



Deutsche Gesellschaft
für Ernährung e.V.
Sektion Niedersachsen



Niedersächsisches Landesamt
für Verbraucherschutz
und Lebensmittelsicherheit

äkn ärzttekammer
niedersachsen

5. Niedersächsisches Forum gesundheitlicher Verbraucherschutz 2012
„Antibiotikaeinsatz in der Tierproduktion — ein Risiko für den Verbraucher?“

**Prof. Dr. Achim Spiller, Fakultät für Agrarwissenschaften Georg-August-Universität
Göttingen**

Tierwohl und moderne Tierhaltung – Akzeptanz in der Gesellschaft

Ergebnisse einer aktuellen Verbraucherstudie

Achim Spiller, Maike Kayser und Katharina Schlieker, Georg-August-Universität Göttingen
Lehrstuhl für Lebensmittelmarketing

Wann immer heute über Tierhaltung in Deutschland, Antibiotikaeinsatz oder neue Ställe diskutiert wird: Mit großer Wahrscheinlichkeit fällt irgendwann der Begriff Massentierhaltung. Die Mehrheit der von uns befragten Konsumenten verbindet mit dem Begriff extrem negative Assoziationen, in erster Linie Tierquälerei und Platzmangel. Massentierhaltung vermuten die Verbraucher in erster Linie bei Geflügel, häufig auch bei Schweinen, fast gar nicht bei Kühen.

Wissenschaftlich ist der Begriff Massentierhaltung bislang wenig behandelt und nicht genau definiert. In einer aktuellen Studie der Universität Göttingen (Lehrstuhl für Lebensmittelmarketing) ging es aber nicht um eine fachliche Einschätzung, sondern um das, was Verbraucher über großbetriebliche Tierhaltung denken.

Die Veredlungswirtschaft steht in Deutschland vor marktbezogenen und gesellschaftlichen Herausforderungen. Während zunehmende Exporterfolge auf eine Steigerung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit hinweisen, deuten vielfältige Indizien auf eine große Diskrepanz zwischen den Ansprüchen der Gesellschaft und der Branchenentwicklung hin. Die Herstellung sicherer und preiswerter Produkte reicht allein nicht mehr aus, um den Erwartungen der Gesellschaft gerecht zu werden. Diese Entwicklung zeigt sich nicht nur in den Medien (u.a. Böhm et al., 2010b) und in den zahlreichen Buchneuerscheinungen, die die Veredlungswirtschaft öffentlich unter Druck setzen, sondern auch konkret beim Boykott einzelner Unternehmen oder der Behinderung landwirtschaftlicher Bauvorhaben (u.a. Schlecht et al., 2010). Die aktuelle Antibiotikadiskussion spitzt zurzeit wieder einmal die insgesamt wachsende Divergenz zwischen der Realität einer gerade in den Kernclustern wachsenden Branche und meinungsprägenden Teilen der Bevölkerung sowie der Medien zu.

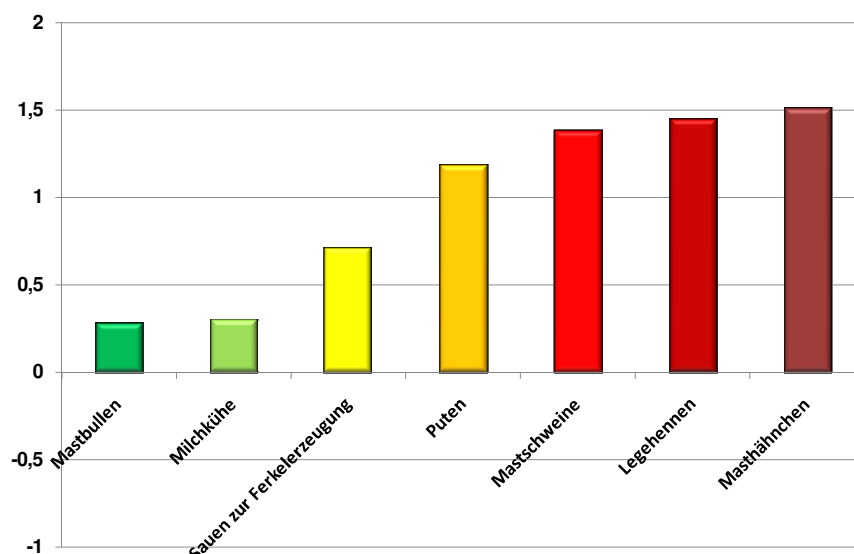


5. Niedersächsisches Forum gesundheitlicher Verbraucherschutz 2012
„Antibiotikaeinsatz in der Tierproduktion — ein Risiko für den Verbraucher?“

Dies zeigt sich auch in der Anzahl der Tiere, ab der für die Verbraucher „Massentierhaltung“ beginnt. So gehen 90 Prozent aller Verbraucher ab 500 Rindern, 1.000 Schweinen und 5.000 Hähnchen von „Massentierhaltung“ aus. Vergleicht man diese Angaben mit den tatsächlichen Bestandsgrößen in Deutschland, zeigt sich, dass die Verbrauchereinschätzungen unterschiedlich stark von der Realität abweichen. In Deutschland und auch im Hochverdichtungsraum Niedersachsen werden durchschnittlich rund 50 Milchkühe pro Betrieb gehalten. Auch bei den Mastschweinen liegt der Schnitt von 300 Tieren in Deutschland bzw. 500 Tieren in Niedersachsen noch deutlich unter der „Massentierhaltungsgrenze“, auch wenn neue Schweinemastställe im Nordwesten mit 2.000 bis 3.000 Plätzen regelmäßig größer ausfallen. Beim Geflügel liegen die tatsächlichen Bestandsgrößen deutlich darüber. Durchschnittliche Tierzahlen von 15.000 Tieren in Deutschland bzw. 35.000 Tiere in Niedersachsen sind daher für die Verbraucher schwer vorstellbar und kaum kommunizierbar (Destatis, 2011). Diese Unterschiede zwischen den Tierarten verdeutlicht zudem Abbildung 2, in der die Verbraucher gebeten wurden anzugeben, wie stark sie die genannten Tierarten mit „Massentierhaltung“ in Verbindung bringen.

Abbildung 2

Verbindung einzelner Tierarten zur Massentierhaltung



Skala von 2 = ausschließlich bis -2 = nie



5. Niedersächsisches Forum gesundheitlicher Verbraucherschutz 2012
„Antibiotikaeinsatz in der Tierproduktion — ein Risiko für den Verbraucher?“

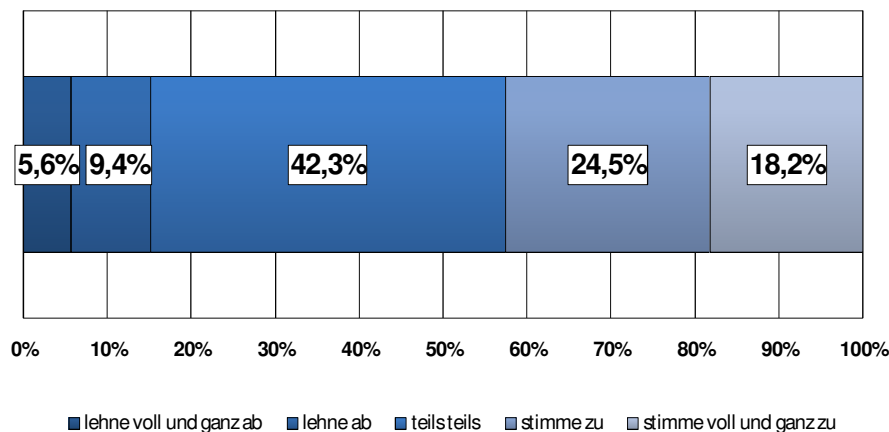
Problematisch finden 86,4 Prozent der Verbraucher, dass, ihrer Meinung nach, durch die Massenproduktion die Wertschätzung für das einzelne Tier verlorengeht. 50 Prozent sind weiterhin der Auffassung, dass Landwirte heute keine Zeit haben, sich um das einzelne Tier zu kümmern. In der modernen Gesellschaft, in der aufgrund des Wertewandels insgesamt die Wertschätzung des Individuums größer wird und dies auch auf Tiere (Haustiere) übertragen wird, wird die Fleischwirtschaft nur dann Akzeptanz gewinnen, wenn sie deutlich macht, dass jedes einzelne Tier Wert und Würde hat.

Einem erheblichen Teil der Verbraucher ist in diesem Zusammenhang durchaus bewusst, dass Landwirte, die Tiere halten, wirtschaftlich denken müssen. Rund 43 Prozent stimmen dieser Aussage zu. Wird den Verbrauchern in einer Beispielrechnung aufgezeigt, wie viel ein Landwirt an einem Huhn oder an einem gehaltenen Schwein verdient, steigt der Prozentsatz: Dann haben 63,9 Prozent der Befragten ein größeres Verständnis dafür, dass Landwirte eine Tierhaltung betreiben, die für sie eine „Massentierhaltung“ darstellt. Dieses Resultat zeigt wie z. B. auch die aktuelle Diskussion um faire Milchpreise, dass die Landwirtschaft auf Verständnis für ihre schwierige ökonomische Situation und für das Problem der niedrigen Erzeugerpreise setzen kann. Sie muss aber deutlich machen, dass sie im Rahmen des ökonomisch Tragfähigen alles ihr Mögliche unternimmt, damit es den Tieren gut geht. Rund 60 Prozent der Bevölkerung sind grundsätzlich für ökonomische Argumente offen. Allerdings geben auch knapp 43 Prozent der Befragten an, dass der Gedanke an einen finanziellen Gewinn für den Landwirt keine Rechtfertigung für „Massentierhaltung“ darstellt (siehe Abbildung 3).

5. Niedersächsisches Forum gesundheitlicher Verbraucherschutz 2012
„Antibiotikaeinsatz in der Tierproduktion — ein Risiko für den Verbraucher?“

Abbildung 3

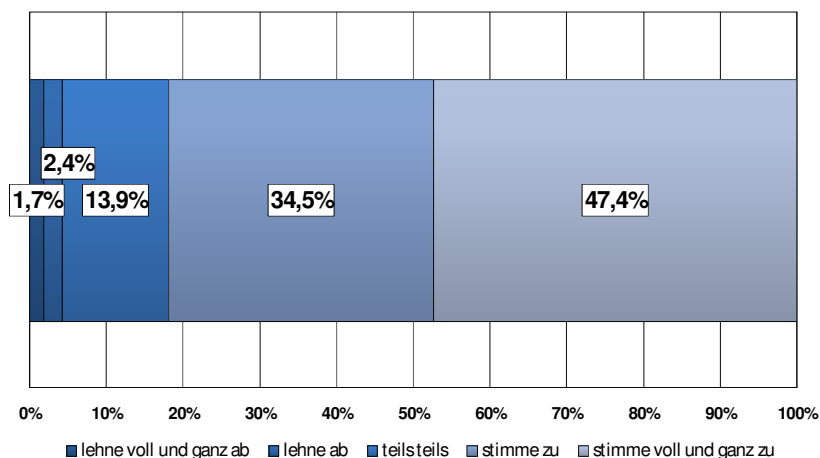
Der Gedanke an einen finanziellen Gewinn kann für
Landwirte keine Rechtfertigung für Massentierhaltung sein.



Insgesamt sehen die Verbraucher vor allem die Politik in der Verantwortung. 81,9 Prozent sagen, dass die Politik die Rahmenbedingungen für die Landwirte verbessern sollte, um somit „Massentierhaltung“ einzugrenzen (siehe Abbildung 4). Der politische Druck auf die Tierhaltung wird daher weiter zunehmen.

Abbildung 4

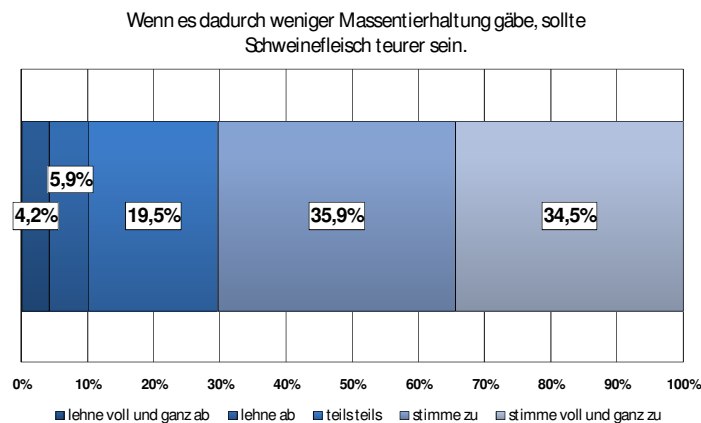
Die Politik sollte die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für
Landwirte verbessern und somit Massentierhaltung eingrenzen.



5. Niedersächsisches Forum gesundheitlicher Verbraucherschutz 2012
„Antibiotikaeinsatz in der Tierproduktion — ein Risiko für den Verbraucher?“

70,4 Prozent der Verbraucher geben vor diesem Hintergrund an, dass sie bereit wären mehr für beispielsweise Schweinefleisch zu zahlen, wenn es dafür weniger „Massentierhaltung“ gäbe (siehe Abbildung 5). Diese Zahl dürfen die Unternehmen nicht einfach in Marktanteile für Tierwohlprogramme umrechnen, es ist erst einmal die Perspektive des „Bürgers“, der mehr Tierschutz möchte. Aber es zeigt sich doch, dass niedrige Preise („Schweinebauchanzeigen“) nicht die einzige sinnvolle Kommunikationsstrategie darstellen.

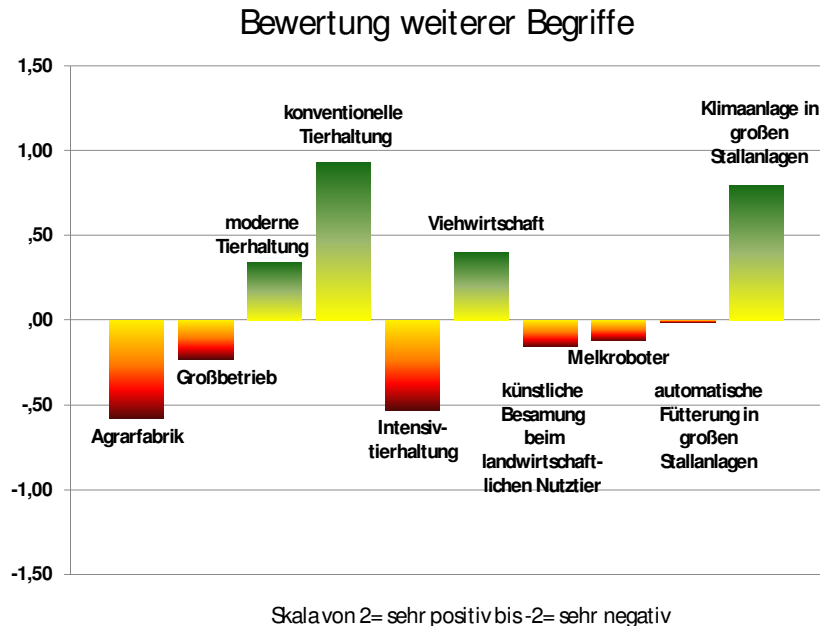
Abbildung 5



Im Gegensatz zum Begriff „Massentierhaltung“, der wie beschrieben fast ausschließlich negative Assoziationen bei den Verbrauchern auslöst, werden weitere Begriffe, die im Zusammenhang mit einer auf Effektivität ausgerichteten Tierhaltung stehen, weitaus positiver bewertet. Wie in Abbildung 6 zu sehen ist, ist insbesondere die Bezeichnung „konventionelle Tierhaltung“ bei den Verbrauchern positiv besetzt. Hingegen ruft die Bezeichnung „Intensivtierhaltung“ eher negative Assoziationen hervor.

5. Niedersächsisches Forum gesundheitlicher Verbraucherschutz 2012
„Antibiotikaeinsatz in der Tierproduktion — ein Risiko für den Verbraucher?“

Abbildung 6



Insgesamt zeigt die Studie auf, dass die intensive Tierhaltung, die Verbraucher unter dem Begriff „Massentierhaltung“ verstehen, derzeit gesellschaftlich keine Unterstützung erfährt. Auch wenn es einen extremen Kontrast zwischen der öffentlichen Diskussion und der Produktionsbedeutung (z. B. Anteil der extensiven Schweinehaltung an der Gesamtproduktion in Deutschland = 0,4 %, (DBV, 2009)) und damit auch des Konsums von extensiv produzierten Fleisches gibt, bedarf es neuer Ansätze zur Auflösung dieser Divergenz.

Die bislang von der Veredlungswirtschaft eingeschlagene „Low-Profile-Strategie“ mit einer geringen Öffentlichkeitsorientierung (Albersmeier & Spiller, 2009) wird den gesellschaftlichen Anforderungen auf Dauer nicht gerecht. Die Ansprüche der Gesellschaft steigen, nicht zuletzt durch medialen Druck, getrieben u.a. von NGO-Kampagnen. Ein intensivierter Austausch mit der Öffentlichkeit ist daher unumgänglich, will die Branche in Deutschland keine weiteren Imageverluste hinnehmen. Gerade auch was das „Wording“ von Begriffen betrifft, ist die Veredlungswirtschaft gefragt, stärker nach außen zu kommunizieren, damit in Zukunft beispielsweise aus Eberfleisch nicht „Stinkefleisch“ oder aus immuno-kastrierten Tieren „Hormonfleisch“ werden.



5. Niedersächsisches Forum gesundheitlicher Verbraucherschutz 2012
„Antibiotikaeinsatz in der Tierproduktion — ein Risiko für den Verbraucher?“

Zugleich muss die Fleischwirtschaft aktiv an der Tierfreundlichkeit der Haltungssysteme arbeiten. Geflügel- und Schweinebranche stehen dabei mit dem Rücken zur Wand. Hier müssen die großen Unternehmen der Fleischwirtschaft massiv in Konzepte und Forschung zum Tierwohl investieren. Dabei müssen sie ihre Landwirte mitnehmen, was Unternehmen mit einer engeren Bindung sicherlich leichter fallen wird. Die Milchwirtschaft verfügt über ein deutlich größeres Vertrauenspolster, sollte aber genau aus diesem Grund bereits jetzt proaktiv an ihrem Tierschutz-Image arbeiten und Themen wie die Weidehaltung offensiv angehen. Kühe sind für den Verbraucher heute noch sichtbar, so dass er sich selbst ein Bild von den Haltungsbedingungen machen kann. Im Bereich Schwein und Geflügel entscheidet sich das Image in den Medien. Aus vielen Gesprächen mit Journalisten wissen die Verfasser, dass dort das Image der Branche derzeit noch schlechter ist als bei den Verbrauchern.

Literatur

- Albersmeier, F.; Spiller, A. (2009): Das Ansehen der Fleischwirtschaft: Zur Bedeutung einer stufenübergreifenden Perspektive. In: Boehm, J.; Albersmeier, F.; Spiller, A. (Hrsg.): Die Ernährungswirtschaft im Scheinwerferlicht der Öffentlichkeit. Lohmar, Eul Verlag. 213-250.
- Böhm, J.; Kayser, M.; Nowak, B.; Spiller, A. (2010a): Produktivität vs. Natürlichkeit – Die deutsche Agrar- und Ernährungswirtschaft im Social Web. In: Kayser, M.; Böhm, J.; Spiller, A. (Hrsg.): Die Ernährungswirtschaft in der Öffentlichkeit – Social Media als neue Herausforderung der PR. Göttingen, Cuvillier. 103-139.
- Böhm, J.; Kayser, M.; Spiller, A. (2010b): Two Sides of the Same Coin? - Analysis of the Web-Based Social Media with Regard to the Image of the Agri-Food Sector in Germany. In: International Journal on Food System Dynamics 1 (3). 264-278.
- DBV (Deutscher Bauernverband) (2009): Situationsbericht 2010. Trends und Fakten zur Landwirtschaft. Berlin.
- Destatis (2011): Viehbestand. Unter:
<http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Navigation/Statistiken/LandForstwirtschaft/Viehbestand/Viehbestand.psml>. Stand: 09.01.2012.
- FAO (Food and Agricultural Organization of the United Nations) (1995): World Livestock Production Systems. Current status, issues and trends. FAO Animal Production and Health. Paper 127.



Deutsche Gesellschaft
für Ernährung e.V.
Sektion Niedersachsen



Niedersächsisches Landesamt
für Verbraucherschutz
und Lebensmittelsicherheit

äkn ärzttekammer
niedersachsen

5. Niedersächsisches Forum gesundheitlicher Verbraucherschutz 2012
„Antibiotikaeinsatz in der Tierproduktion — ein Risiko für den Verbraucher?“

Mayer, C. (2007): Wirtschaftlicher Faktor Massentierhaltung: Ethisch vertretbar?

Studienarbeit. Norderstedt, Grin.

Schlecht, S.; Albersmeier, F.; Spiller, A. (2010): Eine Analyse medialer Frames bei Konflikten im ländlichen Raum - das Beispiel landwirtschaftlicher Bauvorhaben. In: Kayser, M.; Böhm, J.; Spiller, A. (Hrsg.): Die Ernährungswirtschaft in der Öffentlichkeit – Social Media als neue Herausforderung der PR. Göttingen, Cuvillier. 335-364.

Die Liste der verwendeten Literatur kann unter www.fleischwirtschaft.de/literatur als PDF-Dokument abgerufen oder bei den Autoren bzw. der Redaktion angefordert werden.

Anschrift der Verfasser

Maike Kayser, Katharina Schlieker und Prof. Dr. Achim Spiller, Georg-August-Universität Göttingen, Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung, Lehrstuhl „Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte“, Platz der Göttinger Sieben 5, 37073 Göttingen, mkayser@uni-goettingen.de, www.agrarmarketing.uni-goettingen.de