



Der hohe Anteil intramuskulären Fettes ist das Markenzeichen von Wagyu-Fleisch.

Saftig und teuer: Wagyu bleibt gefragt

Japanische Wagyu-Rinder sind für extrem marmoriertes und teures Fleisch bekannt. Was sind die Besonderheiten?

Dunkelrot und von weißen Fettadern durchzogen. 2 kg Roast-Beef liegen vor Melanie Holtmann auf dem Tisch. Daraus schneidet sie zentimeterdicke Steaks. Jede Scheibe ist rund xx € wert.

Dass es sich um kein gewöhnliches Rindfleisch handelt, erkennt jeder Laie: Die extreme Marmorierung ist das Markenzeichen der Rasse Wagyu. Mindestens 10% Fettanteil sorgen für ein aromatisches, saftiges und zartes Fleisch auf dem Grill, im Burger oder als Sonntagsbraten.

Dafür zahlen Feinschmecker zahlen gerne den bis zu x-fachen Preis. Die breite Aufmerksamkeit und lukrativen Fleischpreise locken immer mehr Rinderhalter an. Doch nach acht Jahren Erfahrung weiß Züchter Reinhard Holtmann: „Wer erfolgreich Wagyu mästen will, braucht einen langen Atem.“ (siehe Kasten rechts)

Wagyu-Hype: Die mittelrahmigen, in der Regel schwarzen Wagyu-Rinder stammen aus Japan. Häufig verwechselt werden sie mit „Kobe-Rindern“. Dabei

handelt es sich aber um einen geografisch geschützten Begriff für Tiere, die in der gleichnamigen japanischen Region geboren, gemästet und geschlachtet werden. Japan selbst exportiert seit 19xx keine lebenden Rinder, Embryonen oder Sperma. Die weltweite Zucht beruht auf wenige 100 Tiere, die in den 90er-Jahren nach Amerika kamen.

Seit rund zwölf Jahren gibt es Wagyu-Rinder in Deutschland. Mittlerweile sind es bundesweit rund 500 bis 1000 reinrassige Tiere, sogenannte „Fullbloods“. Zum Vergleich: In Japan stehen

Wagyu-Züchter durch Zufall

Schon seit über acht Jahren und vor dem Wagyu-Hype kauften Holtmann die ersten Rinder. Heute sind sie erfolgreiche Züchter.

Internationale Zuchtvieh-Auktionen, Gala-Events und Koch-Shows. Der Betrieb Holtmann aus Münster ist für wertvolles Wagyu-Fleisch und -Zuchttiere bekannt. Zu den japanischen Rindern kam der Schweine- und Rindermastbetrieb aber durch Zufall.

„Für eine Weide am Hof hatte ich 2006 nach einer passenden Rinderrasse gesucht. Ein TV-Bericht über das „teuerste Rindfleisch der Welt“ hat mich auf die Idee gebracht“, sagt Reinhard Holtmann. Wenig später importierte Holtmann die ersten Embryonen aus den USA. Durch die enge Zusammenarbeit mit Dr. Hubertus Diers von PrimaGen im nahegelegenen Altenberge entstand die heutige Herde mit 140 Wagyu-Rinder.

Holtmanns vermarkten schlachtreife Tiere an Händler oder Abnehmer und ausgewählte Tiere selbst. Dabei können sie mit rund 50 Stammkunden plus Laufkundschaft

kalkulieren. Das war zu Beginn anders. „Vor zehn Jahren wusste keiner, was Wagyu-Fleisch ist. Wir haben Werbeanzeigen geschaltet, viel telefoniert und Emails geschrieben, um das erste Fleisch zu vermarkten“, so Holtmann. Nach einem Hoffest und Zeitungsartikeln stieg das Interesse.

Mit der Nachfrage stiegen auch die Preise für Zuchtrinder und so investierte Holtmann mehr und mehr in wertvolle Genetik. Zweimal jährlich veranstaltet der Betrieb Auktionen mit eigenen und externen Tieren. Die Käufer zahlen Spitzenpreise von bis zu 23000 €. Im Schnitt kosten weibliche Rinder 6600 €. „Je älter die Genetik, also je näher die Tiere an den ursprünglichen Generationen aus Japan sind, umso wertvoller sind sie“, erklärt Holtmann.

Auch die Nachfrage nach Wagyu-Fleisch bleibt hoch. Immer neue Kunden kommen dazu und bestellen teu-



Fotos: Reimink

Reinhard Holtmann begeistert sich für die Zucht der Wagyu-Rinder.

res Filet oder günstiges Hackfleisch. Mindestens 90 % Fleisch sind vorbestellt, wenn Holtmann ein Tier schlachten. Auch wenn ein Ochse je nach Qualität bis zu 10000 € bringt: „Mehr als fünf bis sechs Tiere pro Jahr schaffen wir zeitlich nicht zu vermarkten.“ Neben dem Portionieren und Zusammenstellen der individuellen Wünsche kostet das Marketing viel Zeit. Deshalb will Holtmann sich weiter auf die Zucht fokussieren.

etwa 1,8 Mio. und in den USA 10000 Tiere. Rund xxx deutsche Betriebe halten Wagyu. „Wenige davon sind professionelle Züchter. Viel mästen die Tiere neben anderen Fleischrassen oder haben Milchvieh“, sagt Hubertus Diers, Geschäftsführer der Zuchtorganisation PrismaGen, der zusammen mit Holtmann Wagyu züchtet.

Wertvolle Zuchttiere kosten nicht selten bis zu 30000 €, Embryonen 1000 €

und auch eine Portion Sperma kann bis zu 2000 € kosten. Bei diesen Summen investieren mehr und mehr Unternehmer aus Immobilien- oder Software-Branchen in die Wagyu-Zucht. Wie Franz Kirchner aus München: „Ich war lange in der Immobilien-Branche. Irgendwann wollte ich wieder etwas handfestes machen. Qualität statt Menge. Das hat mich bei den Wagyu sofort fasziniert.“ Kirchner kaufte einen

Hof und hält heute 180 Wagyu-Rinder (siehe Kasten Seite Rxx).

Vier Linien-Zucht: Bei der Zucht steht die Fleischqualität im Vordergrund und Reinhard Holtmann macht deutlich: „Etwa 60 % der Fleischqualität bestimmt die Genetik, der Rest kommt dann über Haltung und Fütterung.“

Wagyu-Züchter unterscheiden vier Linien, die auf verschiedene Regionen



Foto: Lütke Holz

In der eher extensiven Aufzucht wachsen die Wagyu-Rinder zunächst voll aus. Weibliche Tiere werden ausschließlich zur Zucht verwendet.

Schnell gelesen

- Wagyu-Fleisch ist extrem marmoriert, fettreich und kostet bis zu 250 € pro kg.
- Die Nachfrage ist höher als das Angebot, obwohl immer mehr Rinderhalter einsteigen.
- Züchter „kreuzen“ die Eigenschaften von vier verschiedenen Wagyu-Linien.
- Die Mast dauert über drei Jahre und erst die Endmast sorgt mit energiereichen Rationen für die Fetteinlagerung.



Fotos: Lütke Holz, Reimink

In der Endmast sollen die Wagyu-Ochsen Fett ansetzen. Die Züchter entscheiden tierindividuell, wann ein Tier schlachtreif ist.

in Japan zurückgehen und bestimmte Eigenschaften haben:

- Tajima: gute Marmorierung und leichte Geburten, eher klein, wenig Rahmen und Zunahmen
- Kedaka: Wachstum und Exterieur, Muttereigenschaften
- Shimane: Rahmen, Muttereigenschaften und Fruchtbarkeit
- Okayama: ?? xxxx xxxx xxx

Ein Nachweis darüber, welchen Anteil die Tiere aus welcher Linie haben, ist genetisch nicht möglich, sondern nur über die Analyse des Pedigrees. „Obwohl der Begriff nicht ganz richtig ist, „kreuzen“ wir die Linien und erzeugen so optimale Eigenschaften“, sagt Holtmann.

Fett in der Endmast: Neben der Zucht beeinflusst die Haltung die Fleischqualität. Japanische Rinderhalter füttern den Tieren Bier, um den Appetit anzuregen, und geben täglich Massagen. „Das gibt es bei mir zwar nicht, aber ein ruhiger Umgang während der gesamten Aufzucht und besonders in der Endmast sind Voraussetzung für Qualität“, so Kirchner.

Außerdem wichtig ist das Kastrieren. „Unsere ersten Tiere haben wir nicht kastriert. Doch die Bullen sind zu unruhig, aktiv und lagern so zu wenig Fett ein“, erklärt Holtmann. Weibliche Tiere hat er noch nie schlachten lassen, denn diese sind zu wertvoll.

Weil die Rasse züchterisch kaum bearbeitet ist, liegen die Zunahmen bei maximal 800 g pro Tag. Bis zur Schlachtreife mit rund xx kg Lebendmasse brauchen die Ochsen drei bis vier Jahre. Nach dem Absetzen folgt eine extensive Mittelmast, wenn möglich auf der Weide mit Zufütterung. Hier sollen die Tiere langsam auswachsen.

Erst in den letzten sechs Monaten folgt die Endmast. „Wagys haben das genetische Potenzial, Fett einzulagern. Das muss man aber auch ausfüttern“, erklärt Holtmann. Er setzt auf eine energiereiche Ration aus Mais- und Grassilage mit Kraftfutter (energiegehalt? Bestandteile? xxxx)

Die Schlachtreife bestimmt der Landwirt tierindividuell, hält sich aber an den Grundsatz: „Am Ende müssen Wagys aussehen wie ein Würfel.“

Wagyu vom Discounter? Das Fleisch vermarkten die meisten Wagyu-Halter direkt an einen festen Kundenstamm. Doch mehr Rinderhalter steigen ein und die Population wächst. Selbst Discounter greifen den Trend auf. So gab es bei Aldi schon Wagyu-Steak für 30 €/kg.

Vor der billigen Konkurrenz hat Kirchner aber keine Angst: „Wagyu wird eine Nische bleiben. Ähnlich wie Kaviar oder Trüffel polarisieren Preis und Geschmack.“ Holtmann sieht Wagyu-Fleisch beim Discounter sogar positiv: „Die Supermärkte bieten das Fleisch fürs eigene Image an. Das bestätigt, dass wir im Trend liegen und ist kostenlose Werbung für uns.“ Zudem werde das Angebot nicht schnell genug steigen, um die Nachfrage bedienen zu können.

Um größere Mengen zu produzieren kreuzen einige Fleischrinderhalter z. B. Angus ein. Dieses Fleisch darf nur als „Kobe-Art“ oder „Wagyu-Style“ bezeichnet werden. Wenn Verbraucher das übersehen, könnte es dem Image von qualitativem Wagyu-Fleisch schaden. Direktvermarkter deklarieren ihre Produkte daher als 100 % reinrassig.

Nachfrage bleibt hoch: Marketing und Vermarktung der exklusiven Produkte kosten viel Zeit. Die Kunden bestellen konkrete Teilstücke, zum Teil mit Extrawünschen. Dazu bieten viele Direktvermarkter Kochkurse an, um Fleisch und Zubereitung zu erklären.

Und die Nachfrage bricht nicht ab: Neben zahlungsfähigen Feinschmeckern bestellen immer mehr Kunden für besondere Anlässe z. B. einen Wagyu-Braten. BBQ- und Burger-Trend sowie das Interesse an regionalen Produkten steigern die Nachfrage zusätzlich.

Und so kommen schon die nächsten Vorbestellungen per Mail, während Melanie Holtmann die letzten Portionen abpackt. Welches Tier geschlachtet werden soll, steht noch nicht fest.

Kontakt: anke.reimink@topagrar.com

Marmorierung in zwölf Noten

Ziel bei Zucht und Haltung der Wagys ist ein möglichst hoher Anteil intramuskuläres Fett. Die Marmorierung wird mit zwölf Noten beurteilt, wobei 10 als optimal gilt. „Fleisch der Note 12 ist wie Butter und für deutsche Gaumen nicht gemacht. Zudem werden die Tiere dafür extrem gemästet und dürfen sich kaum bewegen. Das ist aus Tierschutzsicht nicht

vertretbar“, meint Dr. Hubertus Diers.

Im Vergleich zu anderen Rinderrassen enthält das Fett der Wagys einen etwa doppelt so hohen Anteil ungesättigter Fettsäuren. Damit gilt es auch als „gesundes Fleisch“.

Zusätzlich zu den Pedigrees nutzen Züchter deshalb genetische Tests, um die potenzielle Fleischqualität der Tiere zu bestimmen:

- SCD: die Genotypen A und V bestimmen die Fettzusammensetzung; Typ A ist wünschenswert, da es für einen hohen Anteil ungesättigter Fettsäuren sorgt.
- Tenderness: die Zartheit des Fleisches wird mit Note 1 bis 10 bewertet
- Exon 5: sechs Genotypen beeinflussen das Wachstum und die Fetteinlagerung

Gummistiefel statt Aktentasche

Franz Kirchner investierte in 180 Wagyu. Mit dem exklusiven Fleisch will er Münchens Feinschmecker begeistern.

Mit Rinderhaltung hatte Franz Kirchner bis vor vier Jahren nichts zu tun. Er war Immobilienmakler in München. „Nach einem kurzfristig geplatzten Auftrag, habe ich mich gefragt: Wozu machst du das eigentlich alles?“, sagt Kirchner. Landwirtschaft hatte ihn schon immer gereizt. Als er Wagyu-Fleisch probierte war er begeistert. „Ein Wahnsinn. So aromatisch, saftig und zart. Da schmeckst du das Aroma der Weide.“

Zusammen mit seinem Firmenpartner Thomas Lindinger kaufte Kirchner einen Hof bei München, pachtete 80 ha Acker- und Grünland und baute einen Mutterkuhstall für xx Tiere. Sie investierten in Zuchtrinder und Embryonen.

Heute besitzt der Betrieb „Westerberger Fullblood“ rund 180 Wagyu. Eine Herdenmanagerin ist verantwortlich für die Mutterkuh-Herde. Ein Pachtbetrieb übernimmt die Aufzucht nach dem Absetzen. Kirchner selbst ging in die Berufsschule, ließ sich beraten und brachte sich den Rest selbst bei.



Franz Kirchner ist von Wagyu begeistert und besitzt heute 180 Rinder. Der ehemalige Immobilienmakler will jeden Monat zwei Tiere vermarkten.

Marketing und Vermarktung stehen für ihn im Mittelpunkt: „Als erstes haben wir uns gefragt: Wer sind unsere Kunden, was wollen die und wie erreichen wir das?“ Bei der Planung nutzte Kirchner seine Kontakte in München. Zahlungsfähige Privatkunden und Restaurants standen auf der Warteliste, bevor die ersten Tiere auf den Hof kamen. „Um die Nachfrage decken zu können, müssen wir ein bis zwei Tiere pro Monat schlachten“, kalkuliert Kirchner.

Tierwohl und Qualität haben für ihn oberste Priorität. Das Futter baut er zum Großteil selbst und ökologisch

an. Zur Haltung gehören Weidegang, großzügige Buchten und ganzjähriger Auslauf auch für Endmasttiere. Eine stressfreie Haltung sind ihm wichtig. Um Stress kurz vor dem Schlachten zu vermeiden, lässt er ein Schlachthaus neben dem Endmaststall bauen.

Im Sommer will Kirchner das erste Fleisch vermarkten. Neben der Direktvermarktung in München, will er spezielle Events anbieten. Dafür baut er auf der Hofstelle eine Show-Küche mit großem Esszimmer und zwei Ferienwohnungen. So will er Landwirtschaft und Wagyu zu einem Erlebnis machen.