

# INHALT

<b>Einleitung</b>	11	<b>Stallflächen in der Schafhaltung</b>	26
<b>Wie es zu diesem Buch kam</b>	11	<b>Fütterungsbereich in der Schafhaltung</b>	28
<b>Mit Gottes Segen</b>	12	<b>Tränken</b>	28
<b>Wir schaf(f)en das!</b>	14	<b>Haltung von Milchschafen</b>	28
<b>Unsere glücklichen Schafe sind keine Selbstläufer!</b>	16	<b>Eckdaten der Schafhaltung von Familie Koch</b>	29
Plötzlich Intensivstation	17	<b>Bauweise des Stalles von Familie Koch</b>	30
Geburtstag im Krankenhaus	18	<b>Praktische Arbeitsweise</b>	31
Landwirtschaft ist eine Lebensart	18	<b>Schafschur auf dem Futtertisch</b>	31
<b>Die Grundlage hochwertiger Produkte</b>	19	<b>Fazit</b>	32
<b>Schafrassen</b>	19	<b>Fressen, saufen, wiederkauen</b>	32
<b>Krainer Steinschaf</b>	21	<b>Grundfuttereinsatz</b>	33
<b>Jura</b>	21	<b>Heu</b>	33
<b>Braunes Bergschaf</b>	22	<b>Silage</b>	33
<b>Tscheggenschaf</b>	23	<b>Gärheu, Heulage</b>	34
<b>Coburger Fuchsschaf</b>	23	<b>Kraftfuttereinsatz</b>	34
<b>Was Schafe brauchen: die Haltung</b>	24	<b>Mineralstoffe und Vitamine</b>	35
<b>Baukonzepte</b>	24	<b>Kupfer</b>	35
<b>Anforderung an die Schafhaltung</b>	24	<b>Magnesium</b>	36
<b>Schafbuchten - spezielle Bereiche</b>	25	<b>Selen und Vitamin E</b>	36
<b>Licht und Luft - zwei wichtige Parameter</b>	26	<b>Beta-Carotin</b>	36
		<b>Vitamine</b>	36
		<b>Lämmermast</b>	37

<b>Fütterung von Milchschafen</b>	37
<b>Praktisches Beispiel der Fütterung anhand vom Betrieb Koch</b>	37
Mutterschaffütterung am Betrieb Koch	38
Fütterung der Mutterschafe mit Lämmern am Betrieb Koch	38
Lämmermast am Betrieb Koch	38
<b>Die Tierärztin berichtet</b>	38
Tiergesundheitsdienst (TGD)	39
<b>Gesundheitsstatus der Herde</b>	39
<b>Parasiten beim Schaf</b>	40
Virale und bakterielle Erkrankungen beim Schaf	40
Schlachtung im eigenen Schlachtraum	41
<b>Schlachtieruntersuchung</b>	41
Beschau am Tierkörper	41
<b>Den Überblick behalten</b>	42
Kennzeichnungspflicht	42
Besser werden	42
Abwicklung und Nutzen	43
<b>Anforderungen an Schlachträume, Zerlege- und Verarbeitungsbereich</b>	43
Schlachtraum	44
Kühlraum	44
<b>Hygiene hat oberste Priorität</b>	44
Verkaufsraum	45
<b>Produkte: Lammfleisch</b>	47
Richtig schnittig ein Lamm zerteilen	47
So wird das an den Hinterbeinen auf Haken hängende Lamm zerteilt:	48
<b>Was Lammfleisch alles kann</b>	50
Ein günstigeres Fettsäuremuster	50
Geringere Mengen an Kalium und Phosphor	51
Höhere Mengen an Vitamin E und Vitamin B9	51
<b>Fleischqualität im Geschmacksvergleich</b>	52
Lamcurry	55
Orientalische Polenta	55
<b>Respektvoll produzieren</b>	56
<b>Nose-to-Tail in der Praxis</b>	58
Lammhirn-Tortelloni	61

Süßkartoffelcreme .....	61	<b>Verarbeitungseigenschaften der Schafmilch .....</b>	78
Karamellzwiebel .....	61	Eiweiß .....	78
Lammnieren .....	63	Laktose .....	79
Polenta .....	63	Salze .....	79
Eingelegte Lilienblüten .....	63	Vitamine .....	79
Kürbis-Sellerie-Püree .....	63	Fütterung, Tiergesundheit und Milchqualität .....	79
Zunge und Wangen .....	65	<b>Vorreifung der Milch .....</b>	79
Kürbispüree und Kürbistopfen .....	65	<b>Mikrobiologische Grundlagen .....</b>	80
Nocken .....	65	Die Herrschaft über die Mikroorganismen bewahren .....	80
<b>Produkte: Schafmilch .....</b>	67	<b>Der Milchverarbeitungsraum .....</b>	81
<b>Was Schafmilch kann .....</b>	67	<b>Reinigung im Milchverarbeitungsraum .....</b>	82
Ist Schafmilch für Kuhmilchallergiker geeignet? .....	68	<b>Hilfsstoffe in der Milchverarbeitung .....</b>	84
<b>Milchschafe halten und Schafmilch verarbeiten .....</b>	69	Bakterienkulturen .....	84
<b>Schafmilch von HAP+GUT .....</b>	69	Kalzium und Nitrat .....	85
Brunst, Milchsaison und Lämmeraufzucht .....	70	Lab .....	85
Die mutterlose Aufzucht bei HAP+GUT .....	71	Salz .....	86
Phase 1: Flaschenfütterung in der ersten Lebenswoche .....	71	<b>Die Entwicklung der Produktpalette .....</b>	87
Phase 2: Ad-libitum-Tränke bis zum zweiten Lebensmonat .....	72	<b>Produkte: Wolle &amp; Felle .....</b>	91
Phase 3: Portionstränke ab dem zweiten Lebensmonat .....	72	<b>Die Suche nach der Heilwirkung der Wolle .....</b>	91
<b>Das Melken .....</b>	72	Vom Wollwachs zu Lanolin .....	92
<b>Milchleistung .....</b>	73	Gut für die Haut .....	93
<b>Wir melken Krainer Steinschafe .....</b>	74	Gibt es eine Wollwachs-Allergie? .....	93
Die Frage der Wirtschaftlichkeit .....	76	Die Struktur der Wolffaser .....	94
<b>Schafmilch verarbeiten .....</b>	77	Die wärmende Wirkung .....	95
<b>Vom Melkstand in den Verarbeitungsraum .....</b>	78	<b>In Schafwolle schlafen .....</b>	98
		So entstehen unsere Decken mit Schafwollvlies .....	100
		<b>Über das Filzen .....</b>	100

<b>Der Rohstoff</b>	101	<b>Alternativen zur Direktvermarktung für Schafbetriebe</b>	116
<b>Das Geheimnis der Wolle</b>	101	<b>Lebendvermarktung</b>	116
<b>Die Fuzzy-Filztechnik</b>	101	<b>Totvermarktung</b>	116
<b>Trockenfilzen</b>	102	Milchverkauf an eine Molkerei	116
Filzen schenkt Freude	102	<b>Herzstück Hofladen</b>	117
Anleitung: Wollperle	103	<b>Warum wir uns für die Direktvermarktsform „Hofladen“ entschieden haben</b>	118
<b>Schafwolle als Dünger</b>	103	Landwirtschaft ist Lifestyle	119
Langzeitwirkung	103	Welche Gedanken muss man sich machen, wenn man ab Hof verkauft?	120
Strukturwirkung	103	Entstehung des Logos „Shoafbauer“	120
Nachwachsender Rohstoff	104	Print Design	121
Von der Wolle zum Pellet	104	Fotos	121
<b>Medizinisches Gerben von Fellen</b>	104	Vielfältigkeit	121
Gerbungsphasen	104	<b>Verkaufen im Internet:</b>	
<b>Direktvermarktung</b>	107	<b>Der Online-Shop</b>	123
<b>Grundlagen der Direktvermarktung</b>	107	Schneller verkaufen. Besser verkaufen.	
<b>Formen der Direktvermarktung</b>	110	Mehr verkaufen?	123
Zertifizierung „Gutes vom Bauernhof“	112	Online verkaufen lohnt sich	123
<b>Fleisch direkt vermarkten</b>	112	Was spricht für einen Online-Shop?	123
Fleisch und Fleischprodukte nach Hygieneanforderungen herstellen	113		
Trinkwasseruntersuchung	113		
Ausbildung und verpflichtende Schulungen	113		
<b>Steuerliche Aspekte der Direktvermarktung</b>	114		
Sozialversicherung	114		
Nebentätigkeiten sind beitragspflichtig	114		
<b>Altschafe sinn- und wertschätzend in der Direktvermarktung verarbeiten</b>	115		

Auf die Plätze, fertig... los geht's .....	123	<b>Deine Marke in sozialen Medien .....</b>	133
<b>Alternative Finanzierung:</b> <b>Wenn alle für einen zahlen .....</b>	124	Warum Social-Media? .....	133
Rechtssicherheit seit 2018 .....	124	Setze Dir SMARTe Ziele. ....	134
Verschiedene Modelle .....	124	Definiere Deine Zielgruppe .....	135
Pre-Sales für Direktvermarkter .....	125	Wähle die besten Social-Media-Plattformen für Deine Marke .....	135
Nichts für das schnelle Geld .....	125	Recherchiere Deinen Mitbewerb und anderen nutzergenerierten Inhalt .....	136
Crowdfunding beim „Shoafbauer“ .....	126	Entwirf eine Content-Pipeline für jeden Social-Media-Kanal .....	137
<b>Kunden gewinnen .....</b>	129	Passe die Social-Media-Strategie im Lauf der Zeit an .....	137
<b>Mit Branding zum Erfolg .....</b>	129	<b>Social-Media verbindet: Der Koch und der Stier .....</b>	139
Eine bessere Marke bedeutet besseres Marketing. ....	129	<b>Im Gespräch bleiben – Chancen nutzen – Mit Medien zusammenarbeiten .....</b>	143
Branding ist wichtig, ... um dich vom Mitbewerb abzuheben. ....	129	Aktiv informieren, Neues wagen .....	143
... um Markenwahrnehmung zu schaffen. ....	130	<b>Zukunftsvisionen .....</b>	145
... um Kunden zu begeistern. ....	130	<b>Photovoltaik oder Mähstrom .....</b>	145
Branding besteht aus... ....	130	<b>Schafe unter Strom .....</b>	145
... Markenguidelines .....	130	Das braucht das Tier .....	147
... Logo .....	130	Management und Rasse .....	147
... Webseite .....	130	Förderung, Recht, Versicherung .....	148
... zusätzlichen Bestandteilen .....	131	<b>Schaf und Kunst: Schäflich .....</b>	148
Branding stärkt dein Unternehmen .....	131	<b>Wissen authentisch vermitteln .....</b>	149
<b>Dein virtuelles Zuhause: Die Webseite .....</b>	131	<b>Das Autorenteam stellt sich vor .....</b>	151
Die Schritte zur individuellen Webseite: .....	132	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	153