Gemeinwohlleistungen honorieren

Neue Wege für Schäfereien

*Schafe zu weiden, rentiert sich kaum. Deshalb hören immer mehr Schäfer*innen auf. Um diesen Trend umzukehren, braucht es nicht nur einen fairen Ausgleich für die Gemeinwohlleistungen. Auch neue Produkte können helfen.*

Von Peter Schmidt, Veronika Kilian, Alina Nietsch und Katja Aue

Die Schäfereibetriebe in Deutschland erbringen gesellschaftlich erwünschte Leistungen, indem sie Umwelt, Klima und Kulturlandschaft schützen. Politische Programme wollen deshalb die nachhaltige Weidehaltung ausbauen. Doch gleichzeitig geraten die Betriebe ökonomisch immer mehr unter Druck. Der Schafbestand ist deshalb seit der Jahrtausendwende deutlich zurückgegangen: Im Jahr 2000 wurden noch rund 2,7 Millionen Schafe in Deutschland gehalten, 2025 waren es nur noch etwa 1,5 Millionen, davon 260 000 in ökologischer Haltung. [1] Eine Wirtschaftlichkeitsanalyse von 464 Schafbetrieben zeigte, dass die Schafhaltung in Deutschland ohne Fördermittel kaum rentabel ist. Durchschnittlich stehen Erträgen von 106 Euro je Mutterschaf Produktionskosten von 246 Euro gegenüber. Die öffentlichen Zuwendungen von 160 Euro je Mutterschaf sind daher entscheidend für das Betriebsergebnis. Die Studie ergab, dass die Schafhaltung ihre gesellschaftlichen Leistungen derzeit nicht kostendeckend über den Markt finanzieren kann. [2] Ergänzend beschreiben auch Baden-Württemberg und Hessen die wirtschaftliche Lage als kritisch: Viele Schäfereien arbeiten laut baden-württembergischem Landwirtschaftsministerium „am Existenzlimit“, da niedrige Erlöse aus Lammfleisch und Wolle sowie steigende Flächenpachten die Rentabilität belasten. [3; 4]

Wie viel ist uns Biodiversität wert?

Zugleich sind Schäfereien ein zentraler Bestandteil extensiver Landnutzungssysteme. Sinkende Tierzahlen, geringe oder keine Erlöse für Fleisch und Wolle, steigende Arbeitskosten und fehlende Nachfolge gefährden diese Haltungsform sukzessive. Zwar bekommen die Betriebe auch Gelder für die Landschaftspflege, doch decken diese bei Weitem nicht ab, was die Schafe leisten, indem sie Flächen offen halten, die Biodiversität fördern und Deiche schützen. Damit es auch weiterhin Schäfereien gibt, müssen diese Gemeinwohlleistungen angemessen vergütet werden.

Darüber hinaus lässt sich die Einnahmenseite auch durch neue Vermarktungskonzepte verbessern. Denn vielerorts sind Wolle und Fleisch von Altschafen zu einem ökonomischen Hemmfaktor geworden. Während Lammfleisch saisonal nachgefragt wird, bleibt Fleisch älterer Tiere schwer vermarktbar. Die Verbraucher*innen verbinden es häufig mit einem zu intensiven Geschmack und fürchten eine aufwendige Zubereitung. Diese Wahrnehmung drückt weniger eine grundsätzliche Ablehnung aus, sondern ergibt sich aus einer geringen Präsenz am Markt, fehlender Erfahrung oder Vorurteilen, die auf dem früher viel verarbeiteten Hammelfleisch beruhen.

Neue Produkte als Schlüssel

Vor diesem Hintergrund setzte das Projekt „ReffiSchaf“ [5] darauf, das Fleisch älterer Schafe durch neue Produkte und regionale Wertschöpfungsketten besser zu nutzen. Es kooperierte dabei mit zwei regionalen Biofleischereien, die Schaffleisch zu Bratwurst, Frikadellen oder Leberkäse weiterverarbeiten. Solche Produktformate senken die Einstiegshürden für Verbraucher*innen und ermöglichen es, den Tierkörper vollständiger zu nutzen. Sensorische Tests zeigten, dass sich das typische Aroma durch gezielte Rezepturen und Verarbeitungstechniken modulieren lässt und die Akzeptanz so deutlich erhöht werden kann.

Eine standardisierte Befragung mit über 300 Teilnehmenden erfasste Einstellungen, Wissen und Kaufbereitschaft

gegenüber Schaffleisch (siehe Abbildung). Ergänzend wurde eine sensorische Blindverkostung durchgeführt, bei der 30 Personen Lamm-, Schaf- und Rinderbratwürste hinsichtlich Geschmack und Akzeptanz bewerteten. Die Proben wurden randomisiert und anonymisiert präsentiert. Die Auswertung erfolgte deskriptiv sowie durch qualitative Ergänzungen.

Die Ergebnisse zeigen, dass eine geringe Nachfrage weniger auf Ablehnung als auf fehlende Erfahrung, geringe Sichtbarkeit und Unsicherheiten bei Geschmack und Zubereitung zurückzuführen ist. Verarbeitete Produkte wie Bratwurst oder Frikadellen wirken als niedrigschwellige Einstiegsformate. In der Blindverkostung wurden Schafprodukte überwiegend positiv bewertet und selten eindeutig von Rind unterschieden. Dies weist darauf hin, dass sensorische Vorurteile stark kontextabhängig sind.

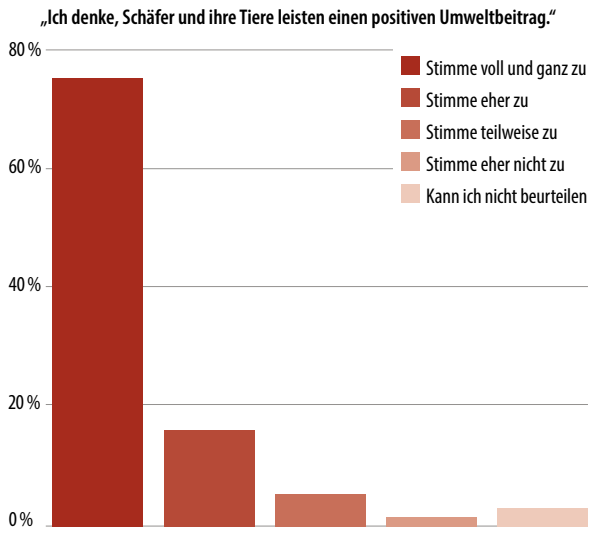
Der Marktzugang erfolgte vor allem über Biofachhandel, Gastronomie sowie Gemeinschaftsverpflegung. Besonders die Schul- und Kantinenverpflegung bietet Potenziale, da hier weder kulturelle noch religiöse Ausschlussgründe gegen Schaffleisch bestehen. Diese institutionellen Absatzkanäle ermöglichen stabile Mengenstrukturen und können als Hebel für den Aufbau regionaler Wertschöpfungsketten dienen. Kommunikation und direkte Erfahrung sind entscheidend: Wird die Herkunft transparent gemacht und Schaffleisch in vertrauten Produkten angeboten, steigt die Akzeptanz deutlich. Gleichzeitig wird Schafhaltung damit nicht nur als landwirtschaftliche Produktion sichtbar, sondern als Bestandteil nachhaltiger Ernährungs- und Kulturlandschaftssysteme.

Wolle verursacht Kosten

Neben dem Fleisch bestehen auch bei der Wolle strukturelle Hemmnisse. Parallel zu Schlachtereien und Metzgereien gingen auch regionale Verarbeitungsstrukturen für Wolle wie Wollwäschereien stark zurück. In Deutschland fallen jedoch jährlich rund 6 000 Tonnen Rohwolle an. [6] Deutsche Merinowolle erlöst häufig nur 30 bis 40 Cent pro Kilogramm, während Schurkosten von 5,70 bis 6,50 Euro pro Tier entstehen. [7] Damit ist Wolle in vielen Betrieben ein Defizitgeschäft. Sie wird häufig eingelagert oder entsorgt. Weil sie als tierisches Nebenprodukt eingestuft wird, entstehen dabei zusätzliche Kosten. [8]

Auch hier gibt es Ansätze, etwa zur innovativen Vermarktung von Wolle als Dünger. Das im April 2026 gestartete Projekt „Gewolltes Gemüse“ möchte diese Ansätze weiterentwickeln und Dünger aus Schafwolle für den ökologischen Gemüsebau optimieren [9] – was nicht nur in Anbetracht der steigenden Düngemittelpreise an Relevanz gewinnt. Auch immer aufgeklärteren Verbaucher*innen ist wichtig, womit ihre Lebensmittel gedüngt wurden und woher die eingesetzten Düngemittel stammen.

Abbildung: Allgemeine Verbraucherbefragung durch C³ Team (n = 316)



Politik muss Rahmen zimmern

Für eine wirtschaftlich tragfähige Schafhaltung sind politische Rahmenbedingungen entscheidend. Diese müssen

- Landschaftspflege- und Biodiversitätsleistungen stärker honorieren,
- regionale Schlacht- und Verarbeitungsstrukturen fördern,
- regionale Produkte besser in die öffentliche Beschaffung einbinden,
- innovative Vermarktungs- und Produktentwicklungsansätze unterstützen und
- die Besonderheiten mobiler Weidetierhaltung in Zertifizierungs- und Kontrollsystemen berücksichtigen.

Damit ließe sich die bislang unzureichende Marktvergütung gesellschaftlicher Leistungen teilweise kompensieren. Die wirtschaftliche Zukunft der Schäferei hängt nicht allein von der Produktion, sondern von der Integration in funktionierende Wertschöpfungssysteme ab. Fleisch, Wolle und ökologische Leistungen müssen stärker zusammengedacht und besser vergütet werden. □

▷ Die Ziffern in eckigen Klammern verweisen auf Links und Literatur, abrufbar unter **oekologie-landbau.de/materialien.**

Peter Schmidt und **Veronika Kilian,** beide Fördergemeinschaft Ökologischer Landbau Berlin-Brandenburg, Berlin,
Alina Nietsch, Frankenförder Forschungsgesellschaft, Luckenwalde,
Katja Aue, C³ Team, München, p.schmidt@foel.de