

Veranstaltung Workshop von DVS, VDL und BVBS: Landschafe – Herausforderung Fleisch und Wolle, 29.10.19 in Fulda

Ergebniszusammenfassung, formulierter Unterstützungsbedarf und vorgeschlagene weitere Aktivitäten

Themenbereich Wolle:

Produkte und Produktperspektiven: Strickwolle, Stoffe, Kleidung, Füllstoffe, Vliese (auch für High-tech/ Outdoorbekleidung, Dämmstoffe, Schallschutz, Pflanzendünger, Vliese für den Gartenbau)

Problembereich für die Nutzung der Wolle: Wolle ist ein tierisches Nebenprodukt der Gefahrenklasse 3 (Verordnung (EG) Nr. 1069/2009), kein landwirtschaftliches Produkt.

Mögliche/ nötige Aktivitäten:

- Diskussion mit BMEL und Veterinärbehörde

Großes Interesse an Kompostierung/ Pelletieren der Wolle

Zur Kompostierung darf aber nur Abfallwolle kommen, wenn Wolle als Rohstoff wieder einen Markt finden soll. Der Schwung und das Interesse am Thema Kompostierung muss genutzt werden, um darauf aufbauend die Wollsortierung und Wollerfassung zu organisieren.

- Projekt *floraPell Schafwollpellets* der HU Berlin, Produktion Lauchhammer
http://www.duengepellets.de/?Die_Entwicklung
- Rötberghof, Klaus Mebus, 74423 Obersontheim, www.roetberghof.de
- Landwirt M. Schnitzler, Diessen, LK Landsberg/Lech, Bayern
- Öko-Dünger **Schnuckidu**, Adam-Bioenergie-GbR, 29320 Hermannsburg
- Falter Naturdüngerhandel GmbH, 84568 Pleiskirchen
- ...

Mögliche/ nötige Aktivitäten:

- Liste der Anbieter und Verarbeiter bereitstellen
- Netzwerk Kompostierung/Pelletierung schaffen (regelmäßige Treffen, interner Austausch, gegenseitige Schulung und Beratung, gemeinsame Aktivitäten (Veranstaltungen, ggf. Anträge, Vermarktung, ...))
- Praktiker-Austausch über Pelletier-Pilotanlagen und Kompostierungstechnik

Wollverarbeitung (Sammlung, Wäsche, Verarbeitung)

Die Wolle der ca. 60 Deutschen Landschaftsrassen variiert sehr in Qualität/ Einsatzspektrum, Menge und Verteilung der Rohwolle in Deutschland.

Wollpreise decken bei weitem nicht die Scherkosten. Da dies schon lange so ist, wird die Wolle auch normalerweise nicht gemäß den Verarbeitungserfordernissen sauber gehalten, geschweige denn gemäß Qualitäten sortiert. Es gibt kaum noch Wertschöpfungsketten, die auf europäischer Wolle aufbauen, noch weniger Wertschöpfung mit Wolle, an denen Schäfer und deren Organisationen beteiligt sind.

Herausforderung ist schon die Wollsammlung und die zugehörige Logistik. Europäische Strukturen der Wollwäsche, Wollaufbereitung (Kandieren, Kämmen) und Wollverarbeitung sind kaum für die Strukturen der Landschaftsrassen geeignet.

ATELIER – laines d'Europe hatte 2015 in Saugues/Frankreich eine Konferenz über Wollwäsche in Europa „Wool scouring in Europe: urgent and ecological solutions“ organisiert und durchgeführt. Dabei wurde u.a. ein Buch über die Konferenz sowie ein Poster über alle uns bekannten Wollwaschanlagen in Europa erstellt.

Mögliche/ nötige Aktivitäten:

- Liste der kleineren Wollwasch und -aufarbeitungsanlagen und entsprechender Verarbeiter bereitstellen.
- Netzwerk Wolle schaffen: regelmäßige Treffen, interner Austausch, gegenseitige Schulung und Beratung, gemeinsame Aktivitäten (Veranstaltungen, ggf. Anträge, Vermarktung, ...)
- Kompetenzzentrum Wolle oder German Woll Board (nach Vorbild des Britischen Woll Boards): Wissenssicherung, Beratung, Ausbildung, ggf. organisierte Wollsammlung und -vermarktung, Träger von (weiteren) Projekten
- Weitere Rassen gemäß dem Modell „Ketterle“ mit Projekten (Zucht, Tierhalter, Verarbeitung einer gefährdeten Rasse zusammenschließen) bearbeiten, z.B. unter Trägerschaft der GEH, Finanzierung/ Antragsunterstützung über IBV in der BLE (Herr Winkler).
- Mobile Pressen beschaffen bzw. Mittel dafür einwerben, Pressen betreiben (ggf. in Kooperationen)
- Zusammenarbeit im Bereich Soziale Arbeit und mit entsprechenden Einrichtungen entwickeln für die Wollaufarbeitung und die Produktion.
- Austausch mit wollverarbeitenden Unternehmen wie Baur Vliesstoffe, die größere Produktionskapazitäten und ein breit gefächertes Produktportfolio im Wollbereich besitzen.
- Austausch mit dem Wollhandel
- Kontakt mit der Fachagentur Nachwachsende Rohstoffe FNR weiter entwickeln (Frau Paul), Perspektive Projekte für Wollprodukte
- Konkrete „Massen“-Produkte aus Wolle und Filz: z.B. Sitzkissen oder Gastromappen. Aber auch Gartenbauvliese oder Wegausbesserungsmaterial aus schlechteren Qualitäten.

Lamm(fleisch)vermarktung

Produkte: ganze Lämmer, Schlachtkörper, Teilstücke, Edelteile, Lammhack, Lamm(brat)wurst, Rollbraten, Gyros, Grillfleisch

Die Lämmer der Landschaftsrassen (geschätzt 400.000 Tiere/ Jahr in D) sind rassebedingt kleine Tiere, die auch nur kleine Schlachtkörper liefern. Diese werden meist nicht vom Lammhandel aufgenommen, der auf Standardsortimente aus dem Bereich der Fleischschafe und Merinos ausgerichtet ist.

Direkt- und regionale Vermarktung werden schwerer, da es zunehmend an kooperationsinteressierten regionalen Metzgereibetrieben oder nahegelegenen Schlachthöfen mangelt. Regionalmarken und regionale Kooperationen (z.B. mit der Gastronomie) hängen oft an einzelnen Akteuren und haben es nach Auslaufen einer Förderung schwer, weiter betrieben zu werden.

Übersicht der Schlachtstätten für Schafe:

<https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=1OL0QQbKzf8ad9JGq7vuxf9BmMhUsxWTc&ll=52.54143393203975%2C12.699095435032746&z=7>

Projekte regionale Vermarktung: z.B. Lüneburger Heidschnucken, Weidewonne Thüringen, Altmühltaler Lamm, Juradistl-Lamm

Mögliche/ nötige Aktivitäten:

- Beratungsmöglichkeiten für Direktvermarktung schaffen, genossenschaftliche Organisation der Mengenzusammenfassung und Vermarktung durch Kompetenzzentrum (z.B. angedockt ans Wolfszentrum) beraten und fördern.
- Regionale Ansätze (Regionalmarken, regionale Kooperationen) weiterhin stärken
- Kooperationen mit LEH entwickeln (Das können aber nicht die Schäfer, sondern auch wieder nur schäfergetragene Organisationen), Produkte jenseits der Edelteile entwickeln.
- Absatzförderung von regional bis national unterstützen (Projekte bis EU-Absatzförderung)
- Mobile Schlachtung, Food-trucks fördern, entsprechende Kooperationen entwickeln
- Online-Vermarktungsplattform mit Marketing stärken
- Endmastställe in Frankreich als Abnehmer

Abgestimmt mit Frau Ketterle, Herrn Czerkus, Herrn Völl