

ZICKLEINFLEISCH VERARBEITEN

INTERVIEW MIT DEM KOCH MARCELLO GALLOTI

Der Verzehr von Ziegen- und Zickleinfleisch ist in Deutschland wenig bekannt. Im Mittelmeerraum, speziell in Italien, Griechenland oder Frankreich, sowie im Balkan ist Ziegenfleisch kulturell verankert. Mit Bio-Spitzenkoch Marcello Gallotti vom Bio-Fine-Dining Restaurant Erasmus in Karlsruhe haben wir über das Potenzial von Zickleinfleisch gesprochen.

Herr Gallotti, weshalb verarbeiten Sie Zickleinfleisch?

Marcello Gallotti: Ich komme aus Italien und dort gehört Zickleinfleisch traditionell in unsere Küche. So wie hier in Deutschland eher Rind oder Schwein gegessen wird, und in Nordafrika Schaf, ist es bei uns die Ziege. Andererseits ist es mir als Koch ein Anliegen, nicht nur bekömmliches, schmackhaftes Essen zuzubereiten, sondern durch die Lebensmittelauswahl auch einen Einfluss auf unseren Planeten zu haben – wenn wir uns auf traditionelle Gerichte

zurückbesinnen, auf das, was unsere Großeltern kannten und kochten, dann tragen wir viel zur regionalen Biodiversität und auch dem Klimaschutz bei.

Wie meinen Sie das?

In Italien wird die Ziege dort auf die Weide geschickt, wo kein Ackerbau möglich ist und kein anderes Tier zurechtkommt. Die Ziegen sind hartnäckig, finden auch auf steilen Hängen und in kargen Gebieten Futter. Das gibt beispielsweise in den Alpen den Menschen die Möglichkeit, Milch zu gewinnen und Käse herzustellen oder eben Fleisch zu essen – was hätten sie sonst? Diese ökologische Nische zu besetzen, die Biodiversität zu fördern, eben durch den Konsum von Ziegenfleisch, finde ich spannend und wichtig, diese Tradition am Leben zu halten, wiederzubeleben oder zu etablieren.

WERTSCHÖPFUNGSKETTE FÜR BIO-LÄMMER UND KITZE EIN BÖLN-PROJEKT IN SÜDDEUTSCHLAND

Wie auch bei den Milchkühen ist die Vermarktung der anfallenden Ziegenkitze in der Milchziegenhaltung bei Landwirten ein Dauerthema. Ziegenfleisch ist dem Konsumenten wenig bekannt, zusätzlich hat es ein schlechtes Image. Was tun? Unter der Federführung der Vereinigung der Schaf- und Ziegenmilcherzeuger e. V. wurde zusammen mit vier weiteren Partnern ein Projektantrag auf Förderung einer Wertschöpfungskette bei der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) gestellt. Dieses wurde im Dezember 2020 bewilligt. Neben dem Demeter Baden-Württemberg e. V. engagieren sich der Bioland Erzeugerring Bayern e. V., die Andechser Molkerei Scheitz GmbH sowie die Biopulver GmbH und Monte Ziege GmbH & Co. KG beim Aufbau der Wertschöpfungskette mit Eigenmitteln. Flankierendes Expertenwissen aus der Praxis fließt ins Projekt ein durch Andreas Kern (Bioland-Fachberater Schaf und Ziege) sowie Marion Buley (Referentin Milch und Fleisch bei Demeter).

Anknüpfend an erste Pilotvorhaben zur Vermarktung von Ziegenkitzen, wie z. B. dem Zickensommer im Spessart oder dem Projekt Allgoiß im Allgäu, hat das Projekt Vermarktungsmo-

delle identifiziert und evaluiert. Nun geht es darum, weitere Konzepte zu entwickeln und Vermarkter aus Handel und Gastronomie über Ziegenfleisch zu informieren und dafür zu begeistern. Dabei wird Ziegenfleisch mittlerweile von Feinschmeckern sehr geschätzt. Wichtig ist jedoch, die Qualität von Ziegenfleisch bekannter zu machen und den Aufbau regionaler Wertschöpfungsketten zu entwickeln. Dafür ist Angelika Esser zuständig, die als Koordinatorin unter angelika.esser@biolaemmer.de kontaktiert werden kann. Ansprechpartnerin für Schaf- und Ziegenhalter bei Demeter ist Marion Buley, Referentin Milch und Fleisch (marion.buley@demeter.de; mobil: 0151-55 99 3881)

Die Förderung des Vorhabens erfolgt aus Mitteln des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages. Die Projektträgerschaft erfolgt über die Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) im Rahmen des Bundesprogramm Ökologischer Landbau und andere Formen nachhaltiger Landwirtschaft.



Angelika Esser

Geschmort oder lang gegart: Ziegen- und Kitzfleisch muss anders zubereitet werden als Rind oder Schwein.

Was macht denn gutes Kitzfleisch aus?

Ein gutes Stück Kitzfleisch ist blass, ähnlich wie Kalbfleisch, Fett- und Cholesterinarm, zart und natürlich muss der Geruch passen. Das Problem ist, dass viele Bauern in Deutschland scheinbar nicht genau wissen, wie Kitze für Fleisch aufgezogen werden sollen. Sie kennen sich mit Rindern und Schweinen aus, aber die Ziege ist anders. Oft wird den Kitzen wenig Beachtung geschenkt, sie sind das Nebenprodukt der Milchproduktion, wie bei den Kühen, und werden halt mitgefüttert, aber nicht immer bedarfsgerecht. Das Ergebnis ist dann ein knochiges Stück, mit sehr wenig Fleisch – wobei Ziege sowieso nicht viel Fleisch ansetzt. Damit arbeitet man als Koch nicht gern, das ist auch für den Kunden wenig attraktiv. Wenn der Kitzaufzucht mehr Beachtung geschenkt wird, dann kann man auch gut Kitzfleisch vermarkten.

Ein weiterer Punkt ist, dass Kitzfleisch gesund ist: Es ist mager, nicht so fettig wie etwa Lammfleisch. Manche Ärzte empfehlen sogar den Verzehr von Ziegenfleisch. Ziegenmilch hat zudem einige Vorzüge gegenüber der Kuhmilch, doch Milch gibt es nicht ohne Fleisch, das müssen wir als Köche, Bauern und Händler den Verbrauchern deutlich machen!

Wie kann es gelingen, Kitzfleisch beliebter zu machen?

Es muss schmecken! Neben der Qualität muss die Zubereitung stimmen, sodass das Fleisch auch gut schmeckt. Ziegen- oder Kitzfleisch wird langsam zubereitet: geschmort in Ziegenmilch, im Ofen gebacken, in einer Feuergrube gegart oder als Eintopf mit viel Zeit geköchelt. Die Edelteile wie Rücken können auch kurz gebra-

ten werden. Außerdem ist es mir wichtig, das ganze Tier zu verwerten, nose to tail, und aus allen Teilen etwas zu kochen – nicht nur aus den Edelstücken. Das hat für mich mit Respekt und Verantwortung dem Tier gegenüber zu tun, wir sind es ihm schuldig, sein Fleisch wertschätzend zuzubereiten und zu genießen.

Wenn wir uns als Bauern und auch als Köche wieder darauf besinnen, das, was wir tun, aus tiefster Überzeugung zu machen, und uns nicht „vom Markt“ diktieren lassen, was wir liefern sollen, dann sehe ich darin großes Potenzial für eine resiliente Landwirtschaft, die Menschen, Tieren und Pflanzen gerecht wird und auch klimaschonend ist. So können wir uns zum Beispiel in Netzwerken engagieren und zusammentun: Bauern lernen von Bauern, vielleicht auch auf europäischer Ebene, wie die Kitzaufzucht funktioniert, Metzger und Köche bereden ihre Bedarfe und alle kommen miteinander ins Gespräch und tauschen sich über Anforderungen, Hürden und Probleme aus und entwickeln Lösungen. Ich als Koch kann den Bauern Rückmeldung geben, ob ich mit ihrem Zickleinfleisch zufrieden bin oder nicht, diese können dann an ihrer Aufzucht etwas verändern. Doch das geht nur in direkten Partnerschaften, nicht in anonymisierten Lieferketten. Unter anderem der Verein Pro Specie Rara setzt sich für den Erhalt alter Ziegenrassen, oft Zweinutzungstiere, ein. Hier schlummern Ressourcen, die wir nutzen sollten. •