



Projektvorstellung: WertesBrutei

Etablierung einer Wertschöpfungskettenstelle zur Bildung und Koordination regionaler Vermarktungsk Kooperationen sowie internationaler Vermarktungsketten von Bruteiern, Eintagsküken und Junghennen aus der ökologischen Züchtung

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Landwirtschaft, Ernährung
und Heimat



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

1. Was ist die Idee des Projekts?

Übergeordnetes Projektziel

Eine stabile **regionale, nationale und internationale Wertschöpfungskette** von der ökologischen **Elterntierhaltung** bis hin zum **landwirtschaftlichen Produktionsbetrieb** auszubauen und bestehende Strukturen zu stärken.

Dabei sollen die Brüterei sowie die Jungtieraufzucht effizient in alle Distributionsprozesse – von der Bestellung über die Qualitätssicherung bis zur Auslieferung – integriert werden.

- Insgesamt die **Produktqualitäten** zu erhöhen
- Verlustfreie und **effiziente Abläufe** zu ermöglichen
- Planbarkeit und Verfügbarkeit zu erhöhen
- Vermarktungsplattform bereitstellen
- Absatzsteigerung

Projektpartner

Geflügelzucht Werner Hockenberger
Dorn & Schmidt GbR
Heidegeflügel Christine Bremer

2. Wie ist die Ausgangslage in der Projektregion?

Regional:

- Vorhandene Brutkapazitäten werden nicht ausgeschöpft
- Es fehlen Aufzuchtspartner, effiziente Prozesse und Vermarktungskapazitäten

National:

- Starke Abhängigkeit von wenigen Partnerbetrieben
- Begrenzter Einfluss auf Brut- und Aufzuchtqualität
- Logistische Herausforderungen (lange Transportwege zwischen Nord- und Ostdeutschland)

International:

- Erste Markterschließung mit hohem Potenzial, jedoch erschweren hoher administrativer und finanzieller Aufwand für Zertifikate / Genehmigungen und kleine Bestellmengen den Ausbau



3. Was sind die wichtigsten Schritte (Meilensteine) in der Umsetzung :

- Regionale Vermarktungskcluster
- Aufbau einer Vermarktungsplattform (Zentrale Schnittstelle) & Professionalisierung Vertriebsstrukturen
- Regionale und nationale Vermarktung
- Risiko Reduzierung & Qualitätsverbesserung
- Internationale Vermarktung ausbauen



3.1. Meilenstein:

Regionale Vermarktungscluster

- Aufbau neuer regionaler Brütereien in Regionen ohne Kooperationspartner
 - Franz und die Bertas , Aalen
- Identifikation von Partnern für die Junghennen-Aufzucht und Integration in regionale Wertschöpfungskette
 - Julian Bücheler
 - Raphael Lochbühler
 - Franz und die Bertas



3.2. Meilenstein:

Aufbau einer Vermarktungsplattform (Zentrale Schnittstelle) & Professionalisierung Vertriebsstrukturen

- Eingehende Zielgruppen-Analyse und strategische Maßnahmenplanung inkl. Trennung in Landwirtschaft und Hobbyfarming
- Erweiterung des Angebots an Bruteiern (bspw. RegioHühner; Enten)
- Implementierung technischer Optimierung und Erarbeitung einer neutralen Außendarstellung (Shop-Website mit eigenständigem CI)
 1. Gebündelte Bereitstellung eines wachsenden Angebots an Bruteiern und Küken
 2. Integration von Anfrageformularen inkl. Preisübersichten
- Implementierung eines Warenwirtschaftssystems (Start ab 07/26)
- Optionale Anbindung an weitere ÖTZ-Angebote (Beratung, Verbraucherinformation, Vermarktungsunterstützung)



3.3. Meilenstein: Regionale und nationale Vermarktung

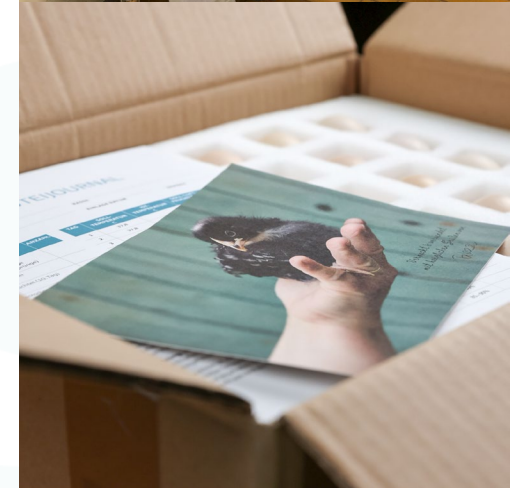
- Öffentlichkeitsarbeit und Präsentation des Projekts an verschiedenen Veranstaltungen und Tagungen / Workshops (international) in DE, CH, A, IR
- Ausbau und Stabilisierung des Angebots für größere Bio-Betriebe und Markenprogramme (Zweierlei)
 - Optimierung interner Prozesse
- Erfolgreiche Vermarktungsprojekte von Speiseeiern und Fleisch bspw. bei Rewe und den NKFH, die wiederum den Absatz der Bruteier sichern



3.4. Meilenstein:

Risiko Reduzierung & Qualitätsverbesserung

- Sicherstellung einer kontinuierlichen Verfügbarkeit von Jungtieren
- Verbesserung der Tierqualität
 - (Gewicht, Einheitlichkeit, Gesundheit)
- Gewinnung zusätzlicher Erzeuger und Elterntierhalter
- Optimierung bestehender Aufzuchten in Zusammenarbeit mit Beratung
- Weiterentwicklung von Bestell- und Auslieferungsprozessen
- Einführung eines Qualitätsmanagementsystems
 - Leitlinien für die Zusammenarbeit mit Lieferanten
 - Qualitäts-Vorgaben (Bruteiqualitäten)
 - Reklamationsvorgaben
 - Kükenleitfaden



3.5. Meilenstein:

Internationale Vermarktung

Aufbau grundlegender Strukturen für internationale Nachfrage

- Entwicklung regionaler Ansprechpartner im Ausland (Schweiz)
 - Strukturaufbau Transportwege und Dokumentenabwicklung
- Strategischer Ausbau der Bekanntheit der ÖTZ
 - Übersetzung und SEO-Optimierung der gesamten Internetpräsenz auf EN
- Aufbau von weiterem EU-Partnern und -Kooperationen
 - Aufbau Elterntierherde in Schweden und Österreich
 - Planung Elterntierherden in der Schweiz
 - Belieferung von kroatischen und slowenischen Kooperativen u.a. über Partner in Österreich



DE | EN

42,00 € 

4. Was sind die größten Herausforderungen?

Absatz der Bruteier hängt maßgeblich von äußeren (gesellschaftlichen und wirtschaftlichen) Einflüssen ab

Hohe Abhängigkeiten zu vor- und nachgelagerten Strukturen entlang der Wertschöpfungsketten

Bekanntheit und zielgruppenspezifische Ansprache

Qualitätssicherung und Lieferverbindlichkeiten

5. Welche Empfehlungen lassen sich für andere Praxisprojekte ableiten?

- Intensiver persönlicher Kontakt zu den wesentlichen Stakeholdern der Wertschöpfungskette
- Kompetente WSK-Manger mit entsprechender fachlicher Expertise
- Ausarbeitungen von Handreichungen und Konzepten (Wissenstransfer) an die Praxispartner

Vielen Dank für die Aufmerksamkeit

- Projektleitung
 - Inga Günther-Bender
- Projektmitarbeitende:
 - Lara Andress (Technik und IT)
 - Maria Hermann (Marketing und ÖA)



Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Erarbeitete Medien

öt
Z
ökologische
tierzucht
Eine Initiative von Bioland & Demeter

LEITFADEN KÜKENAUFZUCHT



Hilfreiche Tipps zur hofeigenen Kükenaufzucht –
aus der Praxis für die Praxis.

öt
Z
ökologische
tierzucht
Eine Initiative von Bioland & Demeter

Mindestanforderungen Bruteiqualität

IDEALES EI
Säuber, ohne Risse, korrekte
Form, innerhalb des akzeptablen
Gewichtsbereichs



KALZIUMABLAGERUNG	BLUTFLECKEN	BESCHÄDIGT	SCHMUTZEI
ANGEPICKT	WINDEI	GRISLIG KALKABLAGERUNG	RUND KUGELI
PLATTSEITIG DELLNEI	KLEIN HEXENEI	DÜNNSCHALIG	EIGELBFLECKEN
FALTENEI	HAARRISSE	LANGGEZOGEN	DOPPELDDOTTER

Eier mit den aufgeführten Mängeln entsprechen nicht den geforderten
Bruteiqualitätstandards und müssen von der Bruteilieferung
ausgeschlossen werden.

www.oekotierzucht.de

öt
Z
ökologische
tierzucht
Eine Initiative von Bioland & Demeter

BRUTEIJOURNAL

BETRIEB: _____ RASSE: _____
KUNDENNAME: _____ EINLAGE DATUM: _____ UHRZEIT: _____

VORBRUT Tag 1 bis 18	ANZAHL	TAG	SOLL- TEMPERATUR °C	IST- TEMPERATUR °C	SOLL-LUFT- FEUCHTIGKEIT %	IST-LUFT- FEUCHTIGKEIT %
Ausgeschünte Eier am Tag 1 vor Einlage (Schmutz, Lichtsprünge)		1	37,8		55 – 60%	
Eingelegte Eier		2	37,8		55 – 60%	
Unbefruchtet (10. Tag)		3	37,8		55 – 60%	
Abgestorben (10. Tag)		4	37,8		55 – 60%	
		5	37,8		55 – 60%	
		6	37,8		55 – 60%	
		7	37,8		55 – 60%	
UMLAGE ZUM SCHLUPF Tag 18 bis 22		8	37,8		55 – 60%	
Unbefruchtet (18. Tag)		9	37,8		55 – 60%	
Abgestorben (18. Tag)		10	37,8		55 – 60%	
Steckengeblieben*		11	37,8		55 – 60%	
Anzahl gesunder geschlüpfter Küken		12	37,8		55 – 60%	
		13	37,8		55 – 60%	
		14	37,8		55 – 60%	
		15	37,8		55 – 60%	
		16	37,8		55 – 60%	
		17	37,8		55 – 60%	
		18	37,8		55 – 60%	
		19	37,8		85 – 90%	
		20	37,8		85 – 90%	
		21	37,8		85 – 90%	
		22	37,8		85 – 90%	

*Unter Steckengeblieben bitte auch alle ver-
merken die aufgrund von Behinderungen
(Nabel, Krumme Beine / Füße etc.) nicht
lebensfähig waren und getötet wurden.
Achtung: eine Reklamation von 'schlecht-
geschlüpfen Bruteiern ist nur mit vollständi-
g ausgefülltem Bruteijournal möglich!
Zu beachten ist, dass die Bruteiqualität
natürlichen Schwankungen unterliegt. Sie
sind empfindlich für Frost/Wärme und
Schütteln während des Transportes.

18. Tag: Umlage der Eier in den Schlupfbrüter.
Achtung: sobald die ersten Küken picken, Luftfeuchtigkeit auf mindestens 85% erhöhen.

SCHLUPFDATUM: _____ DURSCHNITTLICHES GEWICHT VON 50 KÜKEN: _____

Was bis zum Projektende noch erfolgt

- Ausblick Gallus & Lina
- Bis zum Projektende wird eine digitale Vermarktungsplattform (auf Basis des Onlineshops und der Warenwirtschaft) kurz vor dem GoLive sein, welche kleinen und mittleren landwirtschaftlichen Geflügelbetrieben eine regionale, flexible und effiziente Beschaffung von Bruteiern Küken und Öko-Jungtieren ermöglicht und eine Schnittstelle zu anderen Angeboten der ÖTZ darstellt (Management Guides, etc.), die der Unterstützung der Landwirte dienen und damit zum Ausbau der WSK beitragen.