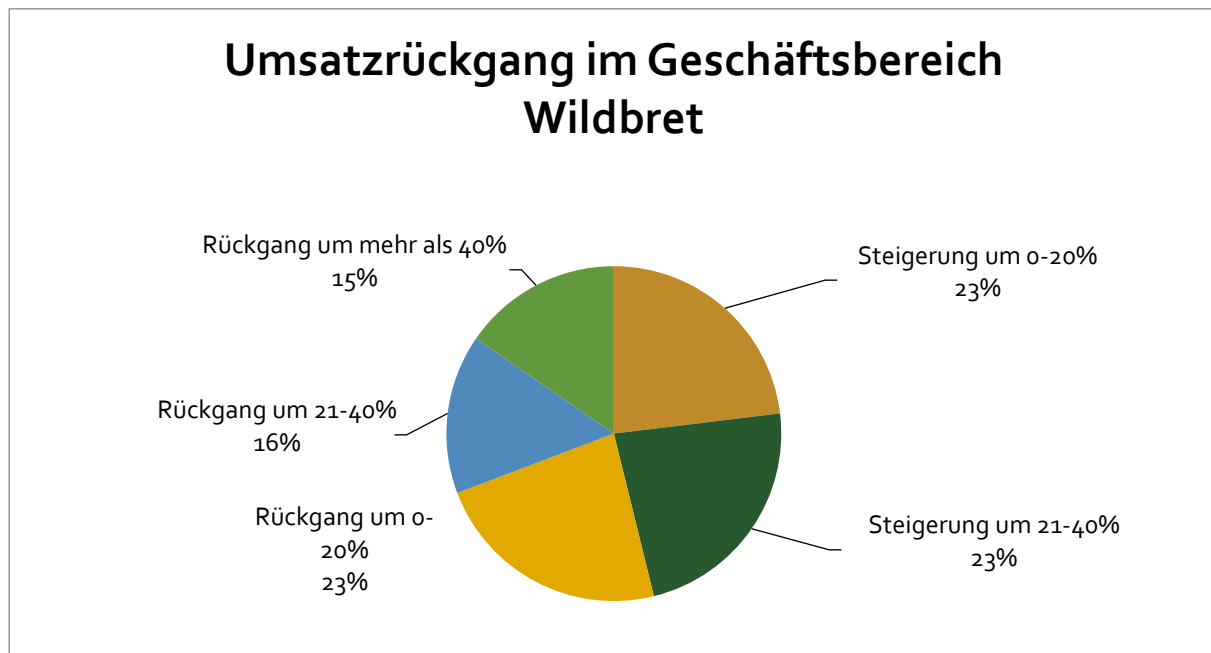
Abbildung 6: Auswirkungen der Coronakrise auf das Wildfleischgeschäft



4.1.1.8 Einschätzung der Umsatzveränderung infolge der Coronakrise

46 % der Befragten steigerten den Umsatz. Und zwar je zur Hälfte um über 0 % bis 20 % und um 21 % bis 40 %. Auch hier waren die Direktvermarkter besonders erfolgreich. Bei den Händlern gab es trotz gleichbleibender Mengen teilweise Umsatzrückgänge von mehr als 40 %.

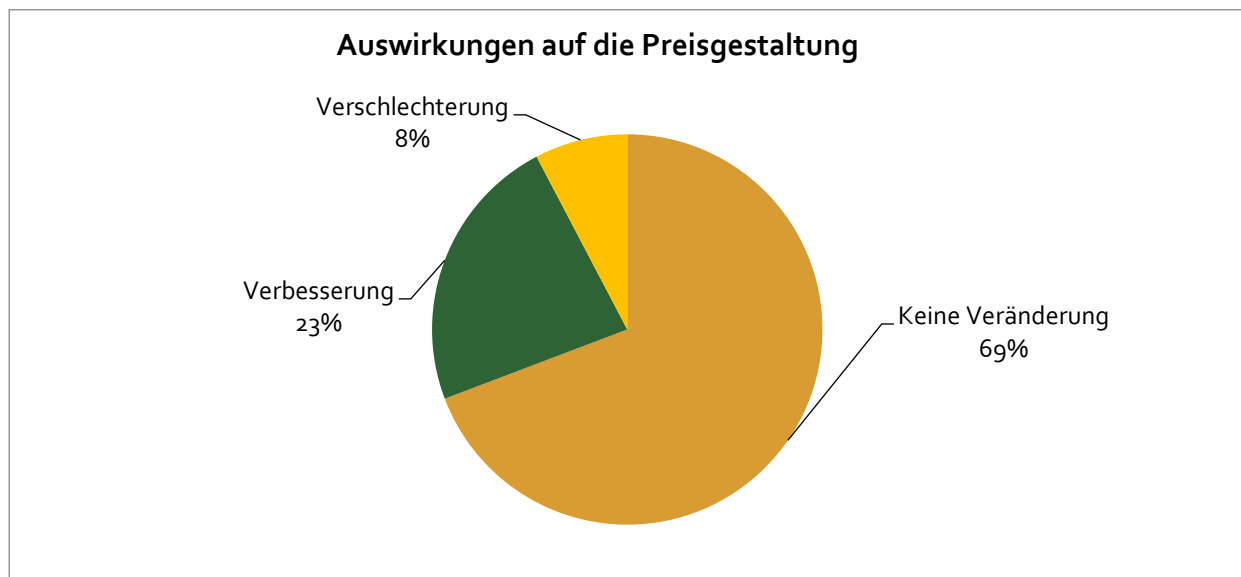
Abbildung 7: Einschätzung der Umsatzentwicklung infolge der Coronakrise



4.1.1.9 Auswirkungen der Coronakrise auf die Preisgestaltung

Für 69 % der Befragten hatte die Coronakrise keine Auswirkungen auf die Preise. 23 % konnten bessere Preise erzielen. Bei 8 % verschlechterten sich die Preise.

Abbildung 8: Auswirkungen auf die Preise



4.1.1.10 Herausforderungen durch die Coronakrise

- Totalausfall der Gastronomie, anderer starker Vermarktungsschienen und des Marktes für Nebenprodukte wie Tierfelle
- Jagdliche „Ernte“ wurde durch Erholungssuchende im Wald erschwert
- Abnahmeverhalten von Kunden änderte sich

- Kaum Lebendwildverkauf (Farmwild)
- Erhöhte Nachfrage bei Direktvermarktern konnte teilweise nicht gedeckt werden
- Hohe Lagerkosten durch geringere Absatzmengen

4.1.1.11 Kurzfristige Maßnahmen zur Krisenbewältigung

Zwei Drittel der Befragten haben kurzfristig Maßnahmen getroffen, um die Krise besser bewältigen zu können. Vielfach wurde die Möglichkeit genutzt, Personal durch Kurzarbeit halten zu können. Das kurzfristige Aufbauen von neuen Vermarktungsschienen ist selten geglückt. Bewährt hat sich jedoch die Abänderung der Produktpalette (Mischpakete, Grillpakete) und verstärktes Marketing. Über die Verkaufsplattform „Wildes Österreich“ konnten neue Kunden gewonnen werden.

4.1.1.12 Leistungen von Politik und Verwaltung

Der Großteil (79 %) der Befragten war mit den Leistungen von Politik und Verwaltung zufrieden oder sehr zufrieden. Probleme verursachte die Modalität, Beihilfen nur auszubezahlen, wenn Kunden (Gastronomie) aufgrund des Lockdowns zusperren mussten. Und so wurden keine Beihilfen bezahlt, wenn Kunden zwar nicht zusperren mussten, aber aufgrund der schlechten Absatzsituation keine Ware kauften.

4.1.1.13 Einstufung der Jagd als systemrelevant

Die Jagd wird auf Basis der neun Landesjagdgesetze ausgeübt. Sie dient in erster Linie dem Erhalt gesunder Wildbestände und dem Schutz land- und forstwirtschaftlicher Kulturen. Die Versorgung von Straßenfallwild und der flächendeckenden Gewinnung von hochwertigen, regionalen Lebensmitteln sind Aspekte des öffentlichen Interesses an der Jagd.

In der Corona-Pandemie verlagerten sich viele Freizeitaktivitäten in die Natur. Dadurch wurde auch der Lebensraum des Wildes stark beeinträchtigt. Während dieser Zeit stellte die Politik klar, dass Jagd eine wichtige und systemrelevante Funktion für die Gesellschaft übernimmt und anders zu behandeln ist als eine Freizeitbeschäftigung.

Die Befragten beurteilen die Systemrelevanz der Jagd grundsätzlich positiv. Nur eine kleine Gruppe gab an, es hat für sie keine Bedeutung, da eine längerfristige Einstellung der ja im Prinzip kaum aufschiebbarer jagdlichen Tätigkeit nicht vorstellbar ist.

4.1.1.14 Rahmenbedingungen für einen krisenfesten Wildfleischmarkt

Die Krise wirkte sich in der Wertschöpfungskette unterschiedlich aus. Kleine bis mittlere direktvermarktende Betriebe hatten, insbesondere wenn schon ein Kundestock vorhanden war, kein Problem ihr Wildbret bzw. Wildfleisch zu vermarkten. In vielen Fällen erhöhte sich die Nachfrage sogar. Diese Betriebe zeigten somit bereits eine hohe Krisenfestigkeit.

Der Wildhandel und große Zerlegungsbetriebe, deren Kunden hauptsächlich Gastronomiebetriebe sind, wurden mit einem beinahe vollständig zum Erliegen kommen der Nachfrage konfrontiert. Entsprechend unterschiedlich waren daher deren Aussagen zu dieser Frage. Stark betroffene Betriebe schlugen vor, der Gesetzgeber solle einen klaren, rechtlichen Rahmen für Krisen schaffen und Krisenpläne für Jäger, Landwirte und Zerlegungsbetriebe erstellen, um im Anlassfall hand-

lungsfähig zu bleiben. Auch ein Aussetzen des Abschusses wird als Strategie zur Bewältigung einer Krisensituation gesehen. Die weniger stark betroffenen Betriebe sehen als Möglichkeiten, die Krisenfestigkeit zu erhöhen, hauptsächlich in folgenden Punkten:

- Forcierung professionellen Marketings ausgehend vom einzelnen Jäger, über die Jagdverbände bis hin zur Politik, um den Pro-Kopf-Verbrauch zu steigern
- Sensibilisierung der Jäger für die Imagepflege und als Multiplikatoren einsetzen
- Eine österreichische Marke für Wildbret aus heimischen Revieren zu schaffen
- Die App „Wildes Österreich“ zu pushen
- Einkaufsgemeinschaften für Farmwildinfrastrukturen gründen
- Importe verringern
- Genaue Herkunftsbezeichnungen für Gastronomie und Handel als verpflichtend einführen

4.2 Ergebnis der Stakeholderbefragung

Mit der Befragung ist es gelungen, einen guten Einblick in die Wertschöpfungskette zu erhalten. Es hat sich gezeigt, dass es drei Gruppen mit unterschiedlichen Herausforderungen in dieser Wertschöpfungskette gibt.

- Den Wildhandel mit den großen Zerlegungsbetrieben und Veredelung
- Die jagdlichen Direktvermarkter
- Die Farmwildbetriebe

4.2.1 Wildhandel mit den großen Zerlegungsbetrieben und einer Veredelung

Der Wildhandel vermarktet, nach einer Schätzung des Spartensprechers für Wildhandel (WKO) etwa 40 % des bei der Jagd gewonnenen Wildes. Dem Wildhandel wird von der Jagd unterstellt, eine monopolartige Stellung zu haben und zu geringe Preise für das angebotene Wild zu bezahlen. Der Wildhandel hält dagegen, dass nicht nur hochwertiges, gut zu vermarktendes Wild wie Rotwildkälber und Rehe angeboten werden, sondern auch mehrjährige Rothirsche, mehrjähriges Kahlwild, welches von der heimischen Gastronomie kaum nachgefragt wird. Die Gastronomie ist der mit Abstand größte Abnehmer für frisches Wildbret und versorgt sich alternativ über importiertes Wildfleisch vom Großhandel. Da der Wildhandel ausschließlich ausgeweidetes Wild in der Decke einkauft, ist ein Beurteilen der Qualität bei der Übernahme schwierig. Mängel an der Wildbretqualität, die durch die besonderen Umstände der jagdlichen Gewinnung im Revier fallweise auftreten, sind oft schwer zu erkennen. Eine spätere Reklamation ist trotz der vorgeschriebenen Wildbretanhänger, auf denen der Erleger und eine kundige Person die Unbedenklichkeit bestätigen, oft nicht möglich. Diese Wildbretanhänger sind oft mangelhaft angebracht oder unleserlich. Farmwild spielt für die Wildhändler keine Rolle, da dieses aus landwirtschaftlicher Produktion kommende Wild nur ohne Decke und nach einer tierärztlichen Beschau vermarktet werden darf.

Die Coronakrise beeinträchtigte den Wildhandel immens. Wildbret wurde in den Revieren in der jährlich üblichen Menge gewonnen und dem Wildhandel angeboten und von diesem auch abgenommen. Die wichtigsten Abnehmer des Wildhandels, Gastronomie und Export, kamen allerdings zumindest vorübergehend komplett zum Erliegen. Große Wildbretmengen werden seither gelagert, verursachen Kosten und belasten weiterhin den Markt.

4.2.2 Die jagdlichen Direktvermarkter

Der Wildhandel steht in direkter Konkurrenz mit den jagdlichen Direktvermarktern. Diesen ist es erlaubt, Wildbret im kleinen Umfang, grob zerwirkt an den Endverbraucher, die Gastronomie und dem Einzelhandel zu vermarkten. Für diesen Sektor gelten sowohl in Bezug auf die Beschaupflicht als auch für die Ausstattung der Betriebsräume vereinfachte Bestimmungen. Das vermarktete Wild muss aber in jedem Fall aus dem eigenen, heimischen Revier stammen. Ein Zukauf aus anderen Revieren ist nicht erlaubt. Diese Bestimmungen gelten nur für die Abgabe von ganzem oder zerlegtem, nicht tiefgekühltem Wildbret. Das Anbieten von verarbeitetem Wildbret ist in diesem Fall nicht gestattet. Jagdliche Direktvermarkter haben den Vorteil, über die Umstände bei der Gewinnung des Wildbrets genau Bescheid zu wissen und so die Qualität bestmöglich einschätzen zu können. Diese Gruppe erwies sich – wie bereits erwähnt – als sehr krisenfest. Für etablierte Direktvermarkter mit Stammkunden war die Krise mit kleineren Adaptionen im Sortiment und bei der Übergabe der Ware leicht zu bewältigen. Vielfach überstieg die Nachfrage das Angebot. Für die jagdlichen Direktvermarkter ist es allerdings kaum bzw. nur im geringem Umfang möglich ihr Angebot zu erhöhen, da eine Steigerung der Wilddichte für die Wildlebensräume nicht wünschenswert ist. „Das Jagd überall ist“ und somit diese Angebote flächendeckend vorhanden sind, ist als weiterer Vorteil zu sehen. Jagdliche Direktvermarkter erzielen zwar eine höhere Wertschöpfung für das von ihnen gewonnene Wildbret, sind aber vielfach nicht betriebswirtschaftlich orientiert. Diese Sparte vermarktet ihr Wildbret aus Sicht des Wildhandels und professioneller Farmwildbetriebe zu günstig.

4.2.3 Die Farmwildbetriebe

Farmwildbetriebe produzieren Wildfleisch aus landwirtschaftlicher Gatterhaltung. Sie schlachten Wild und vermarkten dieses direkt. Für Farmwild besteht eine amtliche Beschaupflicht. Eine kundige Person, wie bei der Jagd vorgesehen, ist dafür nicht ausreichend. Konkurrenz besteht zu den jagdlichen Direktvermarktern. Die bei der Gastronomie erzielbaren Preise sind für Farmwildbetriebe nicht zufriedenstellend. Daher besteht auch eine wenn auch kleinere Konkurrenz zum Wildhandel. Der Wildhandel kann auch kein Farmwild vermarkten, da dieses nicht in der Decke in Verkehr gebracht werden darf. Farmwildbetriebe könnten ihre Produktion deutlich ausweiten, da oft auf landwirtschaftlichen Betrieben nach einer extensiven Bewirtschaftungsform gesucht wird. Der Bundesverband der Wildhalter Österreichs gibt den Einstieg in die Farmwildhaltung als schwierig an, da es weder in der Interessensvertretung (LKO) noch bei der AMA eigene Sparten für Farmwildbetriebe gibt. Kompetente Beratung und gute Kennzahlen sind daher schwer zugänglich.

Farmwild wird schon über viele Generationen in landwirtschaftlichen Gehegen gehalten und gezüchtet. Dieses Wild zeigt daher schon ein haustierähnliches Verhalten. Für die Festlegung verbindlicher Rahmenbedingungen zur Farmwildhaltung werden allerdings fast ausschließlich Jagdsachverständige (Wildbiologen) gehört, die dem Farmwild Wildtierverhalten unterstellen. Infrastrukturen für Farmwildbetriebe, wie ausreichend sichere Zäune, sind zu leistbaren Preisen nur im Ausland erhältlich. Die Beschaffung ist daher für Einzelbetriebe und Neueinsteigern mit vielen Hürden verbunden.

Die Farmwildbetriebe konnten ihre bestehenden Absatzwege in den meisten Fällen weiter nutzen. In diesem Bereich steigerte sich sogar die Nachfrage. Somit erwies sich dieser landwirtschaftliche Betriebszweig sich als krisenfest.

5 Einschätzung des weiteren Forschungsbedarfes

5.1 Verbesserung der Datenlage

Die Analyse des Wildfleischmarktes förderte eine absolut nicht zufriedenstellende Datenlage zu Tage. Beim Versuch, in Österreich jährlich gewonnene bzw. produzierte Wildfleischmengen zu eruieren, ergaben sich immer wieder Unzulänglichkeiten.

Am besten dokumentiert sind noch die Abschusszahlen der Jagd. Die einzelnen Landesjagdverbände und Landesbehörden führen dazu Abschussstatistiken.

Es sollten daher auf wissenschaftlicher Basis Kennzahlen der Branche ermittelt werden.

5.2 Geplante Umstellung auf bleifreie Jagdgeschosse

Die Umstellung auf bleifreie Jagdgeschosse ist ein noch unbefriedigend erforschtes Thema. Weiterer Forschungsbedarf liegt in mehreren Bereichen vor:

- Wie unterscheidet sich die Wirkung von bleifreien Jagdgeschossen in Hinblick auf Tötungswirkung (Fluchtstrecken), Ballistik, Sicherheit und Materialeigenschaften (Verschleiß und Verschmutzung von Gewehrläufen) von herkömmlichen Bleigeschossen.
- Wie groß sind die tatsächlich aufgenommene Bleimengen für den Menschen im Zusammenhang mit dem Wildbretkonsum im Vergleich zu anderen Lebensmitteln.
- Wie sind Alternativstoffe aus Bleifreigeschossen in Hinblick auf herkömmliche Geschosse zu bewerten.

5.3 Unterschied zwischen Farmwild und Wild in freier Wildbahn

Farmwild hat ein haustierähnliches Verhalten, weshalb zu prüfen ist, in wie weit wildbiologische Erkenntnisse für Farmwild anwendbar sind, oder dies ein neues, eigenes Forschungsfeld für die Wissenschaft ist.

5.4 Studie Massenflussdiagramm Wildfleisch

Im Zuge der vorliegenden Studie zeigte sich ein großes Wissensdefizit bezüglich der Wildfleischmengen in den einzelnen Stufen der Wertschöpfungskette – von der Gewinnung und Produktion, über Handel, Be- und Verarbeitung, Veredelung bis hin zum Endverbraucher oder Export. Dazu könnte eine Studie zur Erarbeitung eines Mengenflussdiagrammes von Wildfleisch in zwei Teilen erfolgen. In einem für Wildbret aus heimischen Revieren und freier Wildbahn, im zweiten für Wildfleisch aus landwirtschaftlicher Farmwildhaltung.

5.5 Erstellen eine Potentialanalyse im Bereich Wildfleisch

Um das Potential der Farmwildhaltung besser einschätzen zu können, sollte eine Potentialabschätzung in Bezug auf geeignete Flächen, geeignete Wildarten und mögliche Stückzahlen für das Bundesgebiet erstellt werden.

6 Empfehlungen für Strategien und Maßnahmen

6.1 Etablierung einer klaren Herkunftsbezeichnung

Eine eindeutige Kennzeichnung von in Verkehr gebrachtem Wildfleisch nach der Herkunft schafft Transparenz für den Kunden. Für den Käufer von Wildbret sollte leicht erkennbar sein, ob er Wildfleisch bzw. Wildfleischprodukte aus freier Wildbahn und heimischen Revieren oder aus heimischen Farmwildbetrieben kauft, oder ob es sich bei den Produkten um importierte Ware handelt.

6.2 Direktvermarktung von Wildbret und Wildfleisch stärken

Die Direktvermarktung sowohl von Wildfleisch als auch von Wildbret sollte gestärkt werden, da sie sich als besonders krisenfest gezeigt hat. Folgende Punkte können dazu einen wertvollen Beitrag leisten:

- Eigene Sparte der Interessenvertretung für Farmwildhalter in der LK installieren
- Gründung von Einkaufsgemeinschaften von Farmwildausstattung
- Anreize zur Farmwildproduktion insbesondere für Grenzertragsbetriebe schaffen
- Gemeinschaftliche Schlacht- und Verarbeitungsräume zu forcieren um die Betriebskosten zu senken.

6.3 Marketingstrategie

- Eine große auch von der Politik getragene Kampagne für Wildbret und Wildfleisch in den Leitmedien umsetzen, um die Bevölkerung für dieses hochwertige und sehr gesunde Lebensmittel zu sensibilisieren.
- Als Marketingstrategie könnten bestehende Regionalgütessiegel auch bei der Jagd implementiert werden.

6.4 Verbesserung der Datengrundlage

- Mit den Organisationseinheiten einen runden Tisch zur Erhebung von Datenmengen und Datensätzen einrichten (Standardisierung).
- Probezerlegungen um repräsentativen Ausbeutesätzen zu erlangen, sowohl von Wild mit optimalen Schuss als auch von Wild mit schlecht gesetztem Schuss.