

Vom Wildtier zur Ware: Vermarktlichung von Hirschen in Neuseeland

Steiner, Christian; Pütz, Robert; Roßmanith, Anja

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Steiner, C., Pütz, R., & Roßmanith, A. (2024). Vom Wildtier zur Ware: Vermarktlichung von Hirschen in Neuseeland. *Geographische Rundschau*, 7-8, 50-53. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-96564-2>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Christian Steiner, Robert Pütz, Anja Roßmanith

Vom Wildtier zur Ware

Vermarktlichung von Hirschen in Neuseeland

Mensch-Natur-Verhältnisse, als ein Kernthema der Geographie, zeigen sich selten so deutlich wie beim gesellschaftlichen Umgang mit Tieren. Dies gilt insbesondere, wenn diese als „lebendige Waren“ wirtschaftlichen Interessen unterliegen. Wir zeigen dies am Beispiel von Hirschen in Neuseeland, die zur Vermarktung sowohl „der Natur entnommen“ als aber in jüngerer Zeit auch auf Farmen gezüchtet werden.

Hirsche sind in Neuseeland nicht heimisch. Britische Kolonialisten brachten sie im 19. Jahrhundert ins Land, um ihre Jagdleidenschaft auch in den Kolonien pflegen zu können. Durch das Fehlen natürlicher Feinde vermehrten sich die Hirsche stark und bedrohen heute durch die Beweidung in den höher gelegenen Bergregionen die einheimischen Ökosysteme. Daneben werden sie – vergleichbar den Wildpferden in den USA (Pütz 2017) – von den neuseeländischen Farmern als Nutzungskonkurrenten angesehen, da sie die Weideflächen insbesondere der Merino-Schafe nutzen.

1932 wurden Hirsche zu einer invasiven Art erklärt (Latham und Nugent 2017). Für ihre Tö-

tung wurden so marktwirtschaftliche Anreize geschaffen. Entsprechend nahm sie seit den 1960er-Jahren industrielle Züge an. Seitdem werden wildlebende Hirsche vornehmlich aus Hubschraubern erlegt. Ab den 1970er-Jahren traten zusätzlich private Hirschfarmen auf den Markt. Diese züchten Hirsche für den Weltmarkt auf Freilandkoppeln. 2021 exportierte Neuseeland Hirschfleisch im Wert von 254 Mio. NZ-\$ (DINZ 2023) (entspricht ca. 140 Mio. €), davon entfallen geschätzt 90 % auf die kommerzielle Zucht. Das Land ist damit der größte Exporteur von Hirschfleisch weltweit (Latham und Nugent 2017).

In jüngerer Zeit differenzierten sich weitere Märkte aus, mit jeweils unterschiedlichen



Foto: Christian Steiner (2023)

Foto 1: Hirschfarm bei Geraldine, südwestlich von Christchurch

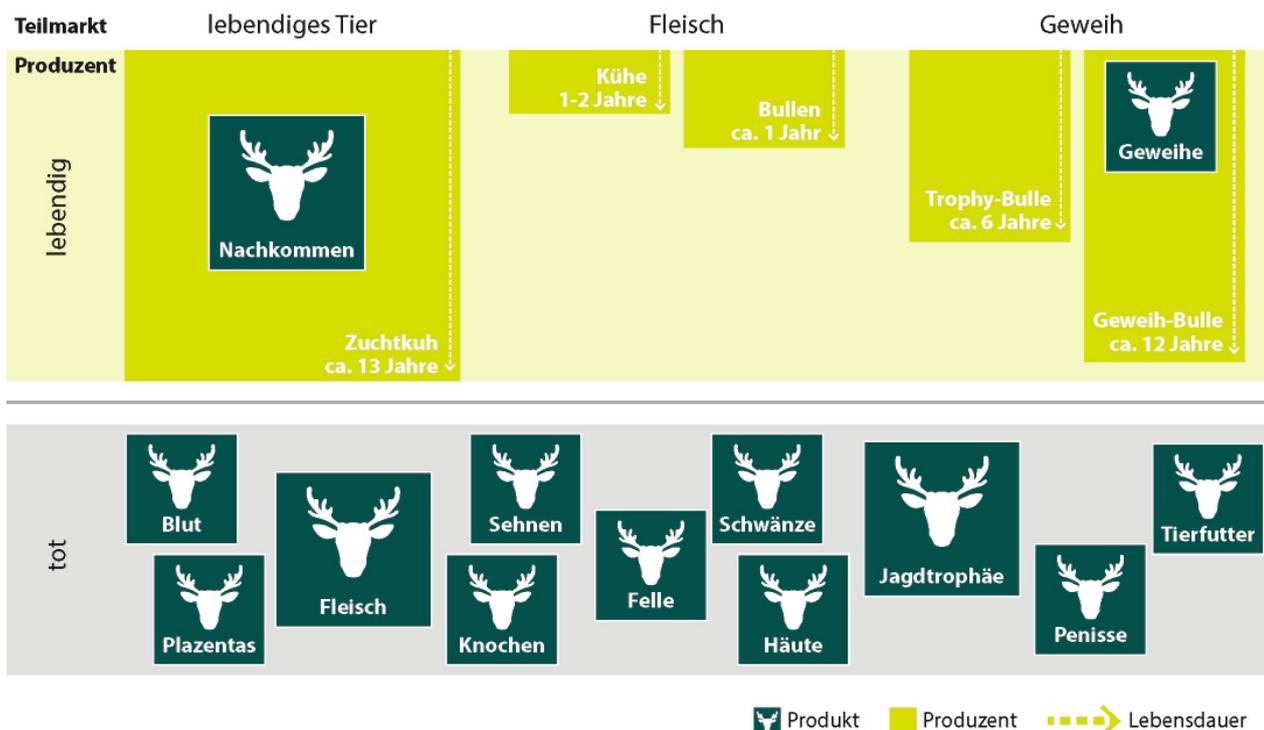


Abb. 1: Teilmärkte von Hirschprodukten und Lebensdauer der produzierenden Tiere

Grafik: Robert Pütz, Christian Steiner

Konsequenzen für die Lebensbedingungen und Lebensdauer der Hirsche. So sind die meisten Teilmärkte auf den Tod der Tiere und die Vermarktung ihrer Teile ausgerichtet (vgl. Abb. 1). Die Lebensdauer der einzelnen Hirsche wird dadurch bestimmt, wann für die Züchter der frühestmögliche und damit gewinnmaximierende Moment der Gewinnung von Fleisch in gewünschter Menge und Qualität ist. Ziehen Züchter stattdessen aus dem Leben der Tiere Profit, versuchen sie, den Nutzungszeitraum möglichst lange zu gestalten, d. h. diese Tiere kommen bis an ihr natürliches Alter heran. Dies ist der Fall, wenn Züchter die Nachkommen der erfolgreichen Zuchtkühe an andere Züchter verkaufen oder das über viele Jahre hinweg ständig wachsende Geweih der männlichen Hirsche „ernten“.

Hirschfleisch gleich Wildfleisch?

Hirschfleisch bezieht seinen Wert zunächst daraus, dass es als gesünder gilt als Schweinefleisch oder Rindfleisch. Es ist magerer und kalorienärmer, trotzdem eiweißreich, und es enthält mehr Vitamine und Spurenelemente. Darüber hinaus wird von kritischen Fleischkonsumenten Wildfleisch generell gerne gewählt, weil sie annehmen, dass die Tiere ein „glückliches Leben“ geführt haben und „ohne Tierleid getötet“ worden sind. Denn klassischerweise stammt Wildfleisch von freilebenden Tieren, sodass Hauptkritikpunkte an der agroindustriellen Tierhaltung, wie schlechte Haltung, Zugabe von Antibiotika und Mast mit industriell erzeugtem Futter hier nicht greifen. Außerdem werden die Tiere in ihrem Le-

bensraum geschossen und sind keinen stressigen Verlade-, Transport- und Schlachthofsituationen ausgesetzt. All dies führt dazu, dass Hirschfleisch als Wildfleisch in Europa häufig als das „wertvollere“, das „natürlichere“ Fleisch gilt.

In Neuseeland muss das differenzierter betrachtet werden. Für aus Hubschraubern erlegte Hirsche können zunächst ähnliche Wertkategorien angesetzt werden wie für die traditionelle Wildjagd; und sie werden von den Unternehmen auch offensiv genutzt: „From Peak to Plate“ lautet etwa der Werbespruch von „Premium Deer“, was impliziert, dass das Wildfleisch ohne Umwege über Haltung, Transport oder Schlachthöfe „unverfälscht“ auf dem Teller der Konsumenten lande. Auf die „Natürlichkeit“ der Herkunft verweist das Unternehmen mit dem Slogan „truly wild“, was explizit auch als Abgrenzung zur privaten Wildtierhaltung gesehen werden kann.

Wertigkeit wird aber auch dadurch erzeugt, dass von bestimmten Produktionsprozessen abstrahiert wird, dass sie „dissoziiert“ werden (Ibert et al. 2019). So wird verschwiegen, dass Hirsche nicht von Jägern innerhalb ihres Lebensraums erlegt werden, sondern mit industriellen Jagdmethoden aus dem Hubschrauber, was auch das Merkmal „gesundes Fleisch“ gefährden würde. Denn wie bei einer Treibjagd erleben die Tiere auch bei einer Hubschrauberjagd größten Stress, was sich aufgrund von Adrenalinausschüttung und Faszienerkennung unmittelbar auf die Fleischqualität auswirkt.

Bei den kommerziellen Hirschfarmen sind es vor allem die durch den Menschen kalkulierten und auf Effizienz und Ertrag optimierten Lebens- und Tötungsbedingungen, die vom



Deer Industry
New Zealand

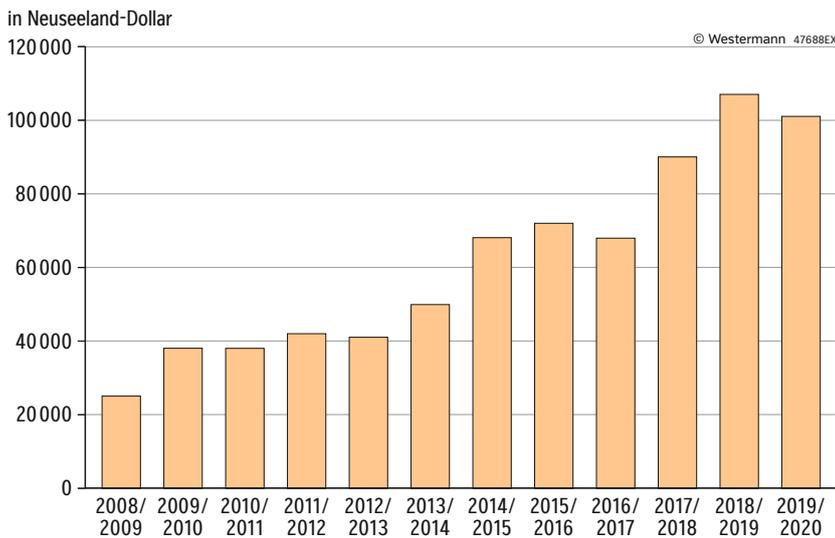


Abb. 2: Entwicklung des Außenhandelsvolumens mit Hirschgeweihen

Grafik: nach Daten von DINZ (<https://www.deernz.org/>)

Produkt des Fleisches dissoziiert werden: Die Hirsche leben auf großen eingezäunten Weiden, die mit ihrem natürlichen Lebensraum in Wäldern nur wenig gemein haben (vgl. Foto 1). Es gibt z. B. keine Versteck- oder Fluchtmöglichkeiten, die Tiere fressen gentechnisch auf Mast optimiertes Gras, das sie darüber hinaus im Überfluss vorfinden (statt mageres Gras aufwendig suchen zu müssen). Sie werden unter Einkreuzen von deutlich größeren Wapiti-Hirschen mithilfe aufwendiger Zuchtprogramme hin auf einen hohen Fleischertrag pro Tier und möglichst schnellen Fleischzuwachs gezüchtet, außerdem zum leichteren Handling auf Zutraulichkeit. Am Ende ihres Lebens werden sie zusammengetrieben, verladen

und in Viehtransportern zum Schlachthof gefahren. Insbesondere für den europäischen Markt spielt das aber keine Rolle, da die Verbraucher bei Wildfleisch solche Produktionsweisen gar nicht erst vermuten.

Geweih ungleich Geweih

Vor allem getrieben durch die Nachfrage nach Medizinprodukten aus China und Südkorea ist in Neuseeland seit den jüngeren 2000er-Jahren ein Markt entstanden, der sich auf den Export von Hirschgeweihen spezialisiert hat – mit großen Wachstumszahlen (vgl. Abb. 2) und mittlerweile geschätzten 40 % Anteil am gesamten Umsatz mit Hirschprodukten.

Dieser Markt funktioniert völlig anders als der Fleischmarkt, was für das Leben und Sterben der Hirsche enorme Konsequenzen hat. Im ersten Fall werden Hirsche gehalten und gezüchtet, um nach ihrer Schlachtung möglichst viel Fleisch zu möglichst hohen Weltmarktpreisen zu erhalten. Im zweiten Fall werden Hirschböcke gehalten, um im Laufe ihres Lebens möglichst viel und hochwertiges Geweih „ernten“ zu können, das die Hirsche mit ihrer metabolischen Arbeit produzieren (vgl. Barua 2017). Aus den Geweihen werden kosmetische Produkte hergestellt, Nahrungsergänzungsmittel, die dem Muskelaufbau und der Libido zuträglich sein sollen, sowie Produkte für die Human- und Tiermedizin. Die biokapitalistische Produktionsweise, d. h. die zuchtbasierte Selektion und genetische Optimierung auf Geweihmenge und -qualität hat mittlerweile eine genetisch eigenständige Linie von Hirschen hervorgebracht,

Foto 2: Zucht von Hirschen für die Trophäen- und Geweihproduktion



Foto: Robert Putz (2023)

die z. B. für die Fleischproduktion aus wirtschaftlichen Gründen nur bedingt geeignet ist, da sie zu langsam Muskelmasse aufbaut.

Geweih ist aber nicht gleich Geweih: Es erhält seinen Wert nur dadurch, dass es dem Hirsch lebend abgetrennt wird (und nicht die ohnehin abfallenden, abgestorbenen Geweihe schlicht eingesammelt werden). Für die asiatischen Märkte ist dies entscheidend (womit z. B. Hirsche aus Deutschland nicht in Betracht kommen, da hier Geweihe nicht lebend entnommen werden dürfen). In der Praxis bedeutet dies, dass die Hirsche zum „Velveting“ (von „velvet“ gleich „Samt“) zusammengetrieben werden und anschließend das außen noch mit der Basthaut überzogene und im Inneren noch durchblutete Geweih unter lokaler Betäubung abgesägt wird (vgl. Foto 3). Dieser für die Tiere stressige Prozess erfolgt zweimal im Jahr, um die Menge und Profite – junge Geweihe erzielen höhere Preise – zu maximieren.

Für den chinesischen Markt sind Aspekte wie „natürliche Produktion“ oder tierethische Fragen nicht von Belang. Das Geweih an sich, so nimmt man an, hat eine heilende Wirkung, die es aber nur entfalten kann, wenn es lebend gewonnen wurde. Nur so könne sich die Kraft und Lebendigkeit des Hirsches in das Medizinprodukt transformieren und an den Menschen weitergegeben werden. Lebendigkeit bezieht sich also nicht nur auf das Tier, sondern wird auch Produkten zugeschrieben, wenn sie lebendig gewonnen wurden.

Fazit

Das Beispiel zeigt, wie Märkte für Tiererteile im Biokapitalismus ausgeformt werden und Leben und Tod von Tieren in spezifischer Weise zusammenbringen. Der Teilmarkt für Fleisch ist auf die Verwertung des toten Tieres ausgerichtet und das Leben des Tieres wird von Geburt an auf diese Verwertung optimiert. Der Teilmarkt für Geweihe beruht darauf, Geweihe „lebendig“ zu entnehmen. Entsprechend kann das Konzept von lively commodities (lebende Güter, Collard und Dempsey 2013) und once-living commodities (einstmals lebende Güter, Gillespie 2021) erweitert werden. Die Teilmärkte korrespondieren mit unterschiedlichen Technologien der Objektivierung, wobei die Schaffung von Wert stets auch mit der Dissoziation spezifischer Produktions- und Produktkontexte verbunden ist, die die Konsumenten irritieren könnten. Die größte Dissoziation bei allen Tiermärkten liegt auch hier in der Verleugnung des Hirsches als fühlendes Wesen. ■

LITERATUR

Barua, M. (2017): Nonhuman labour, encounter value, spectacular accumulation. The geographies of a lively commodity. *Transactions of the Institute of British Geographers* 42 (2), S. 274–288



Foto: Christian Steiner (2023)

Foto 3: Geweihe, die von lebenden Hirschen abgesägt wurden

- Collard, R.-C. und J. Dempsey (2013): Life for sale? The politics of lively commodities. *Environment and Planning A: Economy and Space* 45 (11), S. 2682–2699
- DINZ – Dear Industry New Zealand (2023): Deer Industry in New Zealand. Wellington (<https://www.deernz.org/>)
- Gillespie, K. (2021): The afterlives of the lively commodity: Life-worlds, death-worlds, rotting-worlds. *Environment and Planning A* 53 (2), S. 280–295
- Ibert, O., Hess, M., Kleibert, J., Müller, F. und D. Power (2019): Geographies of dissociation: Value creation, ‘dark’ places, and ‘missing’ links. *Dialogues in Human Geography* 9 (1), S. 43–63
- Latham, A. D. M. und G. Nugent (2017): Introduction, impacts, and management of non-native deer and other hunted ungulates in New Zealand. *Journal of Japan Deer Studies* 8, S. 41–57
- Pütz, R. (2017): Wildpferde in den USA. Ressourcenkonflikte, Wildniskonstruktionen und Mensch-Wildtier-Verhältnisse. *Geographische Rundschau* 69 (10), S. 46–51

AUTOREN UND AUTORIN

Prof. Dr. Christian Steiner, geb. 1973
Lehrstuhl Humangeographie, Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt
christian.steiner@ku.de

Prof. Dr. Robert Pütz, geb. 1964
Institut für Humangeographie, Goethe-Universität Frankfurt am Main
puetz@uni-frankfurt.de

Anja Roßmanith, geb. 2000
School of Geography and the Environment, University of Oxford
anja.rossmanith@ouce.ox.ac.uk