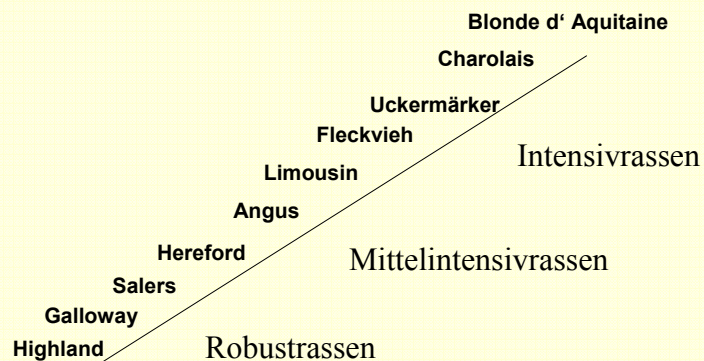


# Mutterkuhhaltung

## mit angepassten Fleischrindern und Vermarktung der Produkte

### **Bestandstruktur BRD 2004**

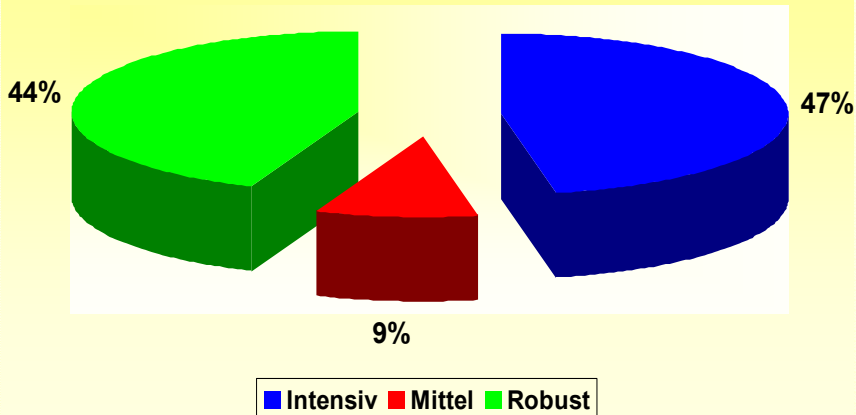


## Bestandsstruktur

BRD 2004

Quelle: Jahresbericht BDF

### Zuchtbetriebe

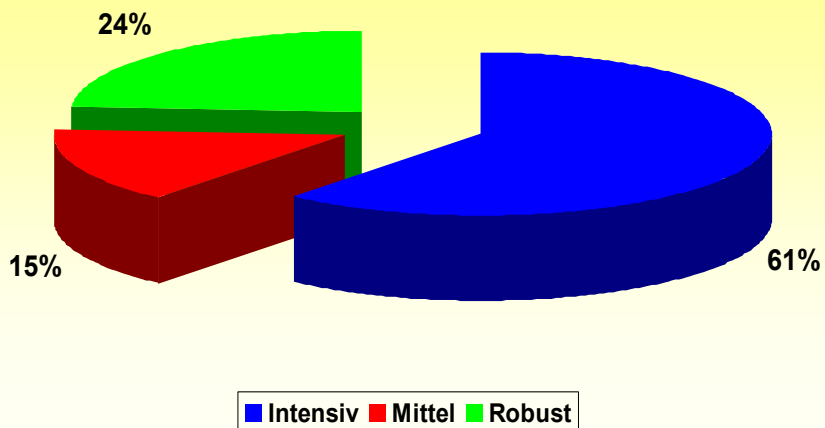


## Bestandsstruktur

BRD 2004

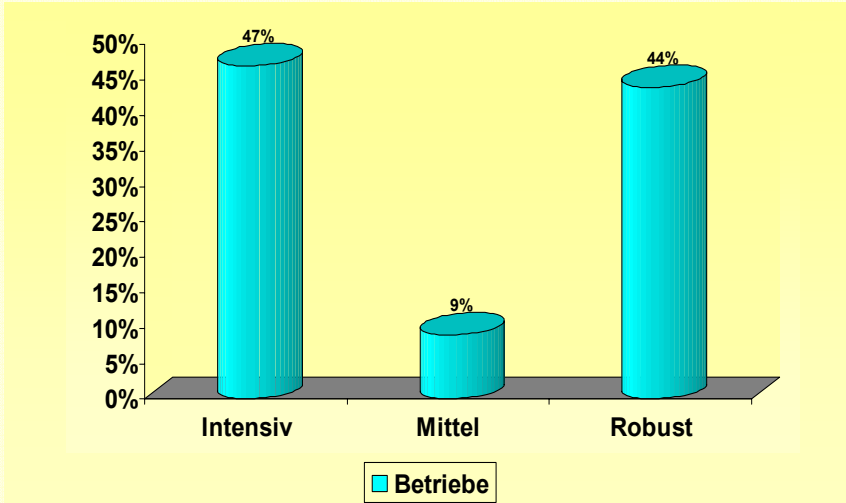
Quelle: Jahresbericht BDF

### Tiere in Zuchtbetrieben



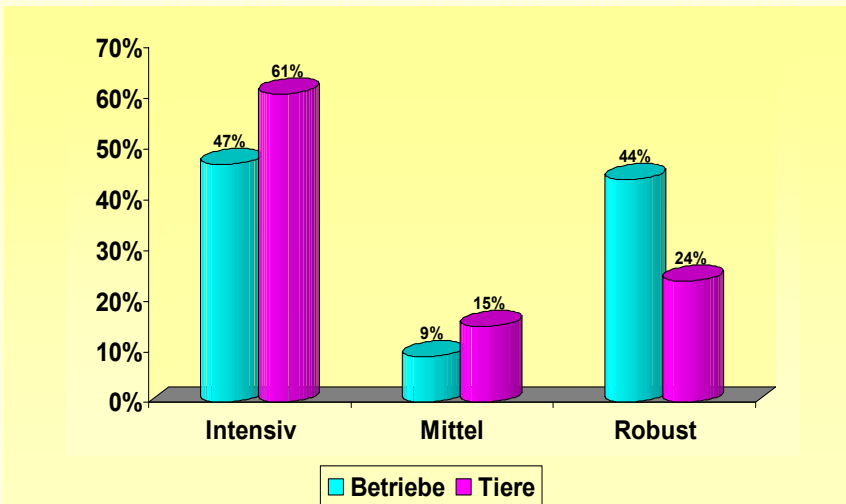
### Bestandsstruktur BRD 2004

Quelle: Jahresbericht BDF

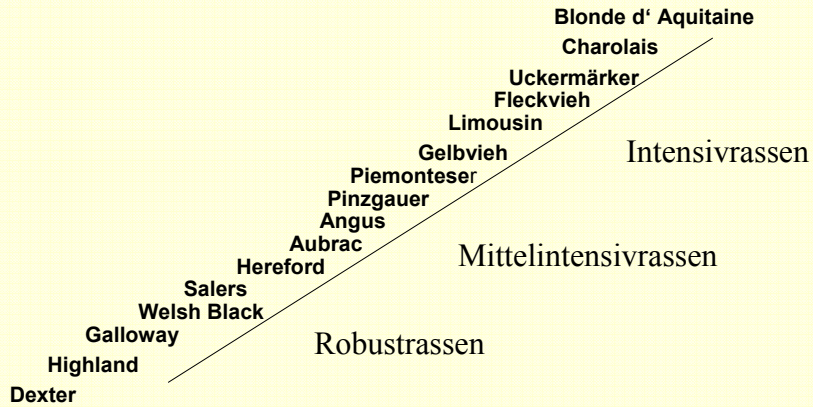


### Bestandsstruktur BRD 2004

Quelle: Jahresbericht BDF

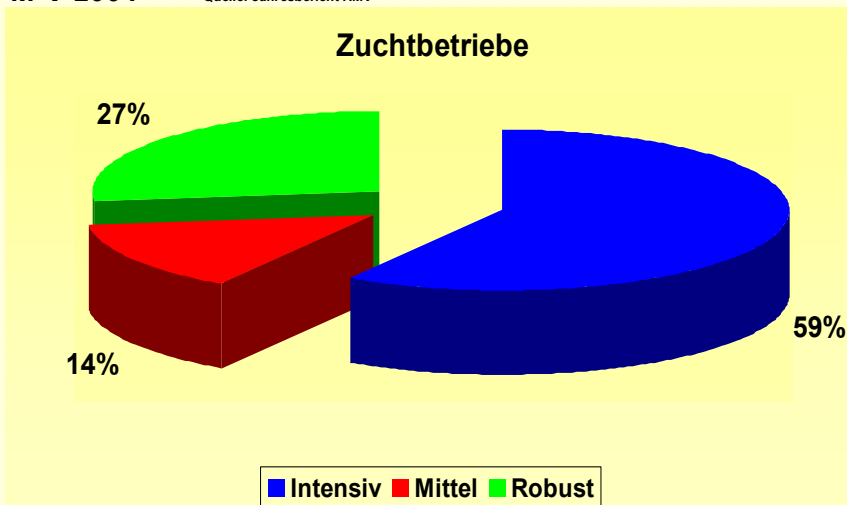


## Bestandsstruktur M-V 2004



## Bestandsstruktur M-V 2004

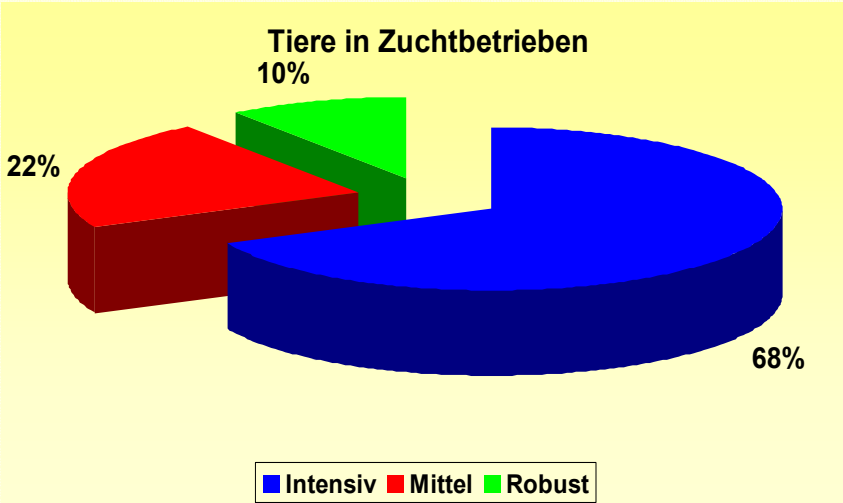
Quelle: Jahresbericht RMV



### Bestandsstruktur

M-V 2004

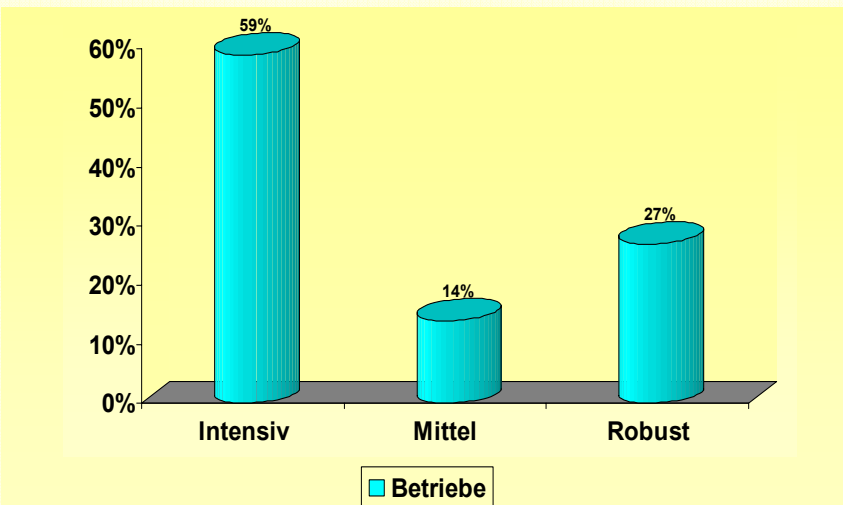
Quelle: Jahresbericht RMV



### Bestandsstruktur

MV 2004

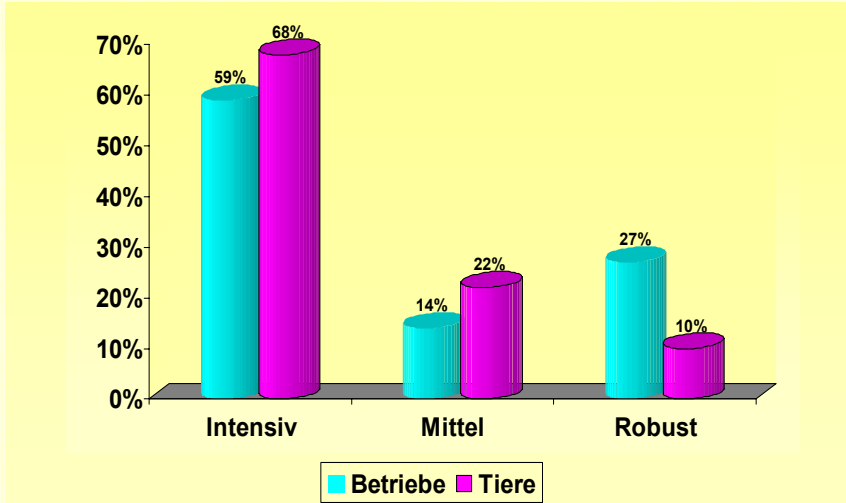
Quelle: Jahresbericht RMV



## Bestandsstruktur

M-V 2004

Quelle: Jahresbericht RMV



## Die „passende“ Rasse

### Eigenschaften



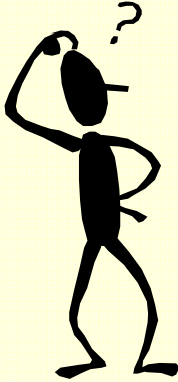
- Tägliche Zunahmen
- Schlachtreife
- Ausschlagungsgrad
- Fleischqualität

- Futtermittelverwertung
- Widerstandsfähigkeit
- Genügsamkeit
- Umgänglichkeit

- Fruchtbarkeit
- Leichtkalbigkeit
- Kreuzungseignung
- Milchleistung (der Mütter)

## Die „passende“ Rasse

### Beratungsansatz



⇒ Standort

⇒ Vermarktung

⇒ persönliche Vorlieben

## Die „passende“ Rasse

⇒ Standort

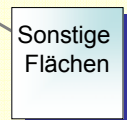
### Eingeschränkte Nutzung ?

- Naturschutz
- Extensivierung
- Trinkwassereinzug



### Eingeschränkte Pflege !

- Düngung
- Unkrautbekämpfung
- Bewirtschaftungszeitraum



### Was ist vorhanden oder geplant ?

- Schutzhütte
- Stall oder Anlage
- Fangeinrichtung !

### Zusätzliche Futtermittel ?

- Mais
- Getreide
- Produktionsabfälle

## Die „passende“ Rasse

### Beratungsansatz



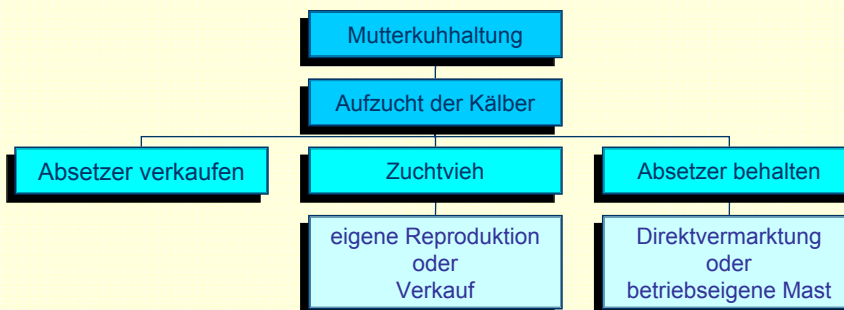
⇒ Standort

⇒ Vermarktung

⇒ persönliche Vorlieben

## Die „passende“ Rasse

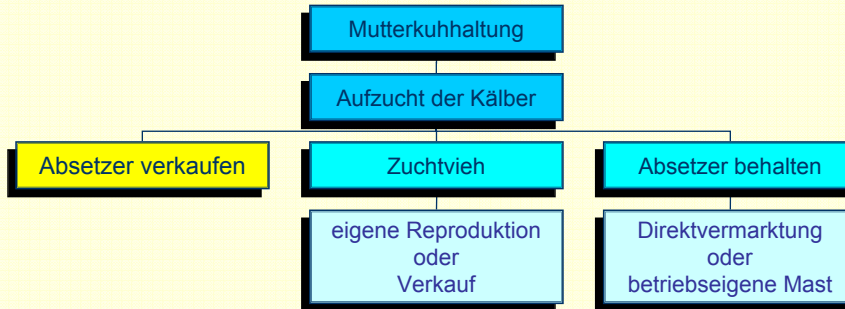
⇒ Vermarktung



## Die „passende“ Rasse



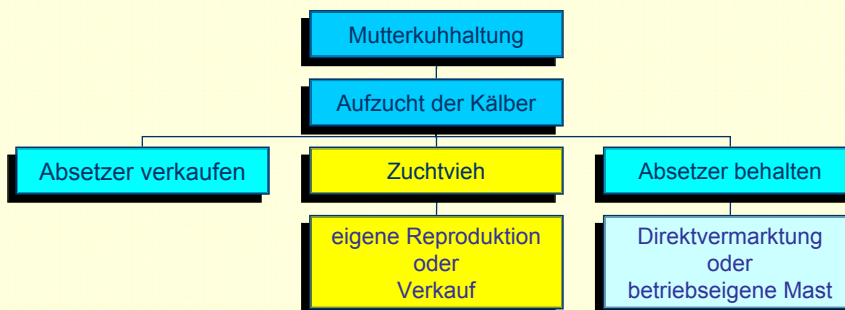
## Absetzervermarktung



## Die „passende“ Rasse



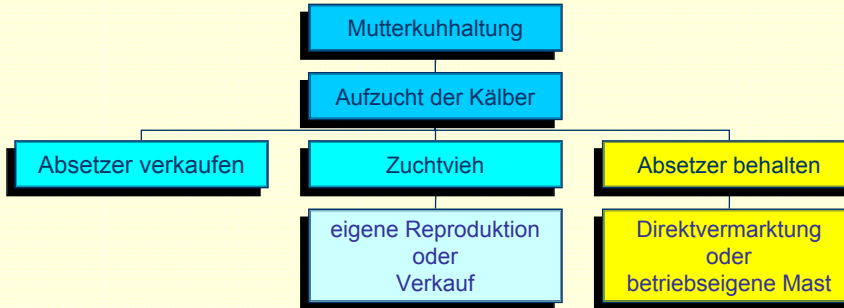
## Zuchtviehvermarktung



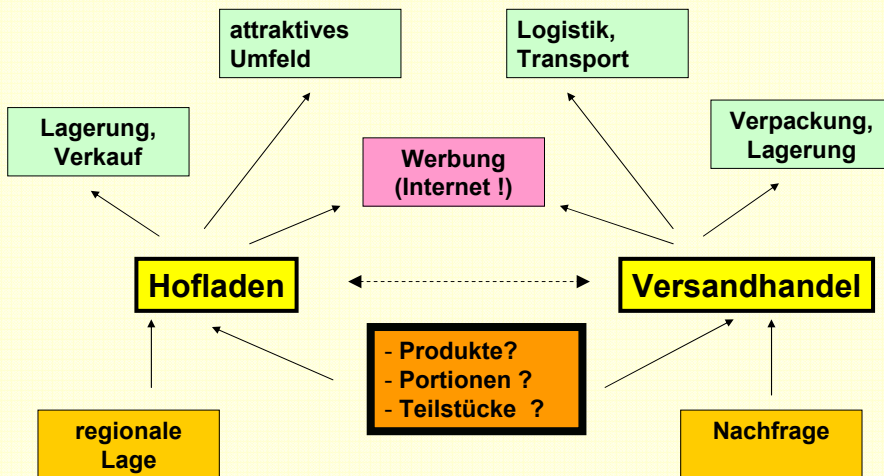
## Die „passende“ Rasse



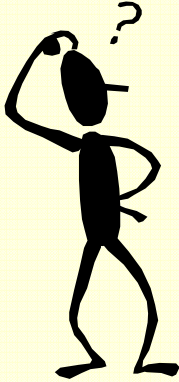
## Direktvermarktung



## ⇒ Direktvermarktung



## Die „passende“ Rasse Beratungsansatz



⇒ Standort

⇒ Vermarktung

⇒ persönliche  
Vorliebe