

# Existenzbedrohlich für britische Landwirte

Die Zahl kleiner Schlachthöfe sinkt weiter – auch Metzger müssen neue Wege gehen

Große Firmen wie Tönnies in Deutschland oder die ABP Food Group in Großbritannien betreiben Schlachthöfe, in denen täglich tausende Tiere geschlachtet werden. Die Zahl unabhängiger, kleiner Schlachthöfe hingegen nimmt europaweit beständig ab. Das hat negative Auswirkungen für das Tierwohl – die Transportzeiten werden länger – und die Möglichkeiten für Landwirt:innen, durch Direktvermarktung bessere Preise zu erzielen, ist deutlich eingeschränkt. Eine Entwicklung, die für britische Landwirte inzwischen zur Existenzbedrohung geworden ist. Das hat zwei Gründe: Zum einen sind 70 Prozent der landwirtschaftlich genutzten Fläche in Großbritannien Grasland und nur für Schaf- und Rinderhaltung geeignet – in Deutschland gilt das nur für 30 Prozent der Flächen. Der zweite Grund ist der Brexit: Der Wegfall der EU-Subventionen, die für britische Betriebe in Rand- und Höhenlagen bis zu 90 Prozent des Einkommens ausmachten, kann nur zu

einem geringen Teil durch bezahlte Umweltleistungen ausgeglichen werden. Eine der wenigen Möglichkeiten zur Diversifizierung wäre die Direktvermarktung von Lamm- und Rindfleisch, aber dazu muss ein Schlachthof erreichbar sein, der auch eine kleine Anzahl von Tieren schlachtet und das Fleisch direkt an die Landwirt:innen zurückgibt.

## Strukturwandel schreitet fort

Eine Reihe von Organisationen kämpft für den Erhalt der noch existierenden kleinen Schlachthöfe. 2018 veröffentlichte die Nichtregierungsorganisation Sustainable Food Trust eine Bestandsaufnahme und einen Katalog mit Forderungen und Optionen. Gab es in Großbritannien in den 30er Jahren noch rund 30.000 kleine Schlachthöfe, waren es 2018 gerade noch 251 und die Zahl ist seither weiter gesunken. Für ihre Abschlussarbeit erstellte die Landwirtin Amy Quirk 2024 eine interaktive Karte (Link siehe unten), in

der Landwirt:innen sehen können, wo der nächstgelegene kleine Schlachthof ist und welche Tiere dort angenommen werden. Registriert sind noch 122, von denen jedoch nur noch 115 in Betrieb sind. Und diese nehmen nicht alle Tiere an: Seit der BSE-Krise muss bei Tieren, die älter als 30 Monate sind, das Rückenmark komplett entfernt werden – ein zusätzlicher Aufwand, den ein Teil der Betriebe nicht auf sich nehmen will. Auch bei besonders kleinen oder sehr großen Rinderrassen, Tieren mit Hörnern oder besonders dickem Fell gibt es Probleme. „Für Landwirt:innen, die alte Rinderrassen halten, sind die Möglichkeiten für die Schlachtung extrem begrenzt“, sagt Quirk. Und oft gibt es nur schlechte Optionen. Seit der nahegelegene Schlachthof geschlossen ist, muss der Besitzer einer kleinen Herde Longhorn-Rinder, die gezielt zur Beweidung in einem Naturschutzgebiet eingesetzt werden, entscheiden, ob er die Tiere zu einem 150 km entfernten Schlachthof bringt – eine Fahrt, die we-

gen der langen Hörner ein erhebliches Verletzungsrisiko bedeutet – oder die Tiere auf dem Hof enthornt, weil der näher gelegene Schlachthof nur hornlose Rinder schlachtet. In Bezug auf das Tierwohl eine unmögliche „Wahl“.

Laut offizieller Statistik schließen jährlich weitere zehn Prozent der kleinen Schlachtbetriebe. In zehn Jahren könnte es nur noch Großbetriebe geben, heißt es. Bei den unabhängigen Metzgern, die in Großbritannien allerdings selten selbst schlachten, sieht es nicht besser aus: Innerhalb von 25 Jahren ist ihre Zahl um 60 Prozent gesunken, jährlich schließen rund 100 Betriebe, sagt der Verband des Metzgerhandwerks. Wer überleben will, muss neue Wege gehen.

Maria Le La Dzettell,  
freie Journalistin

Interaktive Schlachthofkarte:  
[www.mapize.com/map/bovine-abattoir-services](http://www.mapize.com/map/bovine-abattoir-services)

# Die Metzgerei im Gartencenter

Sei der erste Job bei der Traditionsmetzgerei Walter Smith Foods bekam Robert Jones mit 16

Heute, mehr als 40 Jahre später, ist Jones der Marketingdirektor der Firma und hat zu seinem Bedauern weniger mit Frischfleisch und Wurstherstellung zu tun. Geschäftsräume Walter Smith eröffnete seine erste Metzgerei vor über 100 Jahren in der mittelenglischen Industriestadt Birmingham. Das Motto war schon früh: Folge den Kunden. Das waren zunächst vor allem die Arbeiter:innen in der Auto-, Stahl- und Zulieferindustrie, die nicht nur vor oder nach einer Schicht schnell etwas zu essen haben wollten, sondern gleich auch noch für die Familie zuhause einkauften. Während andere Metzger Filialen entlang der Einkaufsstrassen eröffneten, waren neue Walter-Smith-Metzgereien meist in unmittelbarer Nähe der Werkstore zu finden.

## Konkurrenz mit Supermärkten

1980 war Robert Jones einer von 30 Lehrlingen im „Walter-Smith-Trainingsprogramm“. In und um Birmingham gab es damals noch 40 Filialen sowie eine eigene Fabrikationsstätte für die Herstellung von Bacon und Fleischpasteten – Fleisch im Teigmantel ist noch immer ein beliebter Snack. Bei

Viehauktionen lernten die Lehrlinge Wert und Qualität von Schlachttieren einzuschätzen und entsprechend zu bieten. „Bei der Ausbildung im Laden lernten wir hinten in der Metzgerei, Rinder- und Schweinehälften zu zerlegen, und vorn an der Theke, die Kunden individuell zu bedienen und zu beraten“, sagt Jones. Mit 27 übernahm er die Leitung einer der Filialen und bekam schnell zu spüren, dass die „hohe Luft“ der Metzgerläden in Birmingham zu Ende ging: Immer mehr Industriebetriebe schlossen und die Kunden kauften Wurst und Fleisch zunehmend an der Frischtheke im Supermarkt statt beim Metzger.

## Wo sind die Kunden?

„Als ich Marketingleiter wurde, stellte ich mir als erstes die Frage: Wo sind unsere Kunden?“ Inzwischen kauften in der Regel nur noch Leute mit überdurchschnittlich hohem verfügbarem Einkommen bei traditionellen Metzgern. Walter Smith habe daher nur noch zwei traditionelle Metzgerläden, aber zehn Verkaufsstellen in Gartencentern. Die Logik für das Konzept ist bestechend einfach: „Gartencentren



Den Kunden entgegen kommen ist die Strategie von Robert Jones

Foto: M.Kunz

haben sieben Tage die Woche geöffnet, die Parkplätze sind groß und die Kunden sind meist gut situiert. Unter der Woche kommen die Rentner, am Wochenende die Familien. Die Gartencentren haben ein Café, Spielmöglichkeiten für die Kinder, und diverse kleine Läden mit Dingen auch für den täglichen Bedarf. Einer davon ist eine unserer Metzgereien.“ Das Sortiment ist das selbe wie in den beiden traditionellen Läden. „80 Prozent dessen, was wir

anbieten, inklusive Bacon, wurde von unseren Metzgern vor Ort hergestellt“, sagt Jones. Die benötigten Schweine-, Lamm- und Rinderhälften kauft Jones vom Betreiber eines kleinen Schlachthofs. Das bedeutet auch, dass Jones bei Bedarf Fleisch von individuellen Höfen beziehen kann. Für Landwirt:innen könnten sich über ein solches System in Zukunft Chancen für die Direktvermarktung ergeben.

ml