

„Wenn eine der vier großen Supermarktketten ankündigen würde, bei einem Tierschutzlabel konsequent mitzumachen, dann würde das sehr viel bewegen.“

Der Agrarökonom Achim Spiller fordert die Fleischbranche auf, den Wunsch der Menschen nach mehr Tierwohl ernst zu nehmen – und sieht vor allem die Handelsunternehmen in der Pflicht

H

Herr Spiller, Sie warnen die Fleischwirtschaft, sie müsse um ihre Daseinsberechtigung kämpfen. Die Akzeptanz ihrer Methoden in der Bevölkerung sei nicht mehr selbstverständlich. Wurden die Tiere denn früher besser gehalten? Das nicht, aber die ethischen Einstellungen haben sich geändert. Die Menschen wissen heute viel mehr über die Fähigkeiten von Tieren. Keiner würde mehr auf die Idee kommen, dass sie kein Leid empfinden können. Und jeder weiß, dass Schweine sehr clevere Lebewesen sind. Der Eigenwert der Tiere hat eine größere Bedeutung bekommen.

Trotzdem essen die meisten Deutschen Fleisch. Aber mehr als achtzig Prozent der Verbraucher vertreten die Position, dass die Tiere vorher ein gutes Leben gehabt haben sollen. Sie fordern bessere Haltungsbedingungen und wollen eine Art impliziten Vertrag mit dem Nutztier – so nennen die Tierethiker das.

Muss sich die Fleischbranche denn wirklich fürchten? Angeblich liegt Vegetarismus im Trend, aber es wird kaum weniger Fleisch gegessen. Das stimmt. Wir sehen gegensätzliche Trends, der Fleischkonsum ist extrem polarisiert. Auf der einen Seite hat sich der Anteil der Vegetarier seit 2006 auf gut vier Prozent verdoppelt. Weitere zwölf bis fünfzehn Prozent sind sogenannte Flexitarier, die bewusst versuchen, ihren Fleischkonsum zu reduzieren. Andererseits gibt es den Grillboom, mit Webergrill-Seminaren, Wintergrillen und so weiter. Und Gruppen vor allem junger Männer, die lieben diese XXL-Schnitzel und essen drei-, vier-, teilweise achtmal mehr Fleisch, als die Deutsche Gesellschaft für Ernährung empfiehlt. Schauen Sie sich mal die Bodybuilder-Szene an. Da wird Eiweißkonsum mit Kraft gleichgesetzt.

Obwohl die Verbraucher laut Umfragen finden, dass die Tiere besser behandelt werden sollten, liegt der Bio-Anteil bei Schweine- und Geflügelfleisch bei gerade mal einem Prozent. Warum diese Inkonzernenz? Zwischen Anspruch und Wirklichkeit klappt tatsächlich eine Riesenlücke. Das größte Problem ist natürlich, dass Biofleisch so teuer ist. Während ein Kilo konventionell erzeugtes Hähnchenbrustfilet fünf bis sieben Euro kostet, liegt die Bio-Variante im Laden bei zwanzig bis dreißig Euro, also ungefähr dem Vierfachen. Dabei bekommt der Biogeflügelmäster, wenn's gut läuft, gerade mal das Doppelte pro Kilo.

Wie erklärt sich dann der Riesenunterschied im Preis? Ein Grund ist, dass nur ein Teil des Tieres als bio vermarktet werden kann, die Edelteile vom Schwein etwa oder das Hähnchenbrustfilet. Der Rest geht in die Wurst oder in den Export, dafür bekommt man meist keinen Mehrpreis. Oft gelingt es nur, das halbe Tier als bio zu vermarkten, dann muss diese Hälfte die andere Hälfte mitfinanzieren. Hinzu kommt, dass die Wertschöpfungsketten kleiner sind, was die Verarbeitungs- und Vermarktungskosten teurer macht. Der Handel muss zusätzliche Fläche bereitstellen und hat häufig auch mehr Verderb. Die Preisunterschiede könnten deutlich kleiner sein – wenn man aus dem Teufelskreis der Minimengen rauskäme.

Die Leute kaufen also Fleisch, das unter Bedingungen produziert wurde, die ihren Überzeugungen widersprechen, nur weil es billiger ist. Leider ist das so. Und daran haben auch die Supermärkte ihren

Anteil. Sie haben über Jahrzehnte eine Vermarktung aufgebaut, die stark auf Sonderangebote ausgerichtet ist und Fleisch als Frequenzbringer nutzt. Viele Leute waren bereit, den Supermarkt zu wechseln, wenn es irgendwo besonders günstiges Fleisch gab. Gerade in den Bedienungstheken, an denen eigentlich die qualitätsorientierten Kunden einkaufen, gibt es kaum Biofleisch. Das steckt eher irgendwo im SB-Regal oder in der Kühltruhe.

Gibt es Supermärkte, die es besser machen? Das Handelsunternehmen Tegut hat immerhin einen Bio-Anteil von mehr als zwanzig Prozent. Es hat ein eigenes Fleischprogramm aufgebaut und Biolandwirte unter Vertrag genommen, denen mit langfristigen Verträgen die Abnahme ihrer Ware zugesichert wurde. Gleichzeitig hat Tegut die Kunden daran gewöhnt, bio zu kaufen, und das im Marketing immer wieder beworben. Auch Edeka Südwest hat relativ viel Bioware im Sortiment. Im Südwesten der Republik sind auch Kaufkraft und Nachfrage besonders hoch.

Der Normalfall ist aber doch, dass selbst Ketten wie Edeka und Rewe, die mit viel Werbeaufwand ihre Marken pflegen, massenweise Fleisch aus nicht artgerechter Produktion verkaufen. Ist das für sie kein Risiko? Sie betrachten das schon als Risiko für ihre wichtigste Warengruppe. Aber Bio sehen sie nur als eine Nische. Deshalb suchen sie nach Wegen, die Tierhaltung in der Breite zu verbessern.

Mit Erfolg? Bisher nur bedingt. Derzeit laufen zwei große Versuche, die sich leider gegenseitig blockieren. Das eine ist die Initiative Tierwohl der Lebensmittelbranche. Dabei zahlen die Handelsketten in einen Fonds ein, aus dem Landwirte belohnt werden, wenn sie die Haltung verbessern, etwa indem sie ihren Tieren etwas mehr Platz geben. Ursprünglich sollten alle Betriebe teilnehmen können. Bisher profitiert aber nur etwa jedes neunte Schwein und jedes dritte Masthuhn davon. Denn bald wurde klar, dass man eigentlich mehr als eine Milliarde Euro pro Jahr bräuchte – darauf konnte sich der Handel nicht einigen. Es ist, glaube ich, kein Geheimnis, dass insbesondere die Edeka-Gruppe gemauert hat.

Da wird doch Qualität angeblich großgeschrieben? Aber man fürchtet Kostennachteile im Wettbewerb mit dem Fleischerhandwerk, das auch nicht mitmacht.

Wieso denn das? Sollten nicht gerade die Fleischer Interesse haben, an so einem Programm teilzunehmen? Die wollen sich wiederum nicht mit dem Lebensmittelhandel vergleichbar machen. Denn wenn bei ihnen die gleiche Initiative Tierwohl gelten würde wie bei Supermärkten und Discountern, würde ja vielleicht der eine



Achim Spiller, 53, ist Professor für Lebensmittel-Marketing am Department für Agrarökonomie der Universität Göttingen

oder andere Kunde merken, dass auch die Handwerksfleischer ihre Ware oft von Großschlachthöfen wie Tönnies bekommen.

Also das gleiche Lied wie bei den Kunden: Mehr Tierwohl, schön und gut – aber es darf bloß nicht zu viel kosten. So ist es, und das ist schade, denn der Ansatz der Initiative Tierwohl ist eigentlich gut – man käme damit aus der Nischenproblematik raus. Nur müsste das Kilogramm Fleisch dann nicht vier Cent, sondern etwa vierzig Cent mehr kosten. Das wären rund zehn Prozent Mehrkosten. Eigentlich sollte das machbar sein.

Und was ist der andere große Versuch, von dem Sie sprachen? Das ist das Label des Tierschutzbundes, das aber bisher ebenfalls kaum bekannt und nicht sehr weit verbreitet ist. Dabei hätte auch diese Idee großes Potenzial, wenn die Handelsunternehmen sich dafür stark machen würden. Das kann man zum Beispiel in Holland sehen.

Was läuft da besser? Dort hat das Beter-Leven-Label, das mit dem Tierschutzlabel vergleichbar ist, in den Supermärkten einen Marktanteil von bis zu fünfzig Prozent. Die großen Handelsunternehmen haben sich voll darauf eingelassen, Druck auf ihre Lieferanten ausgeübt – und so musste die Landwirtschaft umstellen. Wenn in Deutschland einer der vier Großen glaubhaft ankündigen würde, bei einem Tierschutzlabel konsequent mitzumachen, würde das auch hier sehr viel bewegen. Aber bisher hat das keiner getan.

Nun hat Bundeslandwirtschaftsminister Christian Schmidt ein neues staatliches Tierwohllabel angekündigt. Verspricht das bessere Erfolge? Über die Kriterien ist noch nicht viel bekannt. Aber sie werden sich nicht stark von denen des Tierschutzlabels unterscheiden können. Ich finde gut, dass der Minister es mit einer großen Werbekampagne einführen will. Die siebzig Millionen Euro dafür waren ja die konkreteste Zahl, die er vorgelegt hat.

Schmidts Siegel soll nicht verpflichtend sein. Macht es das nicht von vornherein unglaubwürdig? Ein verpflichtendes Label wäre EU-rechtlich derzeit leider nicht möglich. Da müssten schon alle Staaten mitmachen. Man müsste erst mal für Schweine oder Milchkühe standardisierte Haltungssysteme definieren wie bei Legehennen. Das wäre ein Vorhaben für die nächsten zehn Jahre.

Am besten wären wohl Schockbilder und Warnhinweise wie bei Zigaretten: „Dieses Schwein hat sein Leben auf Betonspaltenböden verbracht und nie die Sonne gesehen.“ Jedenfalls würde eine verpflichtende Kennzeichnung sicher besser funktionieren. Langfristig sollte es darauf hinauslaufen. INTERVIEW: WOLFGANG HASSENSTEIN